

**Plan de negocio para una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y
casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca.**

Angie Valentina Pineda Cepeda

Lizeth Johanna Papamija Ordoñez



Corporación Universitaria Comfacaucá - UNICOMFACAUCA

Facultad de Ciencias Contables

Popayán, Cauca

2023

**Plan de negocio para una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y
casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca.**

Angie Valentina Pineda Cepeda

Lizeth Johanna Papamija Ordoñez



Corporación Universitaria Comfacaucá - UNICOMFACAUCA

Facultad de Ciencias Contables

Popayán, Cauca

2023

**Plan de negocio para una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y
casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca.**

Modalidad proyecto de emprendimiento

Angie Valentina Pineda Cepeda

Lizeth Johanna Papamija Ordoñez

Tutor:

Mg. Mabel Irene Figueroa Paz



Corporación Universitaria ComfacaUCA - UNICOMFACAUCA

Facultad de Ciencias Contables

Popayán, Cauca

2023

Página de aceptación

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis a nuestros seres queridos, quienes han sido nuestra fuente constante de inspiración y apoyo a lo largo de este arduo camino. A nuestras familias, por su amor incondicional y por ser mi refugio en los momentos de dificultad. A nuestros amigos, por su ánimo y por compartir este viaje con cada uno de los integrantes de este grupo.

Agradecimientos

Nuestros más sinceros agradecimientos se dirigen a todas las personas e instituciones que hicieron posible la realización de esta tesis.

Al cuerpo docente de Corporación Universitaria Comfacauca UNICOMFACAUCA, especialmente de la Facultad de Ciencias Contables por su compromiso con la educación y por brindarnos las herramientas y conocimientos necesarios para llevar a cabo esta investigación de manera efectiva.

Tabla de contenido

Resumen	19
Abstract	20
Introducción	21
Capítulo 1 Aspectos Generales	23
Formulación del problema situación o necesidad	23
Pregunta de investigación	25
Antecedentes	25
Justificación	28
Objetivos	33
Objetivo general.	33
Objetivos Específicos.	33
Capítulo 2 Marco teórico y conceptual	34
Marco teórico	34
Teoría de la oferta y demanda	34
Teoría de la investigación de mercados	36
Teoría del ciclo inmobiliario	36
Plan de negocios	38
Factibilidad financiera	38

Marco Conceptual	39
Mercado inmobiliario	39
Demanda	39
Oferta	40
Localización Estratégica	40
Precio de Mercado	40
Rentabilidad	40
Segmentación de Mercado	41
Tendencias del Mercado	41
Bien raíz	41
Propiedad horizontal	42
Inmobiliaria	42
Impuestos	43
Plazos de amortización	43
Título de propiedad	44
Avalúo	44
Capítulo 3 Metodología	45
Cuadro de metodología	45
Población y muestra	46
Instrumento de recolección de información	47

Capítulo 4 Plan de negocios	48
Análisis del Mercado	48
Análisis del sector actual y tendencias nacionales, regionales y locales.	48
Análisis del mercado: diagnóstico del mercado (nacional, regional, local)	54
Indicadores del Mercado del Sector Inmobiliario y de la construcción.	57
Clasificación de la Empresa Según CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)	66
Estudio del nivel de aceptación de los bienes y servicios	67
Resultados de la investigación	70
Análisis de la demanda	75
Análisis de la competencia: debilidades y fortalezas	78
Análisis de los proveedores	80
Estrategias de mercado	81
Estrategia de bienes y servicio	81
Distribución	83
Precio	91
Promoción	96
Publicidad	98
Presupuesto mezcla de mercadeo	101
Análisis técnico y operativo	103

Micro localización e infraestructura	103
Fichas técnicas de los bienes y servicios	105
Descripción del proceso	109
Plan de prestación del servicio	112
Requerimientos de maquinaria y equipo, herramientas y mobiliario	115
Costeo de adecuaciones y/o remodelaciones	116
Necesidades de personal	118
Análisis Legal y administrativo	120
Matriz DOFA	120
Tipo de empresa a constituir	121
Marco Normativo	122
Estructura organizacional	124
Misión	125
Visión	125
Organigrama por áreas	126
Administración	127
Tipo de contratación	127
Tabla de nómina resumen	128
Gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.	129
Gastos de legalización	130

Análisis Financiero	131
Monto de aportes	131
Datos iniciales para las proyecciones	131
Inversiones Fijas	132
Tablas de propiedad Planta y Equipo	132
Tabla de depreciación	133
Financiación por crédito bancario	1
Proyección de Ingresos	1
Proyección de costos de los servicios	1
Gastos Administrativos	1
Estados Financieros	2
Balance Inicial	3
Estado de Resultados	5
Flujo neto de caja	5
Indicadores de decisión del proyecto	6
Tasa de rentabilidad esperada	7
Tasa de interés de oportunidad con financiación	8
Tabla de ratios para la evaluación financiera	9
Impacto	10

Aportes del plan de negocios en el aspecto: económico, regional, social, ambiental y tecnológico.	10
Capítulo 5 Resultados y discusión	12
Resultados	12
Discusión	16
Capítulo 6 Conclusiones	19
Conclusiones	19
Capítulo 7 Recomendaciones	22
Recomendaciones	22
Bibliografía	24
Anexos	32
Cuestionario de encuesta	32
Control de cambios	35

Lista de tablas

Tabla 1 Ciclo inmobiliario	37
Tabla 2 Cuadro de metodología	45
Tabla 3 Indicadores de coyuntura del sector construcción	58
Tabla 4 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) de la inmobiliaria	66
Tabla 5 Resultados de las encuestas	70
Tabla 6 Resumen de los resultados de la investigación	75
Tabla 7 Fortalezas y debilidades de la competencia Daniel Cruz Bienes raíces	78
Tabla 8 Fortalezas y debilidades de la competencia La Ceiba Campestre	79
Tabla 9 Fortalezas y debilidades de la competencia Inmobiliaria Finca Raíz Popayán	79
Tabla 10 Proveedores	80
Tabla 11 Bienes y servicios	81
Tabla 12 Segmentación de clientes	83
Tabla 13 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Comprar:	84
Tabla 14 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Vender	86
Tabla 15 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Alquilar	87
Tabla 16 Paso a paso de cómo los clientes interesados pueden adquirir los servicios ofrecidos por la inmobiliaria	89
Tabla 17 Estrategia de Promoción general	96

Tabla 18 Estrategias de Promoción para Productos y Servicios Específicos	97
Tabla 19 Estrategias de marketing	98
Tabla 20 Presupuesto mezcla de mercadeo	101
Tabla 21 Ficha técnica de los bienes	105
Tabla 22 Ficha técnica del servicio	107
Tabla 23 Bienes ofrecidos por la inmobiliaria	112
Tabla 24 Servicios de la inmobiliaria	114
Tabla 25 Requerimientos de equipos de oficina	115
Tabla 26 Requerimientos de muebles y enseres	116
Tabla 27 Costo de Adecuaciones y Remodelaciones	116
Tabla 28 Personal requerido	118
Tabla 29 Leyes y decretos	122
Tabla 30 Normatividad técnica del sector inmobiliario	124
Tabla 31 Cargo/tipo de contrato	127
Tabla 32 Cantidad de empleados por tipo contrato	128
Tabla 33 Presupuesto de nómina	128
Tabla 34 Presupuesto nómina prestación de servicios	129
Tabla 35 Gastos o costos por dotación	130
Tabla 36 Gasto de Legalización	130
Tabla 37 Monto de los aportes de los socios	131
Tabla 38 Proyecciones iniciales	131
Tabla 39 Inversiones fijas	132
Tabla 40 Propiedad, Planta y Equipo	132
Tabla 41 Depreciación	133

Tabla 42 Financiación por crédito bancario	1
Tabla 43 Proyección de ingresos	1
Tabla 44 Proyección de costos de los servicios	1
Tabla 45 Gastos administrativos	1
Tabla 46 Estados financieros	2
Tabla 47 Balance inicial	3
Tabla 48 Estado de resultados	5
Tabla 49 Flujo de caja del proyecto	5
Tabla 50 Ratios para la evaluación financiera	9
Tabla 51 Aportes del plan de negocios	10

Lista de gráficos

Gráfico 1 Variación anual de indicadores sector construcción 2022-2023	54
Gráfico 2 Variación anual del PIB total 2017-2023	56
Gráfico 3 Variación y participación anual de la población ocupada y en la rama de actividad construcción	56
Gráfico 4 Producción de cemento gris (toneladas y variación anual de la producción)	57
Gráfico 5 Variación, contribución y participación anual del área aprobada	58
Gráfico 6 Variación, contribución y participación anual del área culminada, en proceso y paralizada	58
Gráfico 7 Variación, contribución y participación anual de la financiación	59
Gráfico 8 Variación, contribución y participación anual de la financiación	60
Gráfico 9 Variación mensual y contribución del ICOCIV según tipos de construcción	61
Gráfico 10 Paso a paso de la estrategia de distribución para clientes interesados en comprar	81
Gráfico 11 11 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Vender	83
Gráfico 12 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Alquilar	84
Gráfico 13 Paso a paso de cómo los clientes interesados pueden adquirir los servicios ofrecidos por la inmobiliaria	86
Gráfico 14 Captación de cliente	106

Gráfico 15 Búsqueda de Propiedades	107
Gráfico 16 Contratación y Documentación	107
Gráfico 17 Financiamiento (si aplica)	108
Gráfico 18 Cierre de la Operación	108
Gráfico 19 Gestión Postventa (si aplica)	109
Gráfico 20 Matriz DOFA	117
Gráfico 21 Organigrama	123

Lista de ilustraciones

Ilustración 2 Curva de oferta y demanda

35

Resumen

Este es un proyecto que busca desarrollar el plan de negocio para la creación de una empresa inmobiliaria especializada en la comercialización de propiedades campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia. La finalidad es determinar la factibilidad para la creación de la inmobiliaria y las necesidades que debería satisfacer la empresa para mantener un buen perfil de éxito en el mercado.

En la investigación de mercado se logró identificar que los clientes potenciales están más interesados en comprar propiedades, especialmente viviendas campestres y parcelas, lo que indica una demanda sólida en propiedades rurales y espacios amplios para usarlos con fines recreativos en su mayoría.

Se identificó que este plan de negocios es factible, que existe una creciente demanda de propiedades campestres y una gran cantidad de clientes potenciales interesados en los bienes y servicios que ofrece la inmobiliaria, estos son: Viviendas Campestres Nuevas, Viviendas Campestres Usadas, Parcelas Sin Construir, Parcelas con Construcciones a Mejorar. Y los servicios ofrecidos son: Diseño de Planos Personalizados, Construcción de Viviendas Campestres, Asesoramiento Inmobiliario, Gestión de Propiedades, Trámites Legales y Documentación.

Este plan de negocios demuestra un enfoque realista, que requiere una inversión inicial de \$495 millones de pesos con una Tasa de Rentabilidad $\approx 57.14\%$ y una disposición de generar 9 empleos directos con la compañía en los cargos de agentes inmobiliarios, personal administrativo, asesores legales y otros,

generando así un impacto social y económico efectivo en esta región para proporcionar una base sólida para el éxito a largo plazo.

Abstract

This is a project that seeks to develop the business plan for the creation of a real estate company specialized in the commercialization of country properties in the city of Popayán, Cauca, Colombia. The purpose is to determine the feasibility for the creation of the real estate and the needs that the company should satisfy to maintain a good profile of success in the market.

The market research identified that potential customers are more interested in buying properties, especially country homes and plots, indicating a solid demand for rural properties and large spaces to use them for recreational purposes mostly.

It was identified that this business plan is feasible, that there is a growing demand for country properties and a large number of potential customers interested in the goods and services offered by the real estate, these are: New Country Homes, Used Country Homes, Unbuilt Plots, Plots with Constructions to Improve. And the services offered are Design of Personalized Plans, Construction of Country Homes, Real Estate Advice, Property Management, Legal Procedures and Documentation. This business plan demonstrates a realistic approach, which requires an initial investment of \$495 million pesos, with a Rate of Return $\approx 57.14\%$ and a willingness to generate 9 direct jobs with the company in the positions of real

estate agents, administrative staff, legal advisors, and others, thus generating an effective social and economic impact in this region to provide a solid foundation for long-term success.

Introducción

El desarrollo de un plan de negocio para una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia enfrenta una variedad de desafíos comerciales y técnicos. Estos incluyen el aumento de los precios de los bienes raíces, el crecimiento de la competencia, la incertidumbre económica, el aumento de la regulación por parte de los entes gubernamentales, el crecimiento de los costos de construcción, y otros.

Ante la necesidad identificada, se presenta la formulación de este plan de negocios para determinar la viabilidad su ejecución y las características que debería tener para satisfacer las necesidades del mercado por medio de la identificación de la demanda y la oferta de los bienes y servicios que una inmobiliaria puede ofrecer. Por esta razón, este documento está organizado por siete capítulos, en los que se describirán con más detalles los aspectos relevantes y fundamentales de este plan de negocio para evaluar la viabilidad de una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán.

En el *primer capítulo* titulado aspectos generales, se exponen la formulación del problema, explicado la situación o necesidad que se vive en el contexto de la ciudad de Popayán, en el departamento del Cauca, Colombia, con relación al mercado de las inmobiliarias que comercializan propiedades campestres. Se presentan antecedentes y justificación de la problemática identificada junto con los objetivos de este plan, el cual se enmarca en formular un plan de negocio para la creación de una empresa inmobiliaria dedicada a la venta, alquiler y construcción de casas campestres y parcelas en la Ciudad de Popayán, Cauca, Colombia con su respectivo plan de factibilidad.

En el *segundo capítulo* titulado marco teórico y conceptual se presentan las bases que sustentan este plan de negocios, incluyendo la teoría de la oferta y la demanda, la investigación de mercados y el ciclo inmobiliario.

El *tercer capítulo* es la metodología implementada para recopilar la información en la que se determina que el enfoque metodológico que se utilizará en esta investigación es mixto predominantemente cuantitativo, complementado con elementos cualitativos. La técnica de recolección de la información será la encuesta y la revisión documental y con base en esta información se realizará el análisis del mercado.

El *cuarto capítulo* es el plan de negocios, contiene Análisis del mercado su objetivo central es determinar la demanda de los bienes y servicios de la inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia. En esa sección se identifican las tendencias, competencia, demanda y proveedores; el análisis Técnico y Operativo en el que se describe con detalles la localización de la empresa y los bienes y servicios que ofrece junto con las requerimientos y costos para su implementación. El análisis Legal y Administrativo presenta las normatividades referentes a este tipo de empresa y la estructura organizacional de la misma. El análisis financiero, describe gastos y costos mensuales, así como la inversión económica inicial requerida y estadísticas financieras.

Luego de abordar cada una de esas temáticas se presentará el capítulo 5 con *Resultados y discusión* capítulo seis con *Conclusiones* y capítulo siete con *Recomendaciones* que constituyen los aprendizajes, sugerencias, o alternativas que se podrían considerar para una o varias situaciones en el contexto del trabajo.

Capítulo 1 Aspectos Generales

Formulación del problema situación o necesidad

El desarrollo de un plan de negocio para una empresa inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia enfrenta una variedad de desafíos comerciales y técnicos. Estos incluyen el aumento de los precios de los bienes raíces (Pineda Pardo, 2018), el crecimiento de la competencia (El Quindiano, 2022), la incertidumbre económica, el aumento de la regulación por parte de los entes gubernamentales, el crecimiento de los costos de construcción (Cieri, 2023).

Según Pineda (2018) esa sobrevaloración en el precio de las viviendas que experimenta Popayán y otras ciudades de Colombia pueden provocar una “distorsión en las dinámicas financieras para la adquisición de este bien” (Pineda Pardo, 2018). Identificando de esta forma una problemática frente a las estimaciones de precios en el costo de las viviendas, especialmente en Popayán, donde según este investigador es “la ciudad más sobrevalorada, conforme a las correlaciones desarrolladas en este estudio” (Pineda Pardo, 2018).

Otro factor que afecta a las inmobiliarias es el incremento en el precio de los materiales de construcción, Cieri (2023) afirma que “el precio en pesos de los materiales se elevó por encima del 20 por ciento” (Cieri, 2023), afectando directamente el costo de las propiedades que comercializan las inmobiliarias, por lo cual, los clientes potenciales identificaron una subida considerable en el precio de las propiedades.

En el sector de las inmobiliarias, Cardona (2021) plantea que “el municipio de Popayán cuenta con diferentes, pero no numerosas empresas constructoras” (Cardona Angulo, 2021). Sin embargo, la demanda del mercado local ha incrementado en los últimos

años, sobre todo después de la pandemia, puesto que se ha evidenciado que en Popayán y sus alrededores hay muchas personas interesadas en propiedades campestres.

El periódico El Quindiano (2022) afirma que “las casas campestres representan una importante opción para quienes buscan tranquilidad, grandes espacios y naturaleza” (El Quindiano, 2022) y después de la pandemia esta población ha aumentado, es decir, son más las personas interesadas en adquirir ya sea por medio de compra o alquiler alguna propiedad alejada de la ciudad.

Los desafíos por los que transitan las inmobiliarias requieren una planificación adecuada para asegurar el éxito a largo plazo de la empresa. Adicionalmente, se considera importante buscarle solución a los diversos problemas a los que se ve enfrentada la empresa y de esta forma pueda lograr el crecimiento de sus ingresos, la reducción de los costos, y el cumplimiento de las regulaciones impuestas por el Estado.

Un plan de negocios bien diseñado puede ayudar a la empresa a reducir los riesgos y aprovechar al máximo sus recursos para asegurar la factibilidad financiera, por tanto, realizar una planificación adecuada puede asegurar el éxito a largo plazo de la empresa inmobiliaria.

Para elaborar un plan de negocios exitoso para la empresa inmobiliaria, se deben tener en cuenta varias condiciones favorables. Estas incluyen establecer metas claras y alcanzables, diseñar un plan de negocios flexible para adaptarse a los cambios en el entorno comercial, minimizar los costos de producción, y establecer una estrategia de marketing adecuada para promover los productos y servicios de la empresa.

Pregunta de investigación

¿Cómo diseñar un plan de negocios efectivo para la creación de una inmobiliaria especializada en la comercialización de propiedades campestres en la ciudad de Popayán, Cauca Colombia que permita enfrentar los desafíos, aprovechar oportunidades de crecimiento y mejorar la experiencia del cliente?

Antecedentes

Para contextualizar la elaboración de este plan de mercado en el sector inmobiliario, es fundamental analizar previamente las investigaciones relacionadas con este ámbito, las cuales proporcionarán un acercamiento hacia la comprensión de las estrategias implementadas en otras regiones con relación a la comercialización de propiedades campestres o de otro tipo utilizando los servicios de una inmobiliaria.

En el año 2019, fue publicada una tesis realizada por el estudiante Alcalá García, de la Universidad de Valladolid, en la que expone un plan de negocio para una empresa de gestión inmobiliaria. El objetivo principal de este plan de negocio es “crear una empresa especializada en la venta de propiedades rurales y urbanas en nombre de sus propietarios” (Alcalá García, 2019). En este plan de negocio, la empresa comprará propiedades para revenderlas, alquilará propiedades y, potencialmente, incluso desarrollará nuevas propiedades. La idea de la empresa surgió como complemento al negocio de asesoría que ya gestionaba la familia de José. El plan incluye un análisis del mercado inmobiliario actual y futuro en España, un plan de negocio completo para una agencia inmobiliaria en San Esteban de Gormaz, y una evaluación de la viabilidad y de las oportunidades y amenazas potenciales del negocio. La metodología incluye un estudio de mercado y la consulta de

datos de ventas inmobiliarias nacionales y locales. El plan también explora estrategias de diferenciación y creación de valor a través de servicios adicionales.

En 2021, en Pereira, también se publicó una propuesta de plan de marketing titulada, “Plan de marketing para la empresa La Torre Negocios inmobiliarios”, esta propuesta es un proyecto de grado de las estudiantes: Johanna Lucia Calderón Rodríguez Y Juliana Manuela Lara Henao de la Universidad Libre de Pereira, que tuvo como objetivo “desarrollar una propuesta de plan de mercadeo para La Torre Negocios Inmobiliarios, una empresa inmobiliaria en Pereira, Colombia” (Calderón Rodríguez & Lara Henao, 2021).

En esta investigación se realizó un análisis descriptivo utilizando métodos cuantitativos y cualitativos. El uso de herramientas y matrices administrativas ayudó a evaluar diversos factores como la competencia, los clientes y el entorno interno y externo. El estudio reveló que la empresa tiene potencial en términos de recursos humanos y conocimiento del sector.

El plan de marketing que se propone en este proyecto de grado se centra en la aplicación de herramientas digitales para mejorar la visibilidad ante los clientes y mejorar su experiencia al utilizar los servicios de la empresa. El plan también tiene como objetivo aumentar el número de clientes a través de estrategias innovadoras, incluyendo el uso de las redes sociales y un sitio web dedicado al sector inmobiliario. En general, la investigación concluye que La Torre Negocios Inmobiliarios tiene oportunidades de crecimiento en el creciente mercado inmobiliario de Pereira.

Otro plan de negocios también publicado en 2021 por los estudiantes, Carlos Docampo Casal, Alejandro Otón González y Mario Velasco Iglesias de la Universidad

Europea, presenta un proyecto empresarial para la creación de una startup inmobiliaria online llamada "EsTuHábitat". En este documento, se abordan aspectos esenciales para un plan de negocio completo para la startup inmobiliaria en línea "EsTuHábitat", que abarca diversos aspectos como el análisis del mercado, el desarrollo de productos y las estrategias de marketing (Docampo Casal, Otón González, & Velasco Iglesias, 2021).

El plan de negocios propuesto por estos autores se caracteriza por utilizar e implementar nuevas tecnologías para el desarrollo del proyecto. Uno de los puntos destacados de este plan de negocios son los servicios integrales y online, puesto que la startup ofrece una plataforma en línea que facilita la búsqueda de viviendas temporales y de inquilinos, además de brindar servicios adicionales de gestión y limpieza de inmuebles (Docampo Casal, Otón González, & Velasco Iglesias, 2021). Esta combinación de servicios integrales bajo una plataforma digital es innovadora en el mercado inmobiliario.

Este plan también integra un enfoque en la experiencia del usuario, puesto que se centra en satisfacer las necesidades de los usuarios, proporcionando una experiencia de búsqueda y alquiler de viviendas más eficiente y conveniente. Esto se logra a través de una interfaz intuitiva, opciones de personalización y atención al cliente de calidad.

También hace uso de la tecnología para automatizar y agilizar los procesos de gestión inmobiliaria. Esto incluye el uso de algoritmos de búsqueda avanzados, inteligencia artificial y herramientas digitales para mejorar la eficiencia y precisión de los servicios ofrecidos. De esta forma, se puede considerar que este plan de negocio se distingue por la combinación de servicios integrales en línea, enfoque centrado en el usuario y la adopción de tecnología para mejorar la experiencia y la eficiencia en el sector inmobiliario.

Justificación

Este plan de negocios tiene la finalidad de determinar cuál es la viabilidad de constituir una inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia. La elección de enfocar nuestros servicios en el mercado objetivo de parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia, se basa en la necesidad de conocer el mercado local y las necesidades de los clientes potenciales en esta zona para lo cual es necesario la realización de un análisis de mercado como parte inicial del plan de negocios.

En una investigación realizada por Pineda en 2018, un investigador de la Corporación Universitaria Autónoma Del Cauca, se resalta un tema bastante interesante frente a la situación del costo de vivienda en ciudades como Popayán y sus alrededores, pues resulta que este autor afirma que, en Colombia, pero sobre todo en Popayán el sector inmobiliario está experimentando una sobrevaloración en los precios de adquisición de vivienda. En palabras del autor:

Dentro de las conclusiones más importantes se evidenciaron argumentos favorables en las 11 correlaciones en la comparación con índices como el crédito de vivienda nueva, crédito de vivienda usada (DANE, 2017), comparado con las ciudades la existencia de una sobrevaloración muy cercana a una burbuja especulativa inmobiliaria en los precios de vivienda urbana en Popayán (Pineda Pardo, 2018)

Según Pineda (2018) esa sobrevaloración en el precio de las viviendas que experimenta Popayán y otras ciudades de Colombia pueden provocar una “distorsión en las dinámicas financieras para la adquisición de este bien” (Pineda Pardo, 2018). En este sentido, se infiere entonces que existe una problemática frente a las estimaciones de precios

en el costo de las viviendas precisamente y que muy a pesar de que esta sea una problemática generalizada a nivel nacional Popayán, de acuerdo con este investigador es “la ciudad más sobrevalorada, conforme a las correlaciones desarrolladas en este estudio” (Pineda Pardo, 2018).

La sobrevaloración a la que hace referencia este autor en frente a las comparativas de precio en el costo de las viviendas, establece correlación entre las variables de viviendas nuevas y usadas de interés social, el área y las unidades de casas y apartamentos. También se analizaron obras en proceso y culminadas, destinos y áreas construidas. Esto permitió que el estudio presentara un análisis y una evaluación que integrara diferentes características y variables entre las viviendas y construcciones en las cuatro ciudades en las que se hizo la comparativa, sirviendo esta información como base sólida para identificar la sobrevaloración de precios de viviendas sobre todo en Popayán.

De acuerdo con el autor, esta sobrevaloración genera incertidumbre en el mercado nacional y puede tener consecuencias negativas en la confianza del mercado y la economía del sector inmobiliario (Pineda Pardo, 2018). La identificación de estas problemáticas generadas por la sobrevaloración de precios y la falta de intervención de organizaciones gubernamentales y estatales para regularlas, representan una debilidad para el sector inmobiliario, es por esto por lo que, surge el interés de investigar la viabilidad de la inmobiliaria en esta ciudad, teniendo en cuenta cada una de estas debilidades actuales del sector.

Otro aspecto fundamental por el cual es importante que se haga control y monitoreo a los precios de las viviendas es para “prevenir cualquier probable crisis en el sector económico, ya que el sector inmobiliario es uno de los principales sectores para el

crecimiento de un país” (Pineda Pardo, 2018). En este sentido se identifica una necesidad de que las inmobiliarias tengan presente las consecuencias de la sobrevaloración de los precios en los bienes y servicios que ofrecen a sus clientes, para que se reduzca este riesgo nacional que terminaría por aumentar la crisis económica en el país.

Cardona (2021) en su tesis de maestría plantea que “el municipio de Popayán cuenta con diferentes, pero no numerosas empresas constructoras que han incursionado en el sector de la Vivienda de Interés Social han permanecido y han hecho de este mercado su negocio principal” (Cardona Angulo, 2021). Sin embargo, la demanda del mercado local ha incrementado en los últimos años, sobre todo después de la pandemia, puesto que se ha evidenciado que en Popayán y sus alrededores hay muchas personas interesadas en propiedades campestres debido a su atractivo escenario natural, clima agradable y la búsqueda de un estilo de vida tranquilo y relajado por parte de diversos segmentos de la población. Esta demanda es evidente en el aumento del interés de las personas en el alquiler de parcelas y casas campestres en la región, en la que cada vez son más las empresas que ofrecen estos mismos bienes y servicios.

En un artículo publicado por el periódico El Quindiano titulado “*Crece el interés turístico en casas campestres del Eje Cafetero*” se expone esta situación en la que se evidencia el creciente interés de las personas por las casas campestres. Según este artículo, “las casas campestres representan una importante opción para quienes buscan tranquilidad, grandes espacios y naturaleza” (El Quindiano, 2022).

También presentan información relevante sobre los numerosos estudios realizados en torno a la cantidad de consultas que se han realizado en el portal de Fincaraiz.com.co, del cual se identifica que “en el país se han realizado cerca de dos millones y medio de

consultas por este tipo de inmueble en lo corrido de enero a octubre del 2022” (El Quindiano, 2022) haciendo referencia exactamente a las casas campestres, lo que permite inferir que existe un creciente interés de las personas por las casas campestres, ya sea para comprar o para alquilar.

De esos análisis sobre las consultas que hacen las personas en este portal web, se identifica que entre las personas que consultan sobre las casas campestres, su interés está más centrado en la compra que en el arriendo, puesto que el 83% de las personas están interesadas en comprar y el 17% se interesan en el arriendo, esto según datos estadístico de este mismo artículo de periódico (El Quindiano, 2022).

Otro aspecto interesante que este artículo destaca es en cuando a los precios del mercado, pues se afirma que “los precios más buscados para casas campestres en venta están por encima de los \$500 millones de pesos, donde el tipo de área más buscada fue: 2000 m² a 5000 m²” mientras que para el arriendo “el rango de precios más consultado se encuentra entre los \$3 y \$5 millones de pesos y mostraron un interés distinto en la cantidad de metros cuadrados, siendo de los 300 m² a los 350 m² el más destacado” (El Quindiano, 2022).

De acuerdo con lo anterior, se puede decir con mayor claridad que enfocar nuestros servicios en el mercado objetivo de parcelas y casas campestres en Popayán se justifica por la creciente demanda, la cual ha ido incrementando por diferentes factores que han cambiado en el interés de las personas las cuales manifiestan un mayor interés por escapar del ruido de la ciudad y establecerse en un entorno más tranquilo y natural.

Las casas campestres y las parcelas pueden proporcionar ese escape a esta vida agitada que las personas están buscando y es probable que haya una demanda constante de este tipo de propiedades. Otro factor que está generando mayor interés en este tipo de viviendas es el teletrabajo, el cual, ha ganado popularidad en los últimos años y además las propiedades en áreas campestres pueden ofrecer una oportunidad de inversión rentable.

Por otro lado, se considera prudente hacer esta investigación sobre la viabilidad de una inmobiliaria que ofrezca estos bienes y servicios porque puede representar para los clientes un medio seguro y formal que puede brindar mayor transparencia en el proceso de transacción. Los clientes pueden estar seguros de que el negocio está regulado por las leyes y regulaciones locales, lo que garantiza un proceso justo y equitativo.

De acuerdo con lo anterior, se puede decir con mayor claridad que enfocar nuestros servicios en el mercado objetivo de parcelas y casas campestres en Popayán se justifica por la creciente demanda, la diversidad de perfiles de clientes, la capacidad de segmentación del mercado y nuestra dedicación a la mejora continua basada en datos sólidos.

Objetivos

Objetivo general.

Formular un plan de negocio para la creación de una empresa inmobiliaria dedicada a la venta, alquiler y construcción de casas campestres y parcelas en la Ciudad de Popayán, Cauca, Colombia.

Objetivos Específicos.

- Realizar un estudio de mercado inmobiliario en la Ciudad de Popayán, en el que se identifique la demanda actual y futura, la competencia en la zona, sus fortalezas y debilidades y las tendencias y preferencias de los posibles clientes.
- Determinar los aspectos administrativos necesarios para la puesta en marcha de la empresa inmobiliaria.
- Realizar el estudio técnico del proyecto para determinar los requerimientos para la puesta en marcha del proyecto.
- Diseñar una estrategia de marketing y ventas para promocionar los servicios ofrecidos por la empresa.
- Realizar el análisis de financiero para determinar la factibilidad del proyecto.

Capítulo 2 Marco teórico y conceptual

Marco teórico

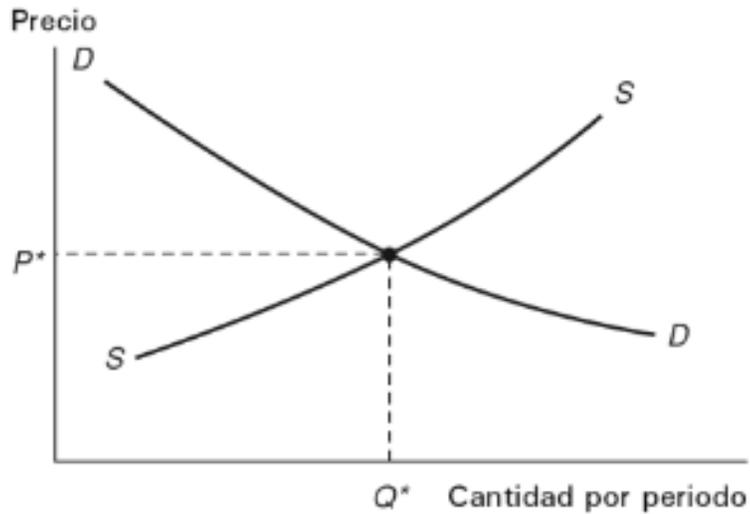
Teoría de la oferta y demanda

Esta es una teoría fundamental que se aplica directamente al mercado inmobiliario. Analiza cómo los precios y la cantidad de propiedades disponibles están determinados por la interacción entre la oferta de propiedades y la demanda de compradores y arrendatarios en una ubicación específica.

El economista Alfred Marshall (1842-1924) “demostró que la oferta y la demanda actuaban simultáneamente para determinar el precio” Marshall (1890) citado por (Nicholson, 2002). En este sentido, en la construcción de planes de viabilidad de negocios, es importante tener en consideración esta teoría en tanto que permite la evaluación de la dinámica que existe entre estas dos variables, demanda y oferta, tal como se ha identificado anteriormente en los antecedentes y justificación de este estudio para la determinación de un precio para cada uno de los bienes y servicios ofrecidos por la inmobiliaria.

Marshall, también plantea frente a esta teoría que “no se puede decir que sea la oferta, o la demanda, la que determina por sí sola el precio” (Nicholson, 2002). Es por esto por lo que con base en sus planteamientos Marshall expone la curva que evidencia la relación entre la oferta y la demanda, la cual se muestra en la siguiente imagen, en la que el eje horizontal representa la cantidad adquirida de un bien y el eje vertical representa el precio.

Ilustración 1 Curva de oferta y demanda



Fuente: (Nicholson, 2002)

De acuerdo con Nicholson, en esta grafica se muestra que “la pendiente positiva de la curva SS refleja costes marginales crecientes, al igual que la pendiente negativa de la curva DD refleja un valor marginal decreciente. Las dos curvas se cortan en P^* , Q^* . Se trata de un punto de equilibrio” (Nicholson, 2002). Este punto de equilibrio se trata de una satisfacción entre los compradores y los vendedores, con relación a la cantidad y el precio del producto o del bien o servicio ofrecido. Pero es importante resaltar, que si existe un cambio en los valores de algunas de esas curvas pues el punto de equilibrio se desplazará a otro punto por lo cual Nicholson concluye que “el precio y la cantidad se determinan simultáneamente por la relación entre oferta y demanda” (Nicholson, 2002).

Teoría de la investigación de mercados

En medio de la necesidad de conocer las características de los intereses de los consumidores y en este caso particular de los inversionistas y compradores, se debe considerar al teoría de la investigación de mercados como una estrategia fundamental para conocer las características particulares tanto de los futuros clientes como del estado del arte en cuestión de competitividad del mercado, análisis de la oferta y la demanda, estrategias de mercado y demás aspectos de interés para considerar si es o no viable la implementación de un negocio, en este caso, de una inmobiliaria.

De acuerdo con Parada (2013) “la investigación de mercados es un elemento esencial para emprendedores y Startups puesto que esta acción tiene como objetivo analizar el mercado y sus consumidores hoy en día” (Parada, 2013). De esta forma, la investigación de mercado se posiciona en una estrategia necesaria para que las nuevas empresas obtengan el conocimiento necesario para evaluar la viabilidad de la implementación de un nuevo negocio en relación con la ubicación y demás aspectos de interés.

Mosquera (2015) plantea que “la investigación de mercados como una disciplina estratégica de decisión, tiene estructuras teóricas objetivas, verificables, razonadas y sistematizadas con métodos científicos” (Mosquera Pilco, 2015) Esto proporciona datos que al ser analizados proporcionan información valiosa para la toma de decisiones futuras.

Teoría del ciclo inmobiliario

La teoría del ciclo inmobiliario se encuentra fundamentada en el hecho de que todo en esta vida se moviliza a partir de ciclos, en este caso, según Zepeda y Almendares (2018), “Los ciclos inmobiliarios se definen como periodos de tiempo que, con una frecuencia entre

cinco y siete años, presentan características parecidas con respecto a la evolución del precio o al alquiler de viviendas y de oficinas (Zepeda Morazán & Almendares, 2018).

Con esto, se comprende entonces que los ciclos inmobiliarios o mejor dicho las situaciones financieras en el sector inmobiliario tiene la tendencia de ser muy parecido cada cinco o siete años. Sin embargo, esto no es camisa de fuerza ni es una obligación que se cumpla al pie de la letra, como dicen estos autores, “no quiere decir que los ciclos históricamente estén destinados a repetirse como un reloj, muchos factores pueden afectar las variaciones en los precios, costos y materia prima necesaria para el mercado inmobiliario” (Zepeda Morazán & Almendares, 2018).

Los ciclos que plantean estos autores en su libro son los siguientes, serán descritos en la siguiente matriz de análisis.

Tabla 1 Ciclo inmobiliario

Ciclo inmobiliario	
a) La gran venta	Se trata de “identificar que la demanda es mayor a la oferta de la vivienda” (Zepeda Morazán & Almendares, 2018)
b) Inversión sin error	Se trata de “identificar cuando la cantidad de compradores es menor a la cantidad de inmuebles ofertados” (Zepeda Morazán & Almendares, 2018)
c) Apuesta por la especulación	"Para detectar una especulación se deben evaluar los precios actuales de las propiedades, porcentajes de renta y la plusvalía". (Zepeda Morazán & Almendares, 2018)

Fuente: (Zepeda Morazán & Almendares, 2018)

Frente a esta teoría de los ciclos inmobiliarios, es importante resaltar el hecho que plantea también Zepeda y otros autores con respecto a que “nada es para siempre” es decir que “los fenómenos culturales pueden abruptamente cambiar la situación económica de un

mercado” (Vidal, 2017) Citado por (Zepeda Morazán & Almendares, 2018), así como ha estado cambiando un poco el ciclo inmobiliario en Popayán y sus alrededores en cuando a la oferta y demanda de propiedades campestres.

Plan de negocios

Todas las empresas requieren desde antes de su constitución realizar un plan de negocios que les permita tener claridad sobre la situación del mercado, determinar la demanda y la viabilidad de su conformación. Autores como Bóveda, Oviedo y Yakusik, (2015) lo definen como aquel que “permite plasmar una idea de negocio, con los detalles necesarios para evaluar y tomar la decisión de emprender” (Bóveda, Oviedo, & Yakusik S., 2015).

Varela (2008) plantea otro concepto que se interconecta con el de os autores anteriores, define el plan de empresa como “un proceso que busca darle identidad y vida propia a la entidad” (Varela, 2008). Este autor a diferencia de Bóveda y otros, plantea el plan de negocios como un proceso en el que se busca dar claridades a “los propósitos, las ideas, los conceptos, las formas operativas, los resultados y, en resumen, la visión del empresario sobre el proyecto” (Varela, 2008)

En este procedimiento, se realizan diferentes acciones necesarias para proyectar esa visión del negocio, buscando proyecta la empresa en un futuro, teniendo presentes las posibles dificultades y soluciones ante las situaciones que se presenten (Varela, 2008).

Factibilidad financiera

Parte del plan de negocios es la factibilidad financiera. Según Barrera (2010) la factibilidad financiera “Sintetiza numéricamente todos los aspectos desarrollados en el plan

de negocios” (Barrera Soriano, 2010) De acuerdo con esto, la factibilidad financiera implica analizar y presentar de manera ordenada todos los aspectos monetarios de un proyecto para determinar su viabilidad económica y financiera.

El proceso de factibilidad financiera implica crear un flujo de fondos, que es una representación ordenada en el tiempo de todos estos ingresos y egresos. Este flujo de fondos se construye para un período específico, que se llama el "horizonte de planeamiento". Este período es el lapso durante el cual se espera que el proyecto esté en funcionamiento y generando resultados (Barrera Soriano, 2010).

Marco Conceptual

Mercado inmobiliario

El concepto de mercado inmobiliario es definido por la revista Realía, en el presente año, y es considerado como “el conjunto de las acciones de oferta y demanda de bienes inmuebles” (Realía, 2023). En este sentido, este concepto hace referencia a ese conjunto de factores que intervienen en el sector de las inmobiliarias que afectan la oferta y el demandado de los servicios y bienes ofrecidos por estas empresas. (Realía, 2023)

Demanda

La demanda es un concepto que se utilizará mucho en esta investigación y es utilizado en cuanto se trate de análisis de mercado y cuestiones económicas. Este concepto se refiere a la cantidad de personas que están interesadas en comprar o alquilar casas campestres en la región. Según Arboleda (2021) “La demanda del mercado brinda información sobre bienes y servicios requeridos por un grupo de personas en un mercado determinado, en el cual influyen los intereses, las necesidades y las tendencias” además

continúa explicando que este concepto es “uno de los principales factores utilizados por las empresas, para fijar los precios de sus productos” (Arboleda Castro, 2021).

Oferta

El concepto de oferta también es muy necesario en esta investigación. La oferta es “la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender” (Maturana, 2010) Este autor, también menciona la Ley de la oferta, la cual plantea “manteniéndose todo lo demás constante, la cantidad ofrecida de un bien aumenta cuando sube su precio” (Maturana, 2010).

Localización Estratégica

De acuerdo con López (2023) la localización estratégicas “es el conjunto de acciones o el procedimiento completamente planificado que lleva a cabo una empresa con el fin de que su oferta, sus mensajes y todo su contenido se adapte a una nueva región o país o a un nuevo nivel social, cultural y de lenguaje, pero sin perder el estilo de la marca” (López, 2023).

Precio de Mercado

En cuanto al precio (Leriche G & Moreno, 2000) consideran que es “aquél al que efectivamente se venden los bienes en un momento dado del tiempo” Es (Leriche G & Moreno, 2000). Es decir, es el valor que se le da a un bien, servicio o producto y por el cual una persona puede adquirirlo.

Rentabilidad

Según Morillo (2001) La rentabilidad “es una medida relativa de las utilidades, es la comparación de las utilidades netas obtenidas en la empresa con las ventas (rentabilidad o

margen de utilidad neta sobre ventas), con la inversión realizada (rentabilidad económica o del negocio), y con los fondos aportados por sus propietarios (rentabilidad financiera o del propietario)” (Morillo, 2001).

Segmentación de Mercado

En cuanto a la segmentación de mercado, Charles W. L. Hill y Gareth Jones la definen como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva" citado por (Thompson, 2005).

Thompson también considera que este concepto se puede definir como "el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo con ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación del mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva". (Thompson, 2005).

Tendencias del Mercado

De acuerdo con Massonnier (2008) Las tendencias “son movimientos que suceden siempre en un nivel "macro" (macroeconómico, macrosocial) pero se expresan en la vida de cada uno, en la microhistoria, en las conductas de todos los días” (Massonnier, 2008). En este caso, las tendencias de mercado serian todos esos movimientos en los intereses de las personas que van marcando el ritmo sobre las inmobiliarias.

Bien raíz

De acuerdo con la Universidad de Sonora, un bien raíz es “el terreno y las estructuras adheridas al mismo” (Universidad de Sonora, 2001). Por otro lado, plantea que,

desde la perspectiva jurídica, “el terreno incluye no solamente a la tierra sino todo lo que está contenido dentro de la misma, ya sea por naturaleza o realizado por el hombre” (Universidad de Sonora, 2001). En este sentido, un bien raíz no se limita solo a la superficie del suelo, sino que también abarca todo lo que se encuentra bajo la superficie, como minerales, recursos naturales y otros elementos, así como cualquier construcción o mejora realizada por el ser humano en o sobre ese terreno, como edificios, casas, carreteras, entre otros. Pero también depende de las leyes de cada país que determinan lo que constituyen realmente los bienes raíces.

Propiedad horizontal

De acuerdo con lo expuesto por la Ley 675 DE 2001 se puede afirmar que la propiedad Horizontal es un concepto legal que se refiere a la forma en que se divide y se organiza la propiedad de un edificio o complejo de edificios con múltiples unidades independientes, como apartamentos, condominios o locales comerciales. Es comúnmente utilizado en el contexto de bienes raíces y propiedad inmobiliaria (El Congreso de Colombia, 2001).

Inmobiliaria

De acuerdo con Patiño (2002) se define una inmobiliaria como “una empresa que se dedican a la compra y venta de bienes inmuebles (casas, departamentos, comercios, terrenos, etc). También brindan otros servicios como: alquileres, gestionamientos de créditos hipotecarios, asesoramiento inmobiliario, tasaciones de propiedades, etc.” (Patiño López, 2002)

Además de esto, esta autora plantea que las inmobiliarias “Son intermediarios entre el propietario y el cliente, obteniendo de esta manera un rédito por esta transacción” (Patiño

López, 2002). En este sentido, las inmobiliarias son un tipo de empresas con unas actividades económicas diversas que facilitan los procesos de compra, venta, alquiler y otros servicios relacionados con bienes inmuebles y que también actúan como intermediarios entre propietarios y clientes, ayudando a ambas partes a concretar transacciones y ofreciendo una gama de servicios adicionales para facilitar estas operaciones.

Impuestos

Los impuestos han sido definidos por diferentes autores, entre estos se encuentra José Álvarez de Cienfuegos, citado por (Aniceto, 1962). Cienfuegos define los impuestos como:

Una parte de la renta nacional que el Estado se apropia para aplicarla a la satisfacción de las necesidades públicas, distrayéndola de las partes alícuotas de aquella renta propiedad de las economías privadas y sin ofrecer a éstas compensación específica y recíproca de su parte José Álvarez de Cienfuegos citado por (Aniceto, 1962).

Por su parte, Aniceto también define los impuestos expresándolo de la siguiente forma: “Aportación coercitiva que los particulares hacen al sector público sin especificación concreta de las contraprestaciones que deberán recibir” (Aniceto, 1962).

Plazos de amortización

De acuerdo con Parra (2016) la amortización es “un proceso financiero con el cual se cancela una deuda de forma gradual mediante pagos periódicos” (Parra, 2016). Las formas en las que se puede cancelar una deuda son diferentes, por eso, según este mismo

autor, “existen diferentes tipos de amortización, entre los cuales se encuentran la amortización gradual y la amortización constante” (Parra, 2016) La primera se cancela con pagos constantes y la segunda se cancela con pagos decrecientes (Parra, 2016).

Título de propiedad

De acuerdo con Jiménez (2009) el Título de propiedad, “es el documento legal que acredita la propiedad de un bien inmueble, como puede ser un lote, una vivienda, un local comercial, etc.” (Jiménez Huerta, 2009) Además de esto, el título de propiedad “ampara los derechos de propiedad que la Ley concede al dueño legal” (Jiménez Huerta, 2009).

Avalúo

Económicamente hablando es la cantidad de dinero por la cual se puede realizar una transacción inmobiliaria, y la cual depende básicamente de la actividad del mercado inmobiliario (Universidad de Sonora, 2001). Es la determinación técnica del valor de un inmueble, de sus frutos y derechos sobre el mismo, para una fecha y un lugar determinados, asumiendo un uso específico al inmueble. La valuación no crea un valor, sino que observa meramente todos los aspectos que lo influyen. Su objeto es proveer las bases firmes para tomar una decisión o establecer una política (Universidad de Sonora, 2001).

Capítulo 3 Metodología

Cuadro de metodología

Tabla 2 Cuadro de metodología

Metodología	
Enfoque Metodológico	El enfoque metodológico que se utilizará en esta investigación es mixto predominantemente cuantitativo, complementado con elementos cualitativos.
Tipo de Investigación	La investigación será de tipo exploratoria y descriptiva
Técnicas de Recolección de Datos:	Encuestas Análisis de Documentos
Instrumentos	Cuestionarios de Encuestas Herramientas de Análisis de Datos (Excel)
Procedimiento de Investigación:	<ul style="list-style-type: none">● Revisión de Literatura● Diseño de Cuestionarios● Recopilación de Datos● Análisis de Datos● Elaboración del Plan de Negocios● Evaluación y Validación

Fuente: Elaboración propia, 2023

Población y muestra

Población: En la región de Popayán, Cauca, según el DANE se encuentran un aproximado de 264,558 personas mayores de 18 años: 140,140 mujeres (53.0%) y 124,418 hombres (47.0%) (DANE, 2023).

La población entonces es 264.558 clientes potenciales de las propiedades campestres pero esta población se reduce si consideramos un factor esencial, que estén interesados en propiedades campestres y que estén interesados en utilizar los servicios de una inmobiliaria. Con base en esto, se podría considerar que 10.000 personas se encuentran en esta población.

La población de interés son 10.000 personas habitantes de Popayán, Cauca, interesados en propiedades campestres y en utilizar servicios de una inmobiliaria. Esta es una cifra aproximada que considera las condiciones socioeconómicas de la población y el interés de las personas para utilizar los servicios de una inmobiliaria.

Muestra:

$$\text{Muestreo aleatorio simple: } n = \frac{N}{1 + \frac{N}{U}}$$

$$\text{Muestreo aleatorio simple: } n = \frac{10000}{1 + \frac{10000}{350}}$$

$$\text{Muestreo aleatorio simple: } n = 338.70$$

La muestra para este ejercicio de investigación serán 350 personas aproximadamente.

Instrumento de recolección de información

- Cuestionarios de Encuestas en Línea: Se diseñó cuestionario estructurado que contenía preguntas relevantes para la investigación, incluyó preguntas cerradas (de opción múltiple) y abiertas (donde los participantes pueden proporcionar respuestas detalladas). Se utilizó las herramientas Google Formas para crear cuestionarios en línea y recopilar respuestas de manera eficiente y se compartirá enlace para que los clientes potenciales den sus respuestas.
- Matrices de Análisis de Contenido: Se diseñó matrices de análisis de datos que permitan categorizar y organizar la información de los documentos.
- Hojas de Cálculo (Excel): Se utilizaron las hojas de cálculo para recopilar datos cuantitativos de documentos, como estadísticas de mercado o datos financieros de empresas competidoras.

Capítulo 4 Plan de negocios

Análisis del Mercado

Objetivo general.

Determinar la demanda de los bienes y servicios de la inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia.

Objetivo específico.

- Identificar las preferencias de ubicación de los clientes mediante la realización de encuestas y análisis de mercado para determinar las áreas geográficas específicas de interés para los clientes en Popayán y sus alrededores.
- Determinar los perfiles de clientes ideales basados en datos demográficos, psicográficos y de comportamiento que ayudarán a la empresa a enfocar su marketing y sus esfuerzos de ventas de manera más efectiva para atraer y retener a clientes relevantes.
- Desarrollar estrategias de marketing específicas para cada segmento de cliente identificado.
- Establecer indicadores clave de rendimiento (KPIs) para evaluar el progreso y el éxito en la comprensión de las necesidades y el perfil del cliente.

Análisis del sector actual y tendencias nacionales, regionales y locales.

Contexto económico y demográfico

Popayán es la capital del departamento del Cauca, uno de los 32 departamentos de Colombia, ubicada específicamente en la región pacífica colombiana. De acuerdo con

estadísticas del DANE de 2018, la población de este municipio es de 264,558 personas, que constituye alrededor del 20% de la población del departamento.

De acuerdo con La Dirección general de Apoyo Fiscal (2019), este municipio se destaca por ser el “más representativo en materia de producción del departamento del Cauca, con un PIB que ascendió a \$3,8 billones en 2018, equivalente al 26.1% del PIB departamental” (Dirección General de Apoyo Fiscal, 2019). Lo que permite situarlo como el municipio que aporta más contribuciones económicas al departamento.

Entre las principales actividades económicas de este municipio se encuentran, la agricultura, el comercio, los servicios financieros, servicios sociales y la construcción (Dirección General de Apoyo Fiscal, 2019). Los servicios constituyen cerca del 83% del PIB del municipio, sin embargo, en los últimos años se ha identificado que sectores como el de la construcción han tenido un alza en el proceso de reactivación económica, luego de sufrir ese tiempo de crisis causado por la pandemia y del derrumbe de una de la vía más importante de la ciudad.

En temas de inversión, de acuerdo con lo expuesto por el alcalde de Popayán Juan Carlos López, se han realizado inversiones en sectores como el de la construcción para la edificación de viviendas y de fortalecimiento de la malla vial del municipio con la finalidad de generar movilidad económica para la reactivación del municipio.

En palabras textuales del alcalde durante una entrevista con el periódico La República, afirma que “En Popayán se han construido cerca de 8.000 viviendas, de las cuales 1.000 son proyectos del municipio” (Rodríguez, 2023). Lo que permite comprender que, en temas de construcción, actividad económica que va muy de la mano con el interés

de la inmobiliaria y la finca raíz, se han incrementado las inversiones y el interés del municipio por fortalecer este sector económico, lo que favorece al sector inmobiliario porque existen más posibilidades de que las personas se interesen por adquirir propiedades a su nombre en la medida que existen más opciones para comprar.

Otro factor importante en cuanto a la economía del municipio es el hecho de que sectores como la gastronomía y el turismo también están causando grandes impactos económicos, en palabras del alcalde, “El turismo es uno de nuestros sectores más importantes... En Semana Santa recibimos 69.000 turistas, de los cuales 4.100 fueron extranjeros. Y de esto, dejaron \$23.000 millones” (Rodríguez, 2023).

De acuerdo con esto, el turismo se convierte en otro factor bastante influyente para el dinamismo de empresas como la inmobiliaria por el alto volumen y flujo de personas que requieren del alquiler de casas de forma temporal, para disfrutar de los eventos de la ciudad y tener experiencias agradables durante su tiempo de descanso.

Demanda de propiedades campestres

En Popayán, como se ha mencionado anteriormente, durante los últimos tres años se han realizado varios proyectos de inversión en materia de construcción de casas y de vías que permiten la movilidad económica del territorio. También el turismo ha tenido un creciente auge y se ha incrementado el interés de las personas en visitar estos lugares en ciertas fechas para disfrutar de los eventos, la gastronomía y de los paisajes campestres.

También se ha identificado que existe una demanda constante de propiedades campestres en Popayán, impulsada por la búsqueda de un ambiente tranquilo y alejado del bullicio de la ciudad, esto se ve reflejado en la alta oferta de casas campestres en esta zona,

con solo googlear “propiedades campestres en Popayán” podemos encontrar una gran cantidad de empresas inmobiliarias ofreciendo diferentes alternativas.

Estas propiedades campestres son populares entre familias que desean un espacio para el esparcimiento y la recreación, también son populares para los turistas, extranjeros en búsqueda de ambientes tranquilos y paisajes por descubrir.

Competencia local

En la actualidad, hay una alta competencia en el mercado local con relación a las inmobiliarias y empresas de finca raíz que ofrecen diversidad de casas campestres en la zona. A pesar de la diversidad de ofertas, existe una gran necesidad identificada por los clientes y es la falta de claridad en los procesos para la adquisición del servicio, formas de financiación y reconocimiento del producto en sí.

Existen otros factores que afectan la competencia local en la actualidad, asociados con problemáticas globales y locales. Algunas problemáticas sociales y económicas que el mundo ha atravesado en los últimos años, por ejemplo, la pandemia y el derrumbe de una de las vías más importantes para la ciudad, han causado que los precios de los bienes raíces se incrementen ocasionando que los compradores disminuyan su capacidad de concretar la compra de estas propiedades.

Otro factor que es importante resaltar con relación a la competencia local es el aumento en el costo de la construcción¹, lo cual afecta directamente el costo de venta de los predios, parcelas y casas campestres. Esto se articula con el aumento de los precios de los

¹ “el mercado de la construcción intenta retomar la calma luego de un envión que hizo que el precio en pesos de los materiales se elevara por encima del 20 por ciento” (Cieri, 2023)

bienes raíces, pero a pesar de estos aumentos, es importante aclarar que en la actualidad se ha incrementado notablemente el interés de las personas por adquirir casas campestres y parcelas porque han considerado conveniente para ellos el cambio de lugar para aumentar la tranquilidad y la comodidad de sus días alejados del estrés de las ciudades.

Además de esto, es importante resaltar algunas debilidades actuales de la competencia local, entre las que se identifican aspectos como la falta de profesionalismo, transparencia, documentación y reputación dudosa en algunas operaciones informales. Estos aspectos han sido identificados por los propios compradores y clientes quienes manifiestan estas inconformidades que a su vez representan una oportunidad para la creación de nuevas empresas en el sector inmobiliario que esté bien planificada y que sea profesional que busque establecerse en el mercado con un enfoque en la confiabilidad y la satisfacción del cliente.

Esto permite comprender que a pesar de que existe gran competencia local en materia de inmobiliarias que ofrecen el mismo servicio y producto en Popayán, así también existe una gran demanda de propiedades por parte de los compradores quienes exigen innovación en la forma como se les está ofreciendo actualmente estos servicios y productos.

Tendencias nacionales, regionales y locales

A nivel nacional, a grandes rasgos se logra identificar una tendencia a la gestión de proyectos de sostenibilidad y ecoturismo, relacionados con los intereses actuales de las personas por proteger el medio ambiente y acercarse más a los entornos naturales que les permitan alejarse del estrés de las grandes ciudades y disfrutar de paisajes diferentes rodeados de naturaleza. En este sentido, se ha identificado que existe un creciente interés en

propiedades campestres sostenibles y ecológicas. Las tendencias apuntan hacia un mayor enfoque en la conservación del medio ambiente y el ecoturismo.

Con relación al comercio, una de las tendencias nacionales causadas por esto de la globalización, es la innovación tecnológica, en tanto que las empresas se han visto en la necesidad de atreverse a utilizar tecnologías digitales y plataformas en línea para la comercialización de propiedades porque el público objetivo generalmente utiliza esas herramientas para acceder a conocer y realizar su proceso de compras por estos medios modernos e innovadores.

De acuerdo con un artículo publicado recientemente, por The Logistics World “En Colombia, al igual que en otros países, ha habido una creciente necesidad de innovaciones tecnológicas para mejorar la entrega de productos” (TLW, 2023). En este mismo artículo, se hace mención que las nuevas tecnologías están siendo utilizadas con la finalidad de mejorar la calidad de los servicios ofrecidos por las empresas, en palabras textuales, afirman que:

“En Colombia, las innovaciones tecnológicas, están ganando impulso y tienen un impacto significativo en la industria del comercio electrónico, empresas de logística y distribución están invirtiendo en tecnología para mejorar la calidad de sus servicios y diferenciarse en el mercado” (TLW, 2023).

De esta forma, se confirma el hecho de que las nuevas tecnologías están siendo implementadas por las empresas para mejorar sus procesos logísticos y acercarse a su público objetivo y esto se convierte entonces en una tendencia a tener en cuenta en la construcción de este plan de negocios para la inmobiliaria.

El uso de estas nuevas tecnologías también ha traído consigo una serie de nuevas problemáticas asociadas con la confidencialidad y la seguridad, dos aspectos que han impactado en las empresas de finca raíz y las inmobiliarias, causando que muchos de los compradores tengan sospechas y desconfianza en algunas empresas.

En cuanto a lo regional y local, como se ha podido comprender hasta el momento, en los últimos tres años en Popayán ha habido una serie de cambios por causa de la reactivación económica en la que el sector de la construcción y el turismo han tenido gran auge, mediante el incremento del capital de inversión y de la demanda de productos y servicios relacionados con estas actividades económicas.

En este sentido, como tendencias locales identificamos el desarrollo de infraestructura y proyectos de inversión en materia de construcción de viviendas y del turismo. Esto se debe a que el gobierno local y regional ha invertido en mejorar la infraestructura vial que conecta a Popayán con otras ciudades, lo que facilita el acceso a áreas campestres y también han invertido en proyectos de construcción de 8.000 viviendas² en el territorio.

Análisis del mercado: diagnóstico del mercado (nacional, regional, local)

Mercado Nacional

Siguiendo con la misma línea de planteamientos anteriores que se han mencionado sobre las tendencias nacionales identificadas en Colombia, se puede considerar que, a nivel nacional, este país ha experimentado un crecimiento en la demanda de propiedades

² “Durante estos últimos tres años, en Popayán se han construido más de 8.000 viviendas” (Rodríguez, 2023)

campestres en los últimos años. Esto se debe a la creciente popularidad de buscar alternativas a la vida en la ciudad, especialmente después de la pandemia del COVID-19.

Después de la pandemia, el país ha experimentado una reactivación económica en términos positivos, de hecho, según estadísticas del DANE (2023) el país ha experimentado reducción de la tasa de desempleo y estadísticamente hablando, el DANE afirma que “la tasa de desocupación del trimestre móvil mayo - julio de 2023 fue 9,8%, lo que representó una disminución de 1,2 puntos porcentuales respecto al trimestre móvil mayo - julio de 2022 (11,0%)” (DANE, 2023).

Esto permite comprender que es evidente la reducción del desempleo en Colombia lo que ha impulsado la capacidad de compra de las personas y su interés en invertir en propiedades campestres.

Con este tema de la pandemia, explotó el interés de las empresas y sus trabajadores de utilizar la modalidad de teletrabajo, convirtiéndolo entonces como una de las tendencias de modalidad de trabajo con mayor crecimiento en la actualidad, esto ha llevado a que más personas busquen viviendas en entornos campestres para trabajar desde casa.

En resumidas cuentas, el mercado nacional en la actualidad se caracteriza por tener unos intereses en la compra de propiedades campestres que permitan a las personas tele trabajar desde espacios tranquilos alejados de las grandes ciudades y el crecimiento económico ha permitido que aumente la demanda y compra de estos predios.

Mercado Regional

En cuanto al mercado regional, se ha identificado que, en la región del Cauca, donde se encuentra Popayán, existe una demanda constante de propiedades campestres debido a

su entorno natural y su relativa cercanía a ciudades importantes como Cali. Esta región se ha convertido en un destino atractivo para aquellos que desean escapar de la vida urbana.

Otro factor determinante en el mercado regional es el hecho de que se han incrementado los proyectos de inversión en infraestructura vial, estos han facilitado el acceso a áreas campestres, lo que ha aumentado el interés en la compra de propiedades en Cauca.

Mercado Local (Popayán)

En Popayán, existe una demanda local significativa de propiedades campestres entre las familias que desean una vida más tranquila y cercana a la naturaleza. Además, la pandemia ha acelerado esta tendencia. Tal como lo afirma el alcalde de Popayán, el turismo rural ha crecido en la región y esto, en conjunto con el creciente interés de las personas en el ecoturismo y la sostenibilidad ambiental han ayudado a aumentar la demanda de propiedades campestres como opciones de alojamiento para turistas.

En cuanto a la competencia, se ha identificado que sí existe competencia local en el mercado de propiedades campestres en Popayán. Algunas empresas inmobiliarias y vendedores individuales ofrecen propiedades en esta categoría, pero presentan algunas dificultades y debilidades en materia de confiabilidad y estabilidad.

Debido a la demanda creciente, se han aumentado los precios de las propiedades campestres en Popayán, esto también está relacionado con temas de inflación e incremento de los materiales de construcción en todo el país que afecta el costo de inversión y de mano de obra. El mercado local también presenta escasez de oferta de calidad, porque a pesar de que exista gran variedad de ofertas en el mercado local, la escasez de propiedades

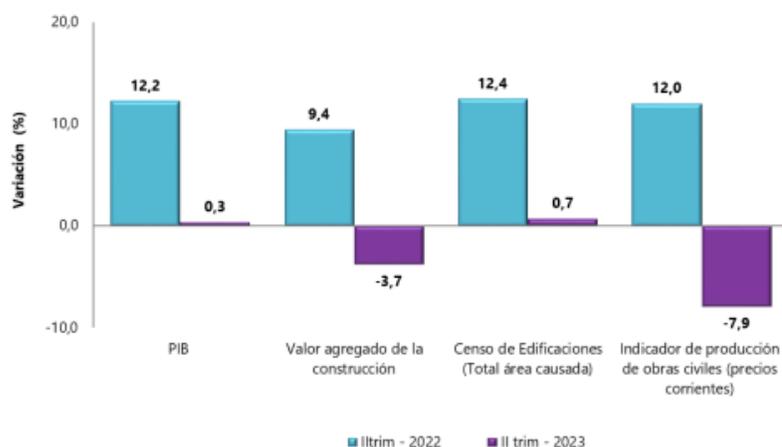
campestres de alta calidad puede ser una oportunidad para una empresa inmobiliaria bien planificada.

Indicadores del Mercado del Sector Inmobiliario y de la construcción.

Son varios los indicadores del mercado en sector inmobiliario y de la construcción, por un lado, tenemos las estadísticas del DANE (2023) en las que se distinguen estos indicadores frente al mercado del sector de la construcción. A continuación, por medio del siguiente gráfico se puede visualizar la variación anual de los indicadores de coyuntura del sector de la construcción II trimestre (2022-2023) según estadísticas del DANE.

Gráfico 1 Variación anual de indicadores sector construcción 2022-2023

Gráfico 1. Variación anual de los indicadores de coyuntura del sector de la construcción II Trimestre (2022 – 2023^{PR})



Fuente: (DANE, 2023)

El DANE (2023), en este mismo boletín presenta una tabla con los indicadores de coyuntura del sector construcción, los cuales se presentan a continuación:

Tabla 3 Indicadores de coyuntura del sector construcción

	Período			Variación cuatrinal (2023/2019) ²	Período de referencia
	Actual	Doce meses	Anterior ¹		
MACROECONÓMICOS					
PIB total ¹ (variación anual %)	0,3	3,2	3,0	11,4	II trim. 2023
Valor agregado de la rama construcción ³ (variación anual %)	-3,7	0,9	-3,5	-26,4	II trim. 2023
Valor agregado de obras civiles ³ (variación anual %)	-17,9	-10,9	-14,7	-48,5	II trim. 2023
Valor agregado de edificaciones ³ (variación anual %)	3,1	7,0	2,0	-11,1	II trim. 2023
Valor agregado de actividades especializadas ³ (variación anual %)	-3,2	1,5	-3,0	-26,9	II trim. 2023
Tasa de ocupación total nacional (participación %)	58,6	57,3	58,3	2,6	Julio 2023
OFERTA					
Producción de cemento gris (variación anual %)	1,7	-0,8	-6,1	9,2	Julio 2023
Área causada ⁴ (variación anual %)	0,7	4,8	0,2	NA	II trim. 2023
Área licenciada de edificaciones ⁴ (variación anual %)	-41,4	10,2	2,5	-16,0	Junio 2023
Área iniciada de edificaciones ⁴ (variación anual %)	-6,1	-4,3	-1,6	NA	II trim. 2023
Área culminada de edificaciones ⁴ (variación anual %)	1,3	8,9	9,5	NA	II trim. 2023
Indicador de producción de obras civiles ⁵ (variación anual %)	-7,9	-1,3	-3,0	-25,2	II trim. 2023
Indicador de producción de obras civiles ⁴ (variación anual %)	-17,9	NA	-14,7	NA	II trim. 2023
DEMANDA					
Despachos de cemento gris (variación anual %)	-6,5	-2,8	-7,5	-6,5	Julio 2023
Concreto Premezclado ⁶ (variación anual %)	3,0	3,7	4,0	0,1	Junio 2023
Indicador de mezcla asfáltica (variación mensual %)	-10,1	NA	-8,7	NA	Junio 2023
Valor total de los créditos desembolsados para vivienda ⁷ (variación anual %)	-26,1	-16,6	-31,2	-0,7	II trim. 2023
Valor desembolsado de créditos de vivienda ⁷ (variación anual %)	-15,9	-11,7	-29,6	18,8	II trim. 2023
Valor desembolsado de leasing habitacional ⁷ (variación anual %)	-65,3	-30,6	-36,3	-47,3	II trim. 2023
Número de créditos desembolsados para vivienda ⁸ (variación anual %)	-16,4	-21,1	-41,4	-8,3	II trim. 2023
Saldo de capital total ⁹ (variación anual %)	9,9	11,7	15,8	44,0	II trim. 2023
Saldo de créditos de vivienda ⁹ (variación anual %)	11,6	13,0	12,6	43,8	II trim. 2023
Saldo de capital de leasing habitacional ⁹ (variación anual %)	4,7	7,5	27,3	44,7	II trim. 2023
Número de créditos de la cartera hipotecaria de vivienda ⁹ (variación anual %)	4,5	4,7	5,5	16,6	II trim. 2023
PRECIOS Y COSTOS					
	Actual	Anual	Anterior ²		
Índice de precios de vivienda nueva (variación trimestral %)	3,1	10,1	3,0	NA	II trim. 2023
Índice de costos de la construcción de Edificaciones (variación mensual %)	0,0	9,4	-0,1	NA	Julio 2023
Índice de costos de la construcción de Obras Cíviles (variación mensual %)	0,2	10,9	0,1	NA	Julio 2023
IPP total (variación mensual %)	1,6	-3,0	-0,6	NA	Agosto 2023
IPP materiales de construcción ² (variación mensual %)	-0,6	4,2	-1,2	NA	Agosto 2023
EMPRESARIAL					
	Actual	Doce meses	Anterior ¹	Variación cuatrinal (2023/2019) ³	
Número de micronegocios de construcción - EMICRON (variación trimestral %)	-1,2	-4,7	-15,6	NA	II trim. 2023

Fuente: Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

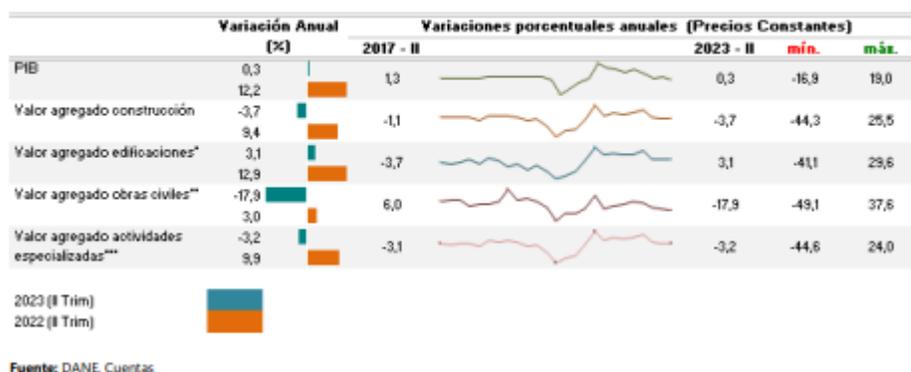
Fuente: (DANE, 2023)

Entre los indicadores de coyuntura del sector construcción que presenta el DANE en la anterior tabla encontramos que se clasifican en: Macroeconómicos, Oferta, Demanda, Precios y Costos y Empresarial. De acuerdo con esta clasificación, se evalúan los indicadores correspondientes a cada una de esas categorías como el PIB con relación a los Macroeconómicos y el índice de precios.

El primer indicador que se mide en la categoría de macroeconómicos es el PIB Producto Interno Bruto (PIB): En el segundo trimestre de 2023 (abril - junio), el PIB a precios constantes aumentó 0,3% con relación al mismo trimestre de 2022 (DANE, 2023).

Gráfico 2 Variación anual del PIB total 2017-2023

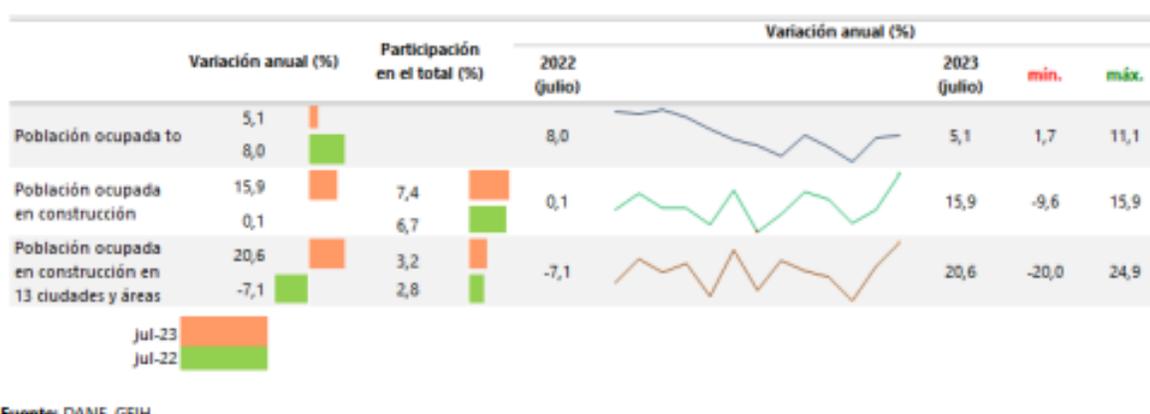
Gráfico 2. Variación anual del PIB total, valor agregado construcción y subsectores (a precios constantes) 2017 – 2023^{PR} (I trimestre)



Fuente: (DANE, 2023)

El siguiente indicador es empleo. Según el DANE, “En julio de 2023, el número de ocupados en el total nacional fue 23.182 miles de personas. La Construcción como rama de actividad económica participó con el 7,4% de los ocupados” (DANE, 2023).

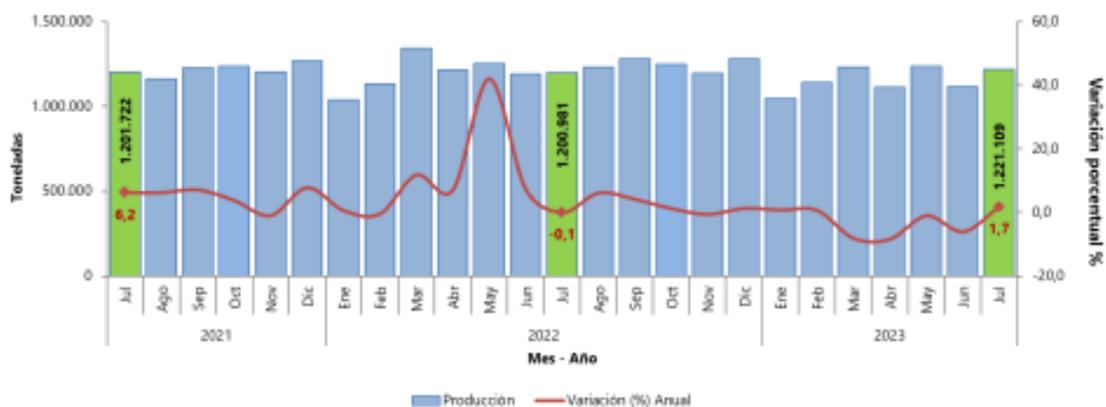
Gráfico 3 Variación y participación anual de la población ocupada y en la rama de actividad construcción



Fuente: (DANE, 2023)

Producción de Cemento Gris: “En julio de 2023, la producción total de cemento gris en el país alcanzó 1.221.109 toneladas, con un aumento del 1,7% respecto a julio de 2022” (DANE, 2023)

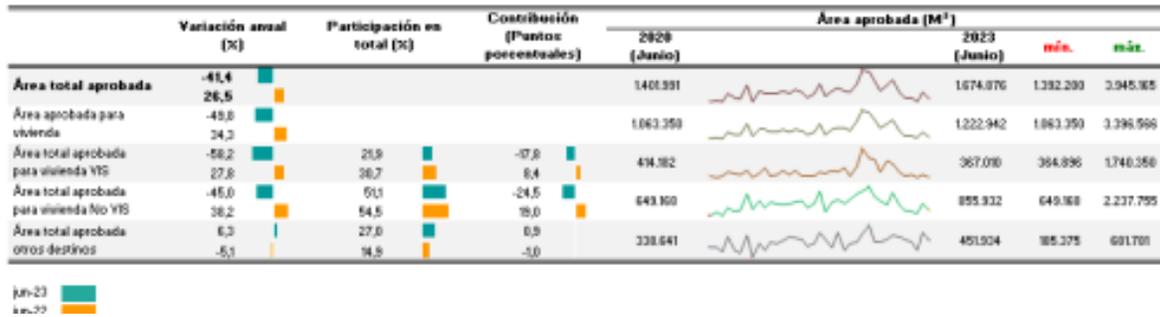
Gráfico 4 Producción de cemento gris (toneladas y variación anual de la producción)



Fuente: (DANE, 2023)

Licencias de Construcción: “En junio de 2023, se licenciaron 1.674.876m² lo que significó un decrecimiento de -41,4% del área total aprobada con respecto a junio de 2022. El área aprobada para vivienda presentó una disminución de 49,8%, al pasar de 2.434.535 m² en junio de 2022 a 1.222.942 m² en junio de 2023” (DANE, 2023)

Gráfico 5 Variación, contribución y participación anual del área aprobada



Fuente: (DANE, 2023)

Censo de Edificaciones: “En el segundo trimestre de 2023 (abril - junio), para las áreas de cobertura del Censo de Edificaciones, el 64,4% del área censada se encontraba en proceso de construcción, el 26,5% se encontraba paralizada y el 9,1% había culminado su actividad” (DANE, 2023).

Gráfico 6 Variación, contribución y participación anual del área culminada, en proceso y paralizada

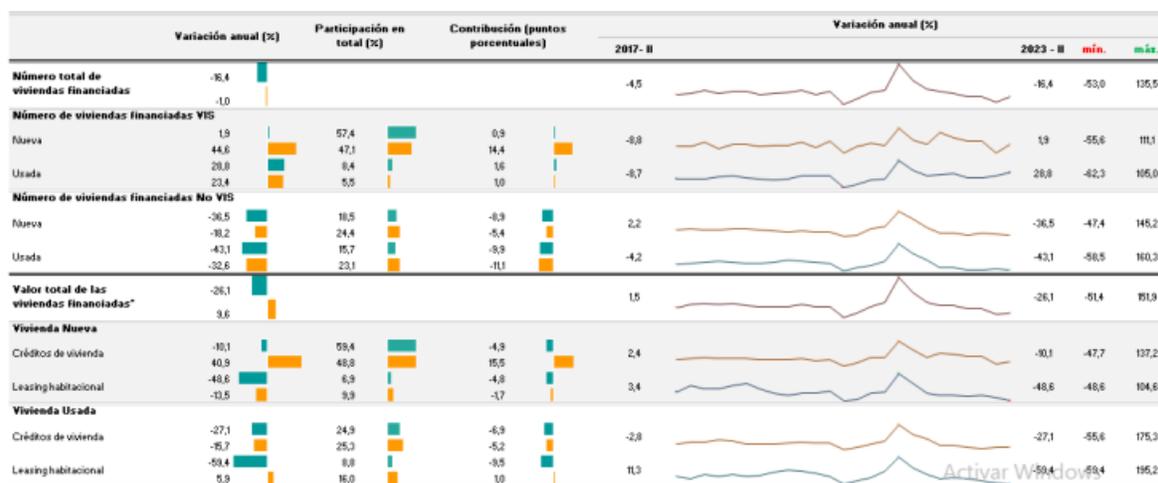
	Área culminada			Área en proceso			Área paralizada		
	Variación Anual (%)	Contribución	Participación (%)	Variación Anual (%)	Contribución	Participación (%)	Variación Anual (%)	Contribución	Participación (%)
Total Nacional	1,3			0,0			6,9		
Bogotá D.C. ¹	-19,2	-3,6	15,0	13,1	2,4	20,9	0,4	0,1	12,8
Medellín AM ²	-8,8	-1,4	14,7	0,6	0,1	20,4	34,8	4,9	17,7
Cundinamarca ³	-15,4	-2,0	11,0	4,0	0,4	11,3	20,9	1,6	8,9
Cali AU ⁴	25,3	3,1	15,2	-18,0	-2,2	9,8	1,4	0,2	13,0
Barranquilla AM ⁵	-14,1	-1,7	10,2	2,3	0,2	8,0	13,2	1,1	8,9
Sucre AM ⁶	-46,8	2,0	6,1	2,0	0,1	4,6	-104	-2,7	5,9
Pereira AM ⁷	-21,6	-0,4	1,6	8,8	0,2	2,2	13,2	0,2	1,4
Armenia AU ⁸	154,3	1,3	2,1	-2,4	0,0	1,8	-8,5	-0,2	2,3
Cartagena AU ⁹	118,7	2,4	4,4	11,7	0,5	5,0	-19,4	-1,3	4,9
Ibagué AU ¹⁰	42,8	1,3	4,2	-21,9	-0,8	3,0	51,2	0,8	2,3
Cúcuta AM ¹¹	1,6	0,0	2,0	-1,6	0,0	1,4	1,5	0,1	3,8
Manizales AU ¹²	-37,4	-0,5	0,8	-7,4	-0,1	1,5	11,7	0,1	1,2
Villavicencio AU ¹³	-3,2	-0,1	2,2	8,2	0,1	1,2	-14,1	-0,4	2,2
Néiva AU ¹⁴	18,4	0,2	1,6	6,4	0,1	1,2	-3,5	0,0	1,2
Pasto AU ¹⁵	93,9	0,6	1,2	-27,9	-0,4	1,1	70,9	0,5	1,2
Popayán AU ¹⁶	73,5	0,7	1,5	9,1	0,1	0,9	7,7	0,2	2,4
Santa Marta AU ¹⁷	-15,5	-0,2	1,1	-22,1	-0,5	1,6	-10,9	-0,4	2,7
Tunja AU ¹⁸	26,2	0,4	2,1	1,2	0,0	1,9	4,7	0,1	2,6
Valledupar AU ¹⁹	-32,9	-0,4	0,7	-7,9	-0,1	0,9	22,5	0,3	1,4
Monteban AU ²⁰	-0,6	0,0	0,8	-6,8	0,0	0,5	-11,4	-0,1	0,6
Sincalejo AU ²¹	-14,9	-0,1	0,7	-6,6	0,0	0,3	10,1	0,1	1,1
Yopal AU ²²	-21,5	-0,1	0,4	5,6	0,0	0,3	-26,5	-0,4	0,9
Florencia AU ²³	-10,2	-0,2	0,4	-8,2	0,0	0,2	23,2	0,1	0,6

Fuente: (DANE, 2023)

Financiación de Vivienda: “En el segundo trimestre de 2023 (abril-junio), el valor de los préstamos individuales desembolsados para la compra de vivienda nueva y usada alcanzó \$ 4.737.576 millones de pesos corrientes, con una disminución de 26,1% respecto

al mismo trimestre de 2022. El 84,3% del valor de los desembolsos para compra de vivienda corresponden a créditos de vivienda y el 15,7% corresponde a leasing habitacional” (DANE, 2023)

Gráfico 7 Variación, contribución y participación anual de la financiación

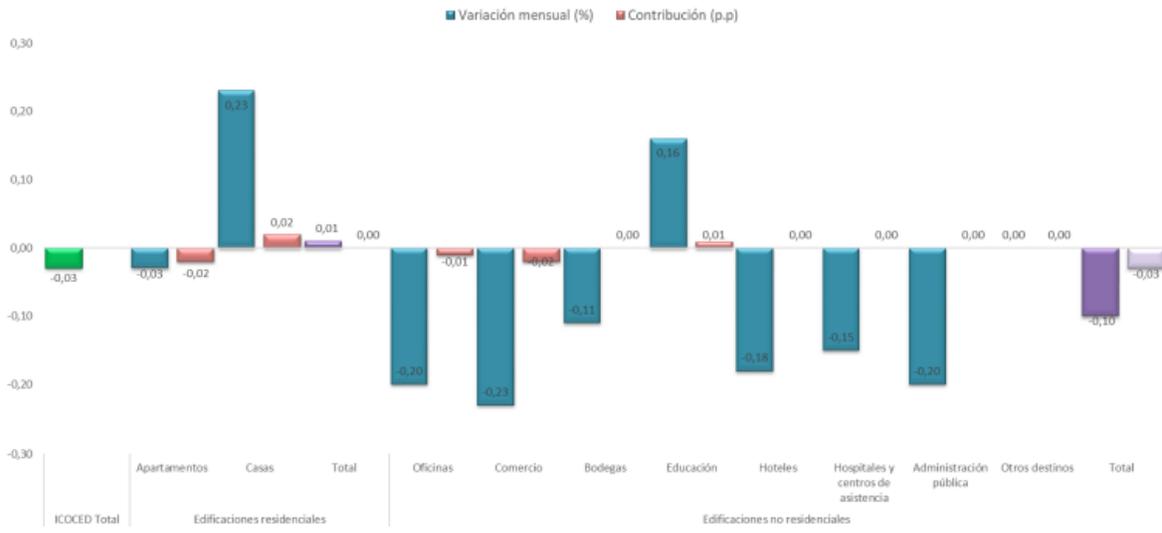


Fuente: (DANE, 2023)

Índice de Costos de la Construcción de Edificaciones: “El índice de Costos de la Construcción de Edificaciones – (ICOCED), es un indicador que permite conocer la variación promedio mensual de los precios de una canasta representativa de los insumos requeridos en la construcción de edificaciones en el país” (DANE, 2023)

Según el DANE “En julio de 2023, el índice de Costos de la Construcción de Edificaciones – (ICOCED) presentó una variación mensual del -0,03%, en comparación con junio de 2023. Para edificaciones residenciales la variación mensual fue de 0,01% y aportó 0,00 puntos porcentuales a la variación mensual total (-0,03%). Por su parte, para las edificaciones no residenciales la variación mensual fue de -0,10% y contribuyó con -0,03 puntos porcentuales a la variación mensual total (-0,03%).” (DANE, 2023).

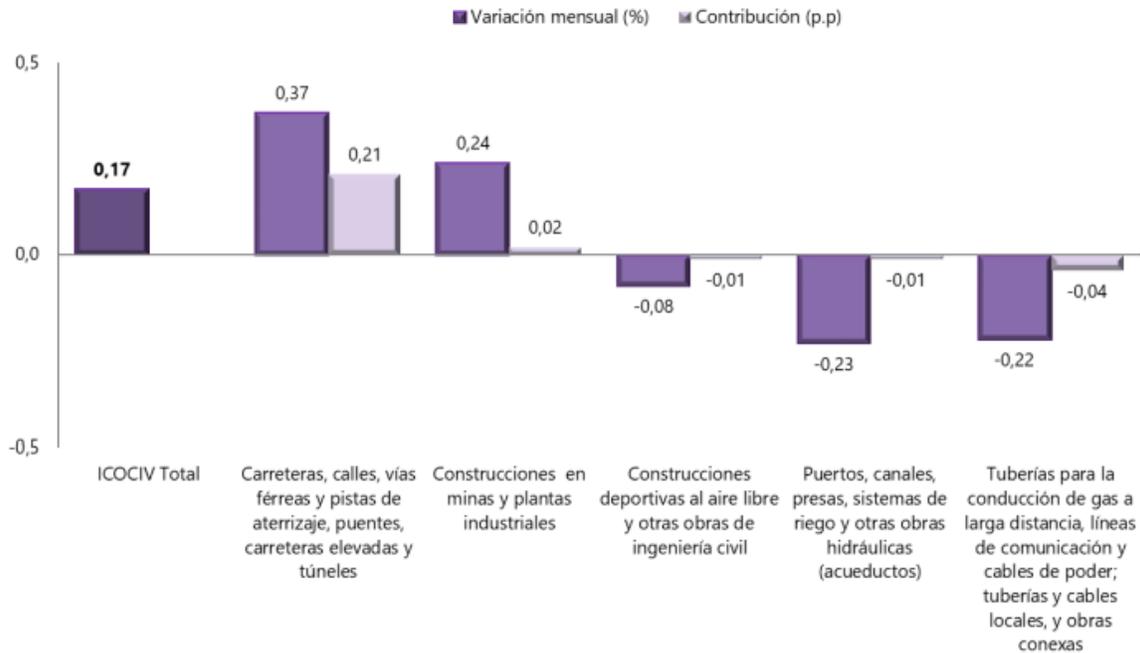
Gráfico 8 Variación, contribución y participación anual de la financiación



Fuente: (DANE, 2023)

Índice de Costos de la Construcción de Obras Civiles: “En julio de 2023, el Índice de Costos de la Construcción de Obras Civiles – (ICOCIV), registró una variación mensual de 0,17%, con respecto julio de 2023” (DANE, 2023).

Gráfico 9 Variación mensual y contribución del ICOCIV según tipos de construcción



Fuente: (DANE, 2023)

Estos indicadores antes mencionados, proporcionan una visión clara de la situación actual y las tendencias en esta industria en Colombia. Con respecto al PIB y Empleo, en el sector de la construcción el PIB es un indicador positivo que sugiere actividad económica saludable en el sector. Además, la contribución del sector de la construcción al empleo es significativa, lo que refleja su importancia en la generación de empleo en el país.

Con relación a la producción de Cemento, se ha identificado un notable aumento convirtiéndose este en un indicador relevante, ya que el cemento es un insumo fundamental en la construcción. Un aumento en la producción puede indicar un aumento en la actividad de construcción.

Totas las construcciones requieren de licencias, en este indicado se evidenció una disminución en el área total aprobada para construcción, especialmente en el área de viviendas, esto, puede ser un indicio de desaceleración en el mercado inmobiliario. Esto podría estar relacionado con cambios en la demanda o regulaciones gubernamentales.

Por otro lado, el hecho de que un porcentaje significativo de las edificaciones estén en proceso de construcción es un indicador positivo de la actividad continua en el sector. Sin embargo, la proporción de edificaciones paralizadas también es importante y podría indicar desafíos en algunos proyectos.

Otro aspecto importante que se rescata de los indicadores analizados es la disminución en el valor de los préstamos individuales para la compra de vivienda, el cual, puede reflejar cambios en la demanda de viviendas y la capacidad de financiamiento de los compradores. Por su parte, los índices de costos de construcción proporcionan información sobre la variación de precios de insumos en el sector. Esto es relevante para las empresas constructoras y puede afectar los márgenes de beneficio.

El análisis de estos indicadores muestra que el sector de la construcción en Colombia está experimentando cierta variabilidad en sus indicadores, con algunos aspectos positivos, como el crecimiento del PIB y la producción de cemento, pero también desafíos, como la disminución en las licencias de construcción y la financiación de viviendas. Estos indicadores son esenciales para evaluar la salud y la dirección del mercado inmobiliario y de la construcción, y proporcionan información valiosa para inversores, empresas y formuladores de políticas.

Clasificación de la Empresa Según CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme)

La actividad principal de una empresa inmobiliaria suele caer bajo la categoría de "Actividades inmobiliarias" en la CIU. Esta categoría puede desglosarse aún más en subcategorías más específicas. Esta inmobiliaria, realiza múltiples actividades, como compra y venta de bienes inmuebles, alquiler y explotación de propiedades propias o arrendadas, y otras actividades relacionadas con bienes raíces, su clasificación en la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) abarca varias categorías, estas son:

Tabla 4 Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU) de la inmobiliaria

Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIU)	
CIU - Clase 6810	Compra y venta de bienes inmobiliarios por cuenta propia Esta categoría incluye la compra y venta de bienes raíces (parcelas, terrenos, edificios) por parte de la empresa con el propósito de inversión, desarrollo o reventa.
CIU - Clase 6820	Alquiler y explotación de bienes inmobiliarios propios o arrendados Esta categoría abarca la propiedad y gestión de bienes inmuebles para su alquiler o arrendamiento a terceros. Esto podría incluir la gestión de alquileres de viviendas, oficinas, locales comerciales u otros tipos de propiedades.
CIU - Clase 6830	Actividades inmobiliarias realizadas con bienes propios o arrendados N.C.P. Esta categoría generalmente incluye actividades relacionadas con bienes inmuebles que no se ajustan específicamente a las categorías anteriores de compra, venta o alquiler de propiedades, como el desarrollo de proyectos inmobiliarios o la gestión de propiedades residenciales o comerciales.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Estudio del nivel de aceptación de los bienes y servicios

A partir del análisis documental de estudios, investigaciones, noticias y demás artículos relacionados con el sector de las inmobiliarias se obtuvo información diversificada que permite construir este estudio del nivel de aceptación de los bienes y servicios ofrecidos por esta inmobiliaria.

Por un lado, tenemos la Tesis de Alcalá García (2019), en la cual, se constituyó como objetivo "crear una empresa especializada en la venta de propiedades rurales y urbanas en nombre de sus propietarios." (Alcalá García, 2019). Con esta tesis y su contenido, se pudo identificar aspectos que debe considerar una empresa inmobiliaria como son: la compra de propiedades para revenderlas, alquilarlas y potencialmente desarrollar nuevas propiedades. Para esto se considera necesario, hacer un análisis del mercado inmobiliario actual y futuro en España y se establecen estrategias de diferenciación y creación de valor a través de servicios adicionales.

La Propuesta de Plan de Marketing (Calderón Rodríguez & Lara Henao, 2021) sobre el plan de mercadeo para La Torre Negocios Inmobiliarios en Pereira, Colombia, permitió la identificación del uso de herramientas digitales para mejorar la visibilidad y experiencia del cliente con el objetivo de aumentar el número de clientes a través de estrategias innovadoras. Esta estrategia se postula como una idea muy innovadora que atraerá clientes potenciales desde cualquier parte del mundo, de lo que se concluye que implementar el uso de las nuevas tecnologías en el plan de marketing es esencial en la actualidad para garantizar el éxito de la empresa.

El Plan de Negocio para "EsTuHábitat" (2021) también contempló el uso de la tecnología. Aquí se consideró necesaria la creación de una startup inmobiliaria online

llamada "EsTuHábitat." Enfocada en servicios integrales y online para búsqueda de viviendas temporales e inquilinos y también se enfoca que en la experiencia del usuario y uso de tecnología para automatizar procesos.

Otros datos relevantes en este estudio de aceptación son: la creciente demanda de propiedades campestres en Popayán, impulsada por la búsqueda de tranquilidad y el teletrabajo y por el aumento del interés en alquiler y compra de casas campestres en la región.

También se logra identificar que las inmobiliarias son percibidas como como una opción segura y transparente para transacciones inmobiliarias en un mercado con sobrevaloración de precios. Esto tiene mucho que ver con las expectativas de los clientes que incluyen encontrar propiedades de calidad a precios justos, porque en la medida en que los clientes adquieran estos bienes o servicios ofrecidos por la empresa valorarán la transparencia en las transacciones y servicios adicionales.

Es importante volver a resaltar que el uso de herramientas digitales para mejorar la visibilidad y experiencia del cliente, como lo propuesto en la propuesta de marketing en Pereira y la startup "EsTuHábitat." Es necesario en esta nueva modernidad en la que la mayoría de las personas está mucha más conectada por estos medios que en los medios tradicionales.

Estos análisis, también han permitido la identificación de factores de tensión o riesgo como la sobrevaloración de Precios en el Mercado Inmobiliario en Popayán presentada por (Pineda, 2018). Con respecto a esto, la existencia de una sobrevaloración de precios en el mercado inmobiliario en Popayán sugiere una posible necesidad de

alternativas asequibles y transparentes para los compradores y arrendatarios, porque la sobrevaloración puede generar incertidumbre en el mercado y tener consecuencias negativas en la confianza del sector inmobiliario y la economía en general.

También se identifica un aumento de la Demanda de Propiedades Campestres en Popayán de acuerdo con los planteamientos de (Cardona, 2021), la cual, es impulsada por atractivos naturales, un clima agradable y la búsqueda de un estilo de vida tranquilo. La creciente demanda de alquiler de parcelas y casas campestres en la región, también se ha identificado según los resultados de los estudios de este investigador.

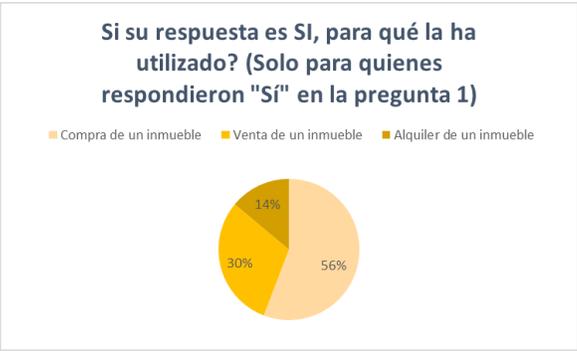
Según el periódico (El Quindiano, 2022), El interés de las personas por las casas campestres como una opción que ofrece tranquilidad, grandes espacios y contacto con la naturaleza se comprueba mediante los resultados de las consultas significativas en el portal Fincaraiz.com.co relacionadas con casas campestres, tanto en compra como en alquiler, en las que las personas que ingresaban al portal mostraban mayor interés en la compra de casas campestres que en su alquiler.

Este mismo artículo informativo, permitió tener como insumo teórico en que basarse para la segmentación del Mercado con relación a Precios de Referencia, porque aquí se obtuvieron datos sobre los precios más buscados para casas campestres en venta y alquiler, lo que puede ayudar a establecer precios competitivos y atractivos para los clientes. En cuanto a la preferencia de ciertos tamaños y características de propiedades, estas fueron las medidas de mayor interés en los clientes: áreas de 2000 m² a 5000 m² y unidades de 300 m² a 350 m².

Resultados de la investigación

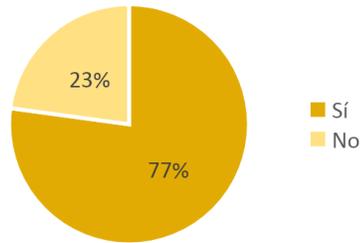
A continuación, se presentan los resultados de la investigación, mediante la aplicación de encuesta a 350 clientes potenciales de la inmobiliaria. Los resultados se presentarán en la siguiente tabla con sus respectivos análisis de resultados., solo se tendrán en cuenta los hallazgos más relevantes de la investigación y se dividirán en tres secciones: clientes potenciales interesadas en comprar, interesados en vender e interesados en alquilar.

Tabla 5 Resultados de las encuestas

Resultados de las encuestas										
Preguntas	Gráfica de respuestas	Análisis del resultado								
Información general										
¿Ha utilizado el servicio de alguna inmobiliaria?	<p>¿Ha utilizado el servicio de alguna inmobiliaria?</p>  <table border="1"> <caption>Data for: ¿Ha utilizado el servicio de alguna inmobiliaria?</caption> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>61%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>39%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	61%	No	39%	<p>Un número significativo de encuestados (215) ha utilizado los servicios de una inmobiliaria, lo que indica una base considerable de experiencia en el mercado inmobiliario.</p>		
Respuesta	Porcentaje									
Si	61%									
No	39%									
¿Si su respuesta es SI, para qué la ha utilizado?	<p>Si su respuesta es SI, para qué la ha utilizado? (Solo para quienes respondieron "Sí" en la pregunta 1)</p>  <table border="1"> <caption>Data for: Si su respuesta es SI, para qué la ha utilizado?</caption> <thead> <tr> <th>Categoría</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Compra de un inmueble</td> <td>56%</td> </tr> <tr> <td>Venta de un inmueble</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>Alquiler de un inmueble</td> <td>14%</td> </tr> </tbody> </table>	Categoría	Porcentaje	Compra de un inmueble	56%	Venta de un inmueble	30%	Alquiler de un inmueble	14%	<p>La mayoría de los clientes potenciales ha utilizado a las inmobiliarias para comprar esto corresponde al 56%, lo que permite inferir que este es el interés que tienen los clientes en las inmobiliarias. El 30% está interesado en vender y sólo el 14% se interés por alquilar propiedades.</p>
Categoría	Porcentaje									
Compra de un inmueble	56%									
Venta de un inmueble	30%									
Alquiler de un inmueble	14%									

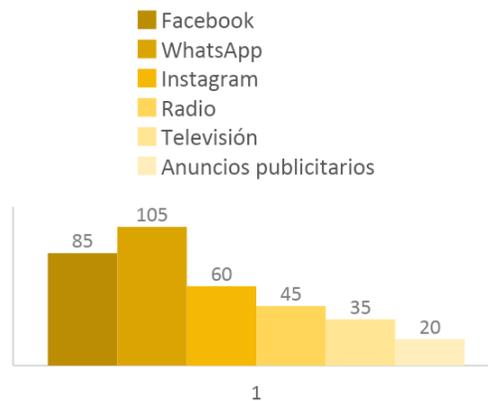
¿Conoce los servicios de alguna inmobiliaria?

¿Conoce los servicios de alguna inmobiliaria?



La mayoría de los encuestados (270) está consciente de los servicios de una inmobiliaria, lo que refleja un alto nivel de conocimiento sobre este tipo de negocio.

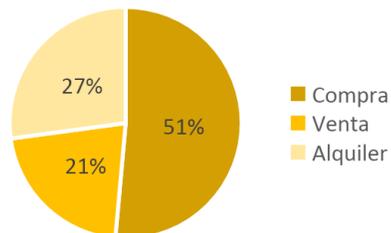
¿Por qué medio prefiere conocer ofertas inmobiliarias?



La red social que los clientes potenciales prefieren para conocer las ofertas inmobiliarias es WhatsApp, consideran que por este medio les interesa recibir las ofertas de las inmobiliarias.

¿Qué tipo de servicio inmobiliario le interesa?

¿Qué tipo de servicio inmobiliario le interesa?



Los clientes potenciales están más interesados en comprar que en vender o alquilar por medio de una inmobiliaria. Esto que indica una fuerte demanda para la compra de inmuebles

Interesados en comprar

¿Qué tipo de vivienda le gustaría comprar?

¿Qué tipo de vivienda le gustaría comprar? (Solo para quienes seleccionaron "Compra" en la pregunta anterior)



Entre los encuestados que desean comprar, la mayoría prefiere viviendas campestres (100) corresponde al 56% de la población, seguidas de parcelas (60) es decir el 33%. Esto sugiere un interés particular en

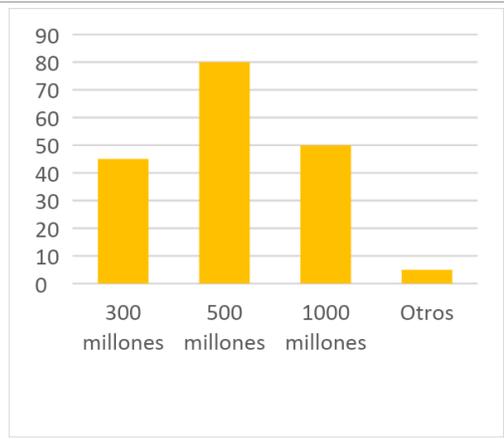
Si comprara una casa campestre ¿para cuál de las siguientes opciones la usaría?

propiedades rurales y campestres. Mientras que solo el 11% se interesa por otro tipo de vivienda.



La disposición a comprar una vivienda a las afueras de la ciudad es alta (140), lo que podría ser una oportunidad para ofrecer propiedades rurales. Esto se complementa con el interés elevado en utilizar estas propiedades para darles uso recreativo.

¿Qué presupuesto dispondría para la compra de su vivienda?

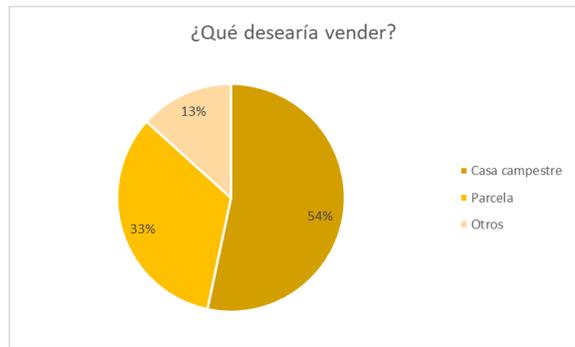


La mayoría de los encuestados que desean comprar tienen un presupuesto de 500 millones (80) o 1000 millones (50). Esto proporciona información sobre el poder adquisitivo de los clientes potenciales.

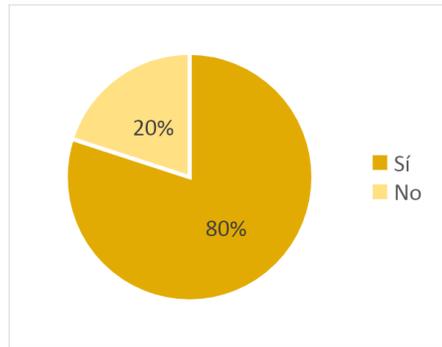
Interesados en vender

¿Qué desearía vender?

Un porcentaje equivalente al 54% de personas están interesadas en vender tiene propiedades campestres o parcelas. Esto podría indicar una oportunidad para la inmobiliaria de enfocarse en la comercialización de este tipo de propiedades. El 33%



¿Le gustaría que la inmobiliaria haga un avalúo de su inmueble?



de las personas les interesa vender parcelas y el 13% les interesa vender otros bienes.

La mayoría de los vendedores potenciales están interesados en que la inmobiliaria realice una valoración de sus propiedades. Esto sugiere que valoran el conocimiento profesional y la orientación de la inmobiliaria en cuanto a precios.

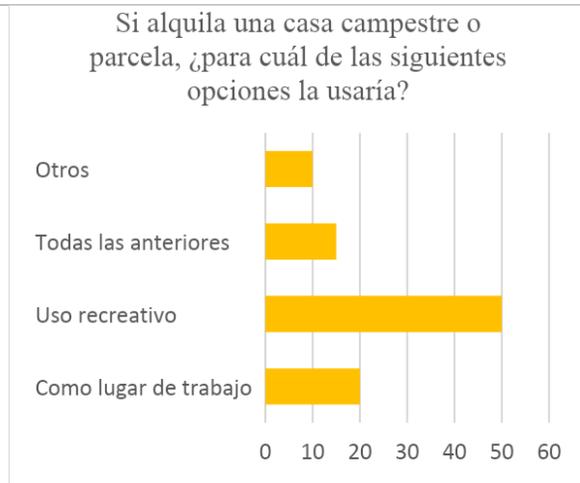
Interesados en alquilar

¿Qué tipo de vivienda le gustaría alquilar?



El 58% que equivale a la mayoría de las personas que están interesadas en alquilar desean casas campestres, lo que sugiere una demanda sólida en este segmento. El 26% les interesa alquilar parcelas y el 16% les interesa alquilar otros bienes.

Si alquila una casa campestre o parcela, ¿para cuál de las siguientes opciones la usaría?



La mayoría de las personas está interesada en usar las casas campestres para darles un uso recreativo.

Fuente: Elaboración Propia, 2023 de acuerdo con los resultados de las encuestas aplicadas a clientes potenciales de la inmobiliaria en 2023

De acuerdo con estos resultados, se obtuvieron los siguientes hallazgos:

El 56% de los clientes potenciales están interesados principalmente en comprar propiedades, especialmente viviendas campestres 56% y parcelas 33%, lo que indica una demanda sólida en propiedades rurales y espacios amplios. Existe un deseo de encontrar propiedades a las afueras de la ciudad equivalente al 78% de los clientes interesados, lo que resalta la oportunidad de ofrecer propiedades rurales y campestres.

El uso previsto de las propiedades campestres varía, pero la mayoría, es decir el 56% se inclina hacia fines recreativos, lo que sugiere que se busca un escape tranquilo de la vida urbana. El presupuesto de los clientes potenciales para la compra de propiedades varía, pero la mayoría, es decir el 44% indica que su presupuesto está por encima de \$500.000.000 lo que indica la necesidad de ofrecer propiedades en diferentes rangos de precios.

Los canales de comunicación preferidos para conocer ofertas inmobiliarias son WhatsApp y Facebook, lo que destaca la importancia de una presencia en línea efectiva y la comunicación a través de estas plataformas. Los hallazgos indican que existe un mercado sólido tanto para la venta como para el alquiler de propiedades campestres y parcelas.

Un porcentaje equivalente al 54% de personas están interesadas en vender tiene propiedades campestres o parcelas. El 58% que equivale a la mayoría de las personas que están interesadas en alquilar desean casas campestres, lo que sugiere una demanda sólida en

este segmento. Mientras que el 26% les interesa alquilar parcelas y el 16% les interesa alquilar otros bienes.

De acuerdo con esto, la inmobiliaria podría considerar especializarse en la comercialización de propiedades campestres debido a la alta demanda y el interés mostrado por ambos segmentos de clientes. La realización de avalúos es un servicio valorado por los vendedores potenciales, lo que podría ayudar a establecer relaciones de confianza con los clientes. La mayoría de los arrendatarios potenciales desean viviendas ubicadas a las afueras de la ciudad, lo que coincide con la tendencia hacia un estilo de vida más tranquilo y natural.

La inmobiliaria podría adaptar su estrategia de marketing para destacar su experiencia en propiedades campestres y parcelas, y su capacidad para satisfacer las necesidades de ambos grupos de clientes.

Análisis de la demanda

Los resultados de esta investigación sobre el nivel de aceptación de los bienes y servicios ofrecidos por la inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en Popayán se pueden resumir de la siguiente manera:

Tabla 6 Resumen de los resultados de la investigación

Resumen de los resultado de la investigación	
Fuentes	Descripción
Análisis de Estudios y Tesis	Se identificaron aspectos clave que una empresa inmobiliaria debe considerar, como la compra, alquiler y desarrollo de propiedades urbanas y rurales, además de estrategias de mercado y creación de valor. Se destacó la importancia del uso de herramientas digitales y estrategias innovadoras en el marketing inmobiliario, lo que sugiere la necesidad de adoptar

Demanda de Propiedades Campestres en Popayán	<p>tecnologías modernas para mejorar la visibilidad y la experiencia del cliente.</p> <p>La investigación resaltó el aumento de la demanda de propiedades campestres en Popayán, el 56% de los clientes potenciales está interesado en comprar casas campestres, lo cual está impulsado por factores como el deseo de tranquilidad, el teletrabajo y la atracción de un entorno natural. Se mencionó que la demanda está creciendo tanto en la compra como en el alquiler de casas campestres en la región. En la compra se registró aun interés del 52%, en la venta 27%, mientras que en el alquiler 21%.</p>
Interés en Casas Campestres	<p>Se confirmó un creciente interés de las personas en las casas campestres como una opción que ofrece tranquilidad, espacios amplios y contacto con la naturaleza. Los clientes interesados son alrededor del 56% en comprar viviendas campestres. Se recopilaron datos sobre consultas significativas en un portal inmobiliario que indican un mayor interés en la compra de casas campestres en lugar de su alquiler.</p>
Segmentación del Mercado y Precios de Referencia	<p>Se obtuvieron datos sobre los precios más buscados para casas campestres en venta y alquiler, lo que puede ser valioso para establecer precios competitivos y atractivos para los clientes. Se identificaron preferencias de tamaño y características de propiedades, como áreas de 2000 m² a 5000 m² y unidades de 300 m² a 350 m², lo que puede ayudar a adaptar la oferta a las necesidades del mercado. En promedio el precio del m² en casas campestres en Popayán tiene un precio de 3.000.000</p>
Riesgos Potenciales	<p>Se destacó la preocupación por la sobrevaloración de precios en el mercado inmobiliario de Popayán, lo que sugiere la necesidad de ofrecer alternativas asequibles y transparentes para los compradores y arrendatarios. Se reconoció que la incertidumbre en el mercado debido a la sobrevaloración podría tener un</p>

impacto negativo en la confianza del sector inmobiliario y en la economía en general.

Fuente: Elaboración Propia, 2023

Estos resultados anteriormente presentados respaldan la idea de establecer una inmobiliaria enfocada en parcelas y casas campestres en Popayán, ya que existe una demanda creciente y un interés significativo en este tipo de propiedades. También subrayan la importancia de adoptar tecnologías y estrategias modernas para satisfacer las expectativas de los clientes y abordar los desafíos potenciales del mercado, como la sobrevaloración de precios.

Con relación a los resultados de las encuestas, esto es lo que se puede analizar de la demanda:

Los clientes potenciales están interesados principalmente en comprar propiedades, especialmente viviendas campestres y parcelas, lo que indica una demanda sólida en propiedades rurales y espacios amplios. Existe un deseo de encontrar propiedades a las afueras de la ciudad, lo que resalta la oportunidad de ofrecer propiedades rurales y campestres.

El uso previsto de las propiedades campestres varía, pero la mayoría se inclina hacia fines recreativos, lo que sugiere que se busca un escape tranquilo de la vida urbana. El presupuesto de los clientes potenciales para la compra de propiedades varía, lo que indica la necesidad de ofrecer propiedades en diferentes rangos de precios.

Los hallazgos indican que existe un mercado sólido tanto para la compra y venta como para el alquiler de propiedades campestres y parcelas. La inmobiliaria podría considerar especializarse en la comercialización de propiedades campestres debido a la alta

demanda y el interés mostrado por los tres segmentos de clientes. La realización de avalúos es un servicio valorado por los vendedores potenciales, lo que podría ayudar a establecer relaciones de confianza con los clientes. La mayoría de los arrendatarios potenciales desean viviendas ubicadas a las afueras de la ciudad, lo que coincide con la tendencia hacia un estilo de vida más tranquila y natural.

La inmobiliaria podría adaptar su estrategia de marketing para destacar su experiencia en propiedades campestres y parcelas, y su capacidad para satisfacer las necesidades de ambos grupos de clientes. Los hallazgos de las encuestas resaltan la oportunidad para que la inmobiliaria se especialice en la comercialización de propiedades campestres y parcelas, atendiendo tanto a compradores, vendedores como a arrendatarios interesados en este tipo de inmuebles. También sugieren la importancia de ofrecer servicios de valor agregado, como avalúos profesionales, para ganarse la confianza de los clientes.

Análisis de la competencia: debilidades y fortalezas

La competencia en el mercado de propiedades campestres en Popayán presenta diversas empresas inmobiliarias y vendedores individuales que ofrecen propiedades similares. Entre esas empresas que se consideran competencia para esta inmobiliaria se encuentran: Daniel Cruz Bienes raíces, La Ceiba Campestre y e Inmobiliaria Finca Raíz Popayán. A continuación, se analizan algunas de las debilidades y fortalezas de la competencia local:

Tabla 7 Fortalezas y debilidades de la competencia Daniel Cruz Bienes raíces

Fortalezas y debilidades de la competencia	
Fortalezas de la competencia	Debilidades de la competencia
<ul style="list-style-type: none"> ● Reputación sólida: Daniel Cruz Bienes Raíces goza de una excelente reputación en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> ● Tamaño limitado: Siendo una empresa más pequeña, podrían no contar con la misma cantidad de

<p>debido a años de servicio confiable y transacciones exitosas.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Red de contactos: La empresa tiene una amplia red de contactos en la industria inmobiliaria, lo que le permite acceder a propiedades exclusivas y oportunidades únicas. ● Servicio personalizado: Ofrecen un servicio altamente personalizado, adaptando las ofertas a las necesidades específicas de los clientes. ● Tecnología avanzada: Utilizan tecnología de vanguardia para la promoción de propiedades y la gestión de transacciones. 	<p>recursos o inventario que las grandes agencias inmobiliarias.</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Limitación geográfica: Su presencia puede estar restringida a un área geográfica más pequeña en comparación con competidores más grandes. ● Menos recursos financieros: Es posible que tengan menos recursos financieros para invertir en marketing masivo o expansión.
---	---

Fuente: Elaboración Propia, 2023

Tabla 8 Fortalezas y debilidades de la competencia La Ceiba Campestre

Fortalezas y debilidades de la competencia	
Fortalezas de la competencia	Debilidades de la competencia
<ul style="list-style-type: none"> ● Ubicación estratégica: La Ceiba Campestre se encuentra en una ubicación privilegiada, ofreciendo propiedades campestres de alto valor en una zona de alta demanda. ● Amplio inventario: Tienen una amplia variedad de propiedades campestres en su portafolio, lo que les permite satisfacer diversas necesidades de los clientes. ● Equipo de ventas experimentado: Su equipo de ventas cuenta con una amplia experiencia en el mercado de bienes raíces campestres. ● Presencia en línea sólida: Tienen una presencia en línea sólida con un sitio web atractivo y estrategias de marketing digital efectivas. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Competencia local: Pueden enfrentar una competencia feroz de otras empresas locales que se especializan en bienes raíces campestres. ● Dependencia del mercado local: Su éxito podría depender en gran medida de las condiciones del mercado en su ubicación geográfica específica. ● Costos de mantenimiento de propiedades: Las propiedades campestres pueden requerir un mantenimiento costoso, lo que podría afectar los costos operativos.

Fuente: Elaboración Propia, 2023

Tabla 9 Fortalezas y debilidades de la competencia Inmobiliaria Finca Raíz Popayán

Fortalezas y debilidades de la competencia	
Fortalezas de la competencia	Debilidades de la competencia

- Presencia regional dominante: Inmobiliaria Finca Raíz Popayán es líder en el mercado inmobiliario de Popayán y sus alrededores.
 - Conocimiento local profundo: Tienen un profundo conocimiento de la zona, lo que les permite asesorar a los clientes de manera efectiva.
 - Relaciones sólidas con propietarios locales: Mantienen relaciones sólidas con propietarios de propiedades locales, lo que les da acceso a ofertas exclusivas.
- Limitación geográfica: Su enfoque principal en el mercado local podría limitar su capacidad de expandirse a nivel nacional o internacional.
 - Posible estancamiento: Si no diversifican sus servicios o áreas de enfoque, podrían enfrentar un estancamiento en su crecimiento.
 - Dependencia de la economía local: El rendimiento de la empresa podría estar vinculado a la economía local de Popayán y sus fluctuaciones.

Fuente: Elaboración Propia, 2023

Análisis de los proveedores

Para cualquier empresa es muy importante contar con unos proveedores de confianza que le brinden servicios que complementen o mejoren sus servicios ofrecidos.

Para el caso de esta inmobiliaria, también se requiere una gran variedad de proveedores con los que se debe contar para llevar a cabo estas actividades económicas de la compra, venta, alquileres de bienes y servicios de propiedades campestres. Este es el listado de los proveedores que se deben considerar, sus características y aportes a la empresa.

Tabla 10 Proveedores

Proveedor	Características Clave	Aportes a la Inmobiliaria
Agencia de Fotografía	- Experiencia en fotografía inmobiliaria - Equipo de fotografía profesional - - Capacidad para capturar propiedades de manera atractiva y realista	- Imágenes de alta calidad para anuncios y marketing en línea. - - Aumento del atractivo visual de las propiedades.
Servicio de Avalúo	- Licencia y acreditación profesional - - Experiencia en tasación de propiedades - Acceso a datos de mercado actualizados	- Avalúos precisos de propiedades para fijar precios competitivos. - - Ayuda en la toma de decisiones sobre precios de venta y alquiler.
Servicio de Limpieza	- Profesionales de limpieza capacitados - Equipo y suministros de limpieza adecuados - - Flexibilidad de horarios - - Costos competitivos	- Preparación de propiedades para mostrarlas en su mejor estado. - - Mantenimiento de propiedades en alquiler limpias y presentables.

Empresa de Publicidad	- Experiencia en publicidad y marketing inmobiliario - Capacidad para desarrollar campañas en línea y fuera de línea - Conocimiento de segmentación de mercado	- Estrategias de publicidad efectivas para promover propiedades. - Aumento de la visibilidad de la inmobiliaria en línea y en medios locales.
Abogado de Bienes Raíces	- Especialización en derecho inmobiliario - Experiencia en transacciones inmobiliarias - Conocimiento de regulaciones locales - Capacidad de representación legal	- Asesoramiento legal en transacciones y contratos inmobiliarios. - Garantía de que las operaciones inmobiliarias cumplan con la ley.
Agente de Ventas Externo	- Experiencia en ventas inmobiliarias - Red de contactos en el mercado inmobiliario - Conocimiento de estrategias de ventas - Comisión basada en resultados	- Ampliación de la base de clientes y propiedades. - Ventas efectivas y cierre de transacciones.
Servicio de Mantenimiento	- Equipo de mantenimiento para propiedades - Habilidades de reparación - Programas de mantenimiento preventivo - Respuesta rápida a problemas de mantenimiento	- Mantenimiento y reparación eficiente de propiedades en alquiler. - Aumento de la satisfacción del cliente.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Estrategias de mercado

Estrategia de bienes y servicio

En esta inmobiliaria que se dedica a la compra, venta y alquiler de bienes inmuebles, como parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán Cauca. Los tipos de productos que se piensan ofrecer dependen de las necesidades y preferencias de los clientes, así como de las características del mercado inmobiliario. Los productos y servicios que ofrecerá esta inmobiliaria son:

Tabla 11 Bienes y servicios

Bienes ofrecidos por la inmobiliaria	
Viviendas Campestres Nuevas	Variedad de viviendas campestres nuevas, diseñadas y construidas por la inmobiliaria. Estas viviendas pueden incluir cabañas, chalets, casas de campo y otros estilos arquitectónicos para satisfacer las preferencias de los clientes.

Viviendas Campestres Usadas

Cada una estará diseñada para brindar comodidad y disfrute en un entorno campestre.

También se tendrá en la cartera de productos viviendas campestres usadas en buen estado. Estas propiedades pueden ser una opción atractiva para compradores que buscan una propiedad con historia y carácter en la ciudad.

Parcelas Sin Construir

Se ofrecerán parcelas de terreno sin construir, ideales para clientes que desean construir su casa campestre a medida. Estas parcelas estarán ubicadas en áreas atractivas y contarán con la infraestructura básica necesaria.

Parcelas con Construcciones a Mejorar

También se ofrecerán parcelas con construcciones existentes que podrían requerir mejoras o renovaciones. Esto brindará oportunidades para compradores que desean proyectos de inversión a largo plazo.

Servicios de la inmobiliaria

Diseño de Planos Personalizados

Servicios de diseño de planos personalizados para aquellos clientes que desean construir su vivienda campestre desde cero. Se trabajará con arquitectos y diseñadores para crear planos que se adapten a las necesidades y preferencias de los clientes.

Construcción de Viviendas Campestres

Se llevarán a cabo proyectos de construcción de viviendas campestres, ya sea a partir de los planos personalizados o como parte de una oferta integral. La inmobiliaria, realizará subcontratación y cumplirá funciones de verificación y los profesionales contratados deben contar con todas las herramientas maquinarias y equipos necesarios para la gestión de la construcción, deberán contratar personal para realizar la obra y la inmobiliaria verificará que se cumplan los estándares de calidad y seguridad. La inmobiliaria se encargará solo de gestionar la contratación de la empresa que llevarán a cabo la obra y proporcionará lo planos de acuerdo con intereses del cliente.

Asesoramiento Inmobiliario	Se proporcionará asesoramiento experto a los clientes en cada paso del proceso de compra, venta o alquiler de propiedades. Esto incluirá ayudarles a comprender las regulaciones locales, evaluar las opciones de financiamiento y negociar transacciones exitosas.
Gestión de Propiedades	Para los clientes que deseen alquilar sus propiedades campestres, se ofrecerán servicios de gestión de propiedades. Esto incluirá la administración de alquileres, mantenimiento y atención a los inquilinos.
Trámites Legales y Documentación	Se hará facilitación de los trámites legales y la documentación necesaria para las transacciones inmobiliarias, lo que brindará a los clientes confianza y seguridad en sus inversiones.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Distribución

La estrategia de distribución para la inmobiliaria que ofrece bienes y servicios relacionados con la compra, venta y alquiler de bienes inmuebles, incluyendo casas campestres y parcelas en la ciudad de Popayán, Cauca, se basa en una comunicación efectiva y una segmentación cuidadosa de los clientes. La estrategia se enfoca en llegar a los clientes de manera personalizada según sus intereses y preferencias. Estos son los componentes clave de la estrategia de distribución:

Segmentación de Clientes:

Tabla 12 Segmentación de clientes

Segmentación por Tipo de Interés	Los clientes se dividen en tres segmentos principales según sus intereses compra, venta o alquiler. Cada segmento recibirá comunicaciones específicas relacionadas con sus necesidades.
Segmentación por Tipo de Bien	Además, se realizará una segmentación basada en el tipo de bien que están interesados en adquirir, ya sea casas campestres o parcelas. Esto

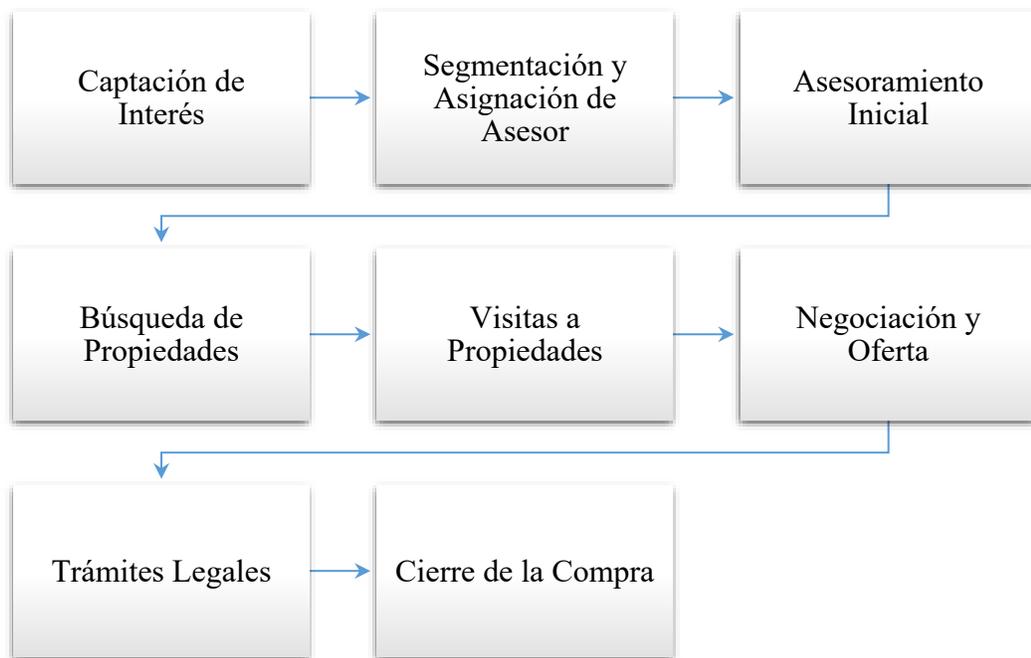
permitirá una personalización aún mayor de las comunicaciones.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Comprar:

A continuación, se presenta gráfico y tabla con el paso a paso a seguir para que el cliente logre concretar una compra como parte de la estrategia de distribución.

Gráfico 10 Paso a paso de la estrategia de distribución para clientes interesados en comprar



Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 13 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Comprar:

Captación de Interés

El cliente expresa su interés en comprar una propiedad campestre o una parcela a través de un formulario en el sitio web, una

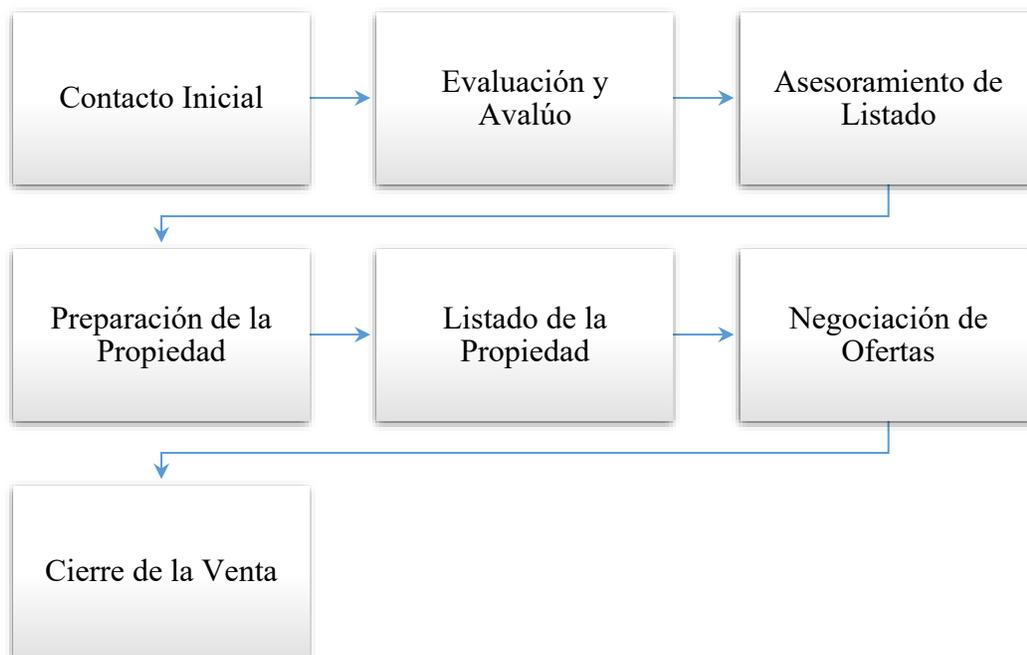
	llamada telefónica o un mensaje de WhatsApp.
Segmentación y Asignación de Asesor	El cliente es segmentado según sus preferencias y necesidades. Se le asigna un asesor inmobiliario dedicado que se especializa en propiedades campestres y parcelas.
Asesoramiento Inicial	El asesor inmobiliario proporciona asesoramiento inicial sobre el proceso de compra, opciones de financiamiento y requisitos legales.
Búsqueda de Propiedades	El cliente recibe listados de propiedades que se ajustan a sus criterios a través de WhatsApp o correo electrónico.
Visitas a Propiedades	El asesor organiza visitas a las propiedades que interesan al cliente y responde a sus preguntas.
Negociación y Oferta	Una vez que el cliente selecciona una propiedad, el asesor lo guía en el proceso de negociación y elaboración de una oferta.
Trámites Legales	La inmobiliaria facilita todos los trámites legales y documentación necesaria para la transacción.
Cierre de la Compra	La compra se cierra con éxito, y el cliente se convierte en el propietario de la propiedad.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Vender:

A continuación, se presenta gráfico y tabla con el paso a paso a seguir para que el cliente logre vender su propiedad como parte de la estrategia de distribución.

Gráfico 11 11 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Vender



Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 14 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Vender

Contacto Inicial	El cliente interesado en vender su propiedad se comunica con la inmobiliaria a través de WhatsApp, teléfono o sitio web.
Evaluación y Avalúo	La inmobiliaria realiza una evaluación inicial de la propiedad y, si es necesario, se lleva a cabo un proceso de avalúo.
Asesoramiento de Listado	Se asesora al cliente sobre la fijación del precio y la estrategia de comercialización de la propiedad.
Preparación de la Propiedad	Si es necesario, se brindan recomendaciones para preparar la propiedad para su venta.
Listado de la Propiedad	La propiedad se incluye en el catálogo de la inmobiliaria y se promociona en línea a través de WhatsApp, redes sociales y el sitio web.
Negociación de Ofertas	El asesor inmobiliario maneja las negociaciones de ofertas en nombre del cliente vendedor.

Cierre de la Venta

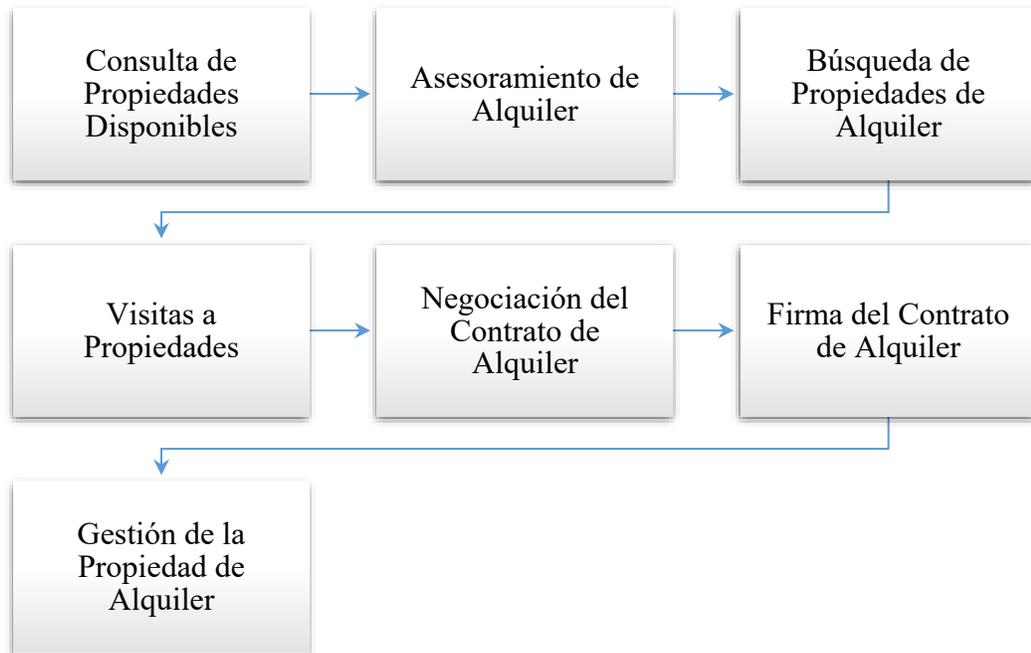
Una vez que se llega a un acuerdo con un comprador, se procede a cerrar la venta de la propiedad.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Alquilar:

A continuación, se presenta gráfico y tabla con el paso a paso a seguir para que el cliente logre alquilar su propiedad como parte de la estrategia de distribución.

Gráfico 12 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Alquilar



Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 15 Paso a paso de la estrategia de distribución para Clientes Interesados en Alquilar

Consulta de Propiedades Disponibles

El cliente que busca alquilar se comunica con la inmobiliaria a través de WhatsApp o el sitio web.

Asesoramiento de Alquiler

Un asesor inmobiliario asignado proporciona asesoramiento sobre las

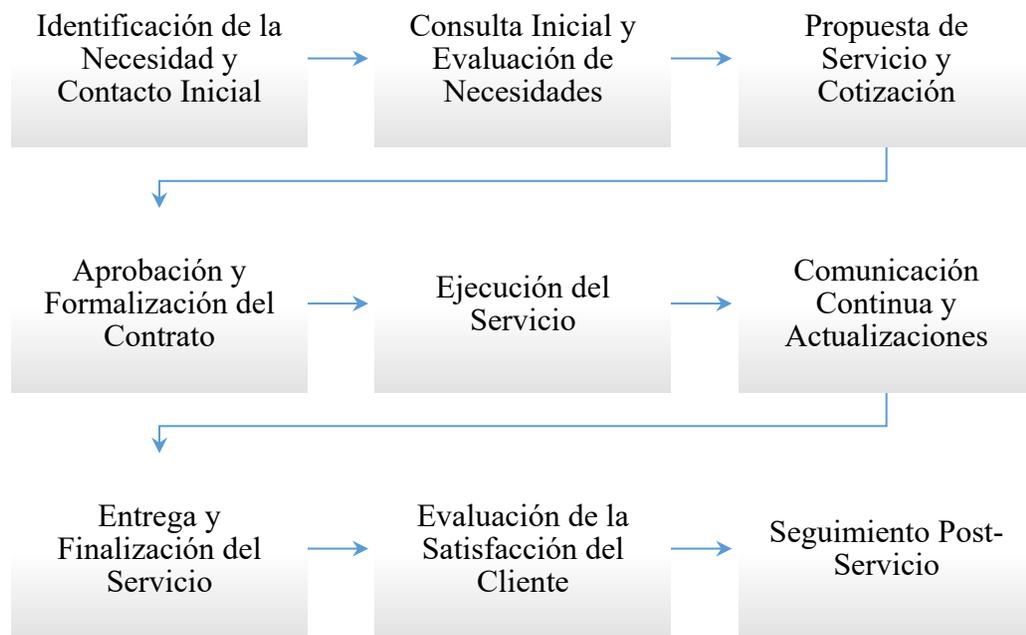
	opciones de alquiler disponibles y los requisitos.
Búsqueda de Propiedades de Alquiler	El cliente recibe listados de propiedades de alquiler que se ajustan a sus necesidades y presupuesto.
Visitas a Propiedades	El asesor organiza visitas a las propiedades de alquiler y responde a las preguntas del cliente.
Negociación del Contrato de Alquiler	Una vez que el cliente selecciona una propiedad, el asesor inmobiliario ayuda en la negociación del contrato de alquiler.
Firma del Contrato de Alquiler	El contrato de alquiler se firma, y el cliente se muda a la propiedad.
Gestión de la Propiedad de Alquiler	Si el cliente es un propietario que busca alquilar su propiedad, la inmobiliaria asume la gestión de la propiedad, incluido el mantenimiento y la atención a los inquilinos.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Estrategia de distribución para la adquisición de otros servicios ofrecidos por la inmobiliaria.

A continuación, se detalla un paso a paso de cómo los clientes interesados pueden adquirir los servicios ofrecidos por la inmobiliaria, que incluyen Diseño de Planos Personalizados, Construcción de Viviendas Campestres, Asesoramiento Inmobiliario, Gestión de Propiedades y Trámites Legales y Documentación:

Gráfico 13 Paso a paso de cómo los clientes interesados pueden adquirir los servicios ofrecidos por la inmobiliaria



Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 16 Paso a paso de cómo los clientes interesados pueden adquirir los servicios ofrecidos por la inmobiliaria

Identificación de la Necesidad y Contacto Inicial	El cliente se comunica inicialmente con la inmobiliaria a través de diferentes canales, como el sitio web, redes sociales, llamadas telefónicas o visitas a la oficina física.
Consulta Inicial y Evaluación de Necesidades	La inmobiliaria asigna un asesor especializado en el servicio requerido para la consulta inicial. Durante la consulta, el cliente explica sus necesidades y objetivos específicos para el servicio en cuestión. El asesor recopila información detallada sobre las preferencias y requisitos del cliente.
Propuesta de Servicio y Cotización	Basándose en la consulta inicial, el asesor elabora una propuesta detallada que incluye los servicios específicos a proporcionar, el alcance del trabajo, los plazos y los costos asociados. La propuesta se presenta al cliente, junto con una cotización clara y transparente.
Aprobación y Formalización del Contrato	El cliente revisa y evalúa la propuesta y la cotización proporcionadas por la

Ejecución del Servicio	<p>inmobiliaria. Si está satisfecho con los términos, el cliente aprueba la propuesta y formaliza el contrato con la inmobiliaria, lo que incluye la firma del contrato y el pago de cualquier tarifa inicial acordada.</p>
Comunicación Continua y Actualizaciones	<p>La inmobiliaria comienza a ejecutar el servicio de acuerdo con lo estipulado en el contrato. Para el Diseño de Planos Personalizados, se trabajará en la creación de planos a medida. En Construcción de Viviendas Campestres, se llevará a cabo la construcción. En Asesoramiento Inmobiliario, se proporcionarán recomendaciones y orientación, y así sucesivamente según el servicio.</p>
Entrega y Finalización del Servicio	<p>Durante la ejecución del servicio, la inmobiliaria mantiene una comunicación continua con el cliente para proporcionar actualizaciones, resolver preguntas o inquietudes y garantizar que se cumplan los plazos.</p>
Evaluación de la Satisfacción del Cliente	<p>Una vez que se completa el servicio, la inmobiliaria lleva a cabo una revisión final para garantizar que se cumplan todos los requisitos y estándares. Se entrega el trabajo finalizado al cliente, ya sea el diseño de planos, la vivienda construida, el asesoramiento o los trámites legales y documentación. El cliente efectúa el pago restante del servicio.</p>
Seguimiento Post-Servicio	<p>La inmobiliaria solicita retroalimentación al cliente para evaluar su satisfacción con el servicio proporcionado. Cualquier problema o inquietud se aborda de manera oportuna.</p> <p>La inmobiliaria realiza un seguimiento con el cliente después de la finalización del servicio para asegurarse de que todo esté en orden y que el cliente esté satisfecho. Se ofrece asistencia adicional si es necesario, como servicios de gestión de propiedades continuos o consultas adicionales.</p>

Fuente: Elaboración propia, 2023

Precio

La estrategia de precios basada en el costo del inmueble por avalúo comercial es una forma sólida y transparente de establecer precios en tu inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia. Esta estrategia se fundamenta en la valoración profesional de cada propiedad y busca reflejar su verdadero valor en el mercado. Aquí se explica en detalle:

Concepto de Estrategia de Precios por Avalúo Comercial:

La estrategia de precios por avalúo comercial implica establecer el precio de las propiedades campestres en función de su valor estimado en el mercado, determinado a través de un avalúo profesional. Esto significa que el precio se basa en una evaluación detallada de las características, ubicación, estado, servicios, antigüedad y potencial de rentabilidad de cada inmueble.

Se ha determinado que esta es la estrategia de precio más favorable para efectos de esta estrategia de negocios de acuerdo con los planteamientos de Lozada (2017) quien afirma que:

Las empresas para medir la fijación de precios deben consultar con sus profesionales en el sector económico, y realizar las prácticas necesarias para que sus procesos sean efectivos, para ello es indispensable observar el comportamiento del mercado, las pautas publicitarias son la ayuda valiosa para complementar el ejercicio de la oferta y la demanda (Lozada, 2017).

De acuerdo con los planteamientos de esta autora se procede entonces a detallar la estrategia de precios seleccionados en relación con el precio por avalúo comercial.

Estrategia Detallada:

- **Valoración Profesional:** Cada propiedad campestre será sometida a una valoración profesional llevada a cabo por expertos en bienes raíces. Estos profesionales evaluarán todos los aspectos relevantes de la propiedad y determinarán su valor en el mercado actual.
- **Precios Basados en Avalúo:** Una vez completada la valoración, el precio de la propiedad se establecerá en función del valor determinado por el avalúo comercial. Esto garantiza que el precio refleje de manera precisa las características y condiciones de la propiedad.
- **Transparencia y Claridad:** La estrategia se destacará por su transparencia y claridad en la fijación de precios. Los clientes recibirán información detallada sobre el proceso de avalúo y cómo se determinó el precio de la propiedad que están considerando.
- **Flexibilidad Negociadora:** A pesar de que el precio se basa en el avalúo, se definirá un margen de negociación razonable que permita ajustar el precio según las condiciones específicas del cliente y las condiciones cambiantes del mercado. Esto asegura que seamos flexibles para atender las necesidades individuales de los compradores.
- **Comparación con el Mercado:** Al comunicar el precio, destacaremos cómo se compara con otras opciones disponibles en el mercado, resaltando la relación calidad-precio de nuestras propiedades.
- **Actualización Periódica:** Los precios se revisarán periódicamente para adaptarlos a las variaciones del mercado, la demanda y la competencia.

Cualquier cambio se basará en avalúos actualizados y en el feedback de los clientes y agentes inmobiliarios.

- Esta estrategia de precios garantiza que las propiedades campestres ofrecidas por tu inmobiliaria estén respaldadas por una evaluación profesional y reflejen su verdadero valor en el mercado. Los clientes apreciarán la transparencia y la confiabilidad en los precios, lo que generará confianza y credibilidad en tu empresa en el competitivo mercado inmobiliario de Popayán, Cauca.

La estrategia de precios para la inmobiliaria, considerando el cálculo de los precios por avalúo de la propiedad, debe ser competitiva y al mismo tiempo rentable para la empresa. A continuación, se determina un porcentaje de ganancias para la inmobiliaria en cada uno de los casos: compra, venta y alquiler de propiedades.

Compra de Propiedades:

Precio de Compra: La inmobiliaria adquiere propiedades a través de compras directas o acuerdos con vendedores. El precio de compra se determina mediante avalúos profesionales y negociación.

Precio de Venta al Cliente: Para establecer el precio de venta al cliente, se agrega un margen de ganancia que refleje los costos operativos de la inmobiliaria, incluidos los gastos de adquisición, marketing y servicios de asesoramiento. Este margen suele ser un porcentaje del precio de compra, que oscila entre el 5% y el 15%, dependiendo de la ubicación y la demanda.

Venta de Propiedades:

Precio de Venta por el Cliente: El cliente que desea vender una propiedad determina un precio de venta deseado. La inmobiliaria evalúa la propiedad y su mercado para brindar asesoramiento sobre el precio más competitivo y realista.

Comisión de la Inmobiliaria: La inmobiliaria cobra una comisión por sus servicios de intermediación en la venta. Esta comisión se basa típicamente en un porcentaje del precio de venta acordado entre la inmobiliaria y el cliente vendedor. El porcentaje suele oscilar entre el 15% y el 20%, según el nivel de servicio y la complejidad de la venta.

Alquiler de Propiedades:

Precio de Alquiler por el Cliente Propietario: El cliente propietario establece un precio de alquiler para su propiedad. La inmobiliaria evalúa el mercado y brinda asesoramiento para establecer un precio competitivo.

Comisión de la Inmobiliaria: Por sus servicios de intermediación en el alquiler, la inmobiliaria cobra una comisión. Esta comisión es un porcentaje del valor total del contrato de alquiler y suele oscilar entre el 8% y el 12%.

Es importante destacar que los porcentajes de ganancia y comisión mencionados son rangos generales y pueden variar según factores como la ubicación geográfica, el valor de la propiedad, la competencia en el mercado y los servicios adicionales proporcionados por la inmobiliaria.

Estrategia de precio para los servicios

A continuación, se presenta una estrategia de precios para los servicios ofrecidos por la inmobiliaria, que incluye Diseño de Planos Personalizados, Construcción de Viviendas Campestres, Asesoramiento Inmobiliario, Gestión de Propiedades y Trámites

Legales y Documentación, junto con el porcentaje de ganancias estimado para la inmobiliaria en cada uno de estos servicios:

Diseño de Planos Personalizados: El precio para el servicio de diseño de planos personalizados variará según la complejidad del proyecto, el tamaño de la vivienda campestre y las especificaciones del cliente. Se puede establecer un margen de ganancia del 15% al 25% sobre los costos asociados con la contratación de arquitectos y diseñadores, así como la gestión del proceso de diseño.

Construcción de Viviendas Campestres: El precio de construcción de una vivienda campestre dependerá del tamaño, los materiales utilizados y las especificaciones del cliente. Se establecerán presupuestos individuales para cada proyecto. La inmobiliaria puede obtener un margen de ganancia del 20% al 35% sobre los costos totales de construcción, incluidos los materiales y la mano de obra.

Asesoramiento Inmobiliario: El precio por los servicios de asesoramiento inmobiliario puede variar según la complejidad de la transacción y la duración de la asesoría. La inmobiliaria puede cobrar una tarifa por hora o una tarifa plana basada en el valor de la propiedad involucrada en la transacción. Se puede establecer un margen de ganancia del 15% al 25% sobre los honorarios de los asesores inmobiliarios.

Gestión de Propiedades: La tarifa por los servicios de gestión de propiedades generalmente se basará en un porcentaje del valor del alquiler mensual de la propiedad. La inmobiliaria puede cobrar un porcentaje que oscile entre el 8% y el 15% del valor del alquiler mensual como tarifa de gestión.

Trámites Legales y Documentación: El costo de los servicios de trámites legales y documentación dependerá de la complejidad de la transacción y los servicios requeridos. La inmobiliaria puede cobrar un margen de ganancia del 10% al 20% sobre los costos asociados con la realización de trámites legales y documentación.

Promoción

Se presenta una estrategia de promoción integral como parte de nuestro plan de negocios para la empresa inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia, así como para cada uno de sus productos y servicios:

Estrategia de promoción genera *Tabla 17 Estrategia de Promoción general*

Estrategia	Descripción
Construcción de una Identidad de Marca Sólida	Desarrollaremos una identidad de marca sólida que transmita confiabilidad y profesionalismo, incluyendo logotipo, colores corporativos y presencia en línea coherente.
Crear una publicidad inicial	Se establecerá la creación de un logo que identifique la empresa, el cual evidencie la formalidad y posicionamiento en el sector.
Presentar representantes legales	Dar a conocer los representantes legales de la empresa, su recorrido académico y laboral, hecho que pueda generar confianza en los clientes y así mismo, hacer uso de la tecnología en la cual se pueda transmitir oficialmente a través de un canal de YouTube y Facebook de la empresa.
Creación de un Sitio Web Atractivo	Diseñaremos un sitio web atractivo y fácil de navegar que exhibirá todas nuestras propiedades y servicios con fotos de alta calidad, descripciones detalladas y formulario de contacto.
Contacto directo	Dentro de la página se incluye un formulario de contacto, un blog con consejos e información útil dentro de la misma se agregan botones para compartir en redes sociales o acceder a comunicación más personalizada como el WhatsApp empresarial
Amplia Presencia en Redes Sociales	Utilizaremos plataformas como Facebook, Instagram y LinkedIn para compartir contenido relacionado con nuestras propiedades y servicios, manteniendo una interacción activa.
Blog Informativo	Mantendremos un blog en nuestro sitio web con contenido relevante sobre el mercado inmobiliario, consejos y noticias locales relacionadas con la vivienda.
Colaboración Estratégica con Agentes Inmobiliarios Locales	Estableceremos colaboraciones con agentes inmobiliarios locales para expandir nuestro alcance en el mercado de Popayán.

Participación Activa en Ferias y Eventos Locales	Participaremos en ferias inmobiliarias y eventos comunitarios locales para exhibir nuestras propiedades y establecer conexiones valiosas con compradores y vendedores.
Evento de inauguración	Hacer una inauguración formal de la empresa en la cual se dé a conocer los objetivos, la misión y la visión de la empresa con el personal humano de trabajo.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Estrategias de Promoción para Productos y Servicios Específicos:

Tabla 18 Estrategias de Promoción para Productos y Servicios Específicos

A. Viviendas Campestres Nuevas y Usadas:	
Estrategia	Descripción
Recorridos Virtuales Interactivos	Ofreceremos recorridos virtuales interactivos de nuestras viviendas campestres en nuestro sitio web y redes sociales para explorar las propiedades remotamente.
Sesiones de Consulta Gratuitas	Proporcionaremos sesiones de consulta gratuitas para compradores interesados, ayudándoles a encontrar la propiedad perfecta.
Destaque de Características Únicas	Resaltaremos las características únicas de cada propiedad en nuestros anuncios, como vistas panorámicas y piscinas privadas.
B. Parcelas Sin Construir y Parcelas con Construcciones a Mejorar:	
Visualizaciones 3D Personalizadas	Ofreceremos visualizaciones en 3D personalizadas para que los compradores vean cómo pueden desarrollar proyectos en las parcelas sin construir.
Ideas de Construcción Inspiradoras	Compartiremos ideas de construcción para parcelas sin construir, proporcionando inspiración sobre cómo maximizar el potencial de las propiedades.
Servicios de Diseño de Planos Personalizados	Promocionaremos nuestros servicios de diseño de planos personalizados para parcelas con construcciones a mejorar.
C. Diseño de Planos y Construcción de Viviendas:	
Portafolio de Proyectos Anteriores	Exhibiremos un portafolio en línea con ejemplos de proyectos anteriores de diseño y construcción para demostrar nuestra calidad y experiencia.
Consultas de Diseño Gratuitas	Ofreceremos consultas de diseño gratuitas para que los clientes discutan sus ideas y necesidades con nuestros expertos en diseño.
Testimonios de Clientes Satisfechos	Compartiremos testimonios y reseñas de clientes satisfechos que han utilizado nuestros servicios de diseño y construcción.
Galerías de Diseño Inspiradoras	Crearemos galerías en línea con ejemplos de planos y diseños de interiores para inspirar a los clientes y ayudarles a visualizar sus proyectos de construcción.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Publicidad

Para la empresa inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca. Se tiene como objeto crear estrategias de marketing teniendo en cuenta varios aspectos, como el público objetivo, la competencia, el posicionamiento, los canales de comunicación y la propuesta de valor.

De esta maneja establecer una buena estrategia de marketing que sea capaz de atraer, captar y fidelizar a los clientes potenciales, en los cuales se les pueda ofrecer soluciones a sus necesidades y deseos. Por lo tanto, la estrategia de marketing para la inmobiliaria es:

Tabla 19 Estrategias de marketing

Promoción y publicidad	Fomentar el boca a boca y expandir publicidad en físico en la ciudad como vallas publicitarias y volantes para lograr obtener asistentes interesados. Además de afianzar la comunicación través de cuñas radiales, publicidad en Facebook que a nivel local es lo que con frecuencia se utiliza.
Programa de referidos	Se puede crear un programa de referidos el día del evento formal en el que se ofrezca incentivos a los clientes que se interés adquirir los servicios y que además traigan nuevos contactos.
Participación en redes sociales	Solicitar a los clientes que dejen comentarios positivos en las redes sociales, en las plataformas de opinión o en la página web. Estas acciones ayudan a generar confianza y credibilidad en la inmobiliaria.
Marketing de Contenidos	Utilizar el marketing de contenidos para generar confianza y autoridad en el sector. Crear un calendario editorial con temas de interés para el público objetivo, incluyendo tendencias del mercado y beneficios de contratar la inmobiliaria.

Uso de Medios Visuales	Aprovechar las herramientas de edición de vídeo para mostrar los inmuebles de manera realista y emocional. Utilizar canales como YouTube, Instagram o TikTok para compartir vídeos cortos y dinámicos de las propiedades.
Publicidad Online Segmentada	Realizar campañas de publicidad en línea para aumentar el alcance y visibilidad de la inmobiliaria. Utilizar plataformas como Google Ads, Facebook Ads o LinkedIn Ads para segmentar al público de manera efectiva.
Medición y Ajustes	Medir regularmente los resultados y realizar ajustes progresivos en las estrategias de marketing para mejorar los resultados continuamente.
Publicidad en Línea Efectiva	Implementaremos estrategias de publicidad en línea, como Google Ads y anuncios en redes sociales, para aumentar la visibilidad de nuestras propiedades y servicios.

Fuente: Elaboración propia, 2023 basados en (Comunicare, 2023)

Por otro lado, con relación a los intereses manifestados por los clientes potenciales en las encuestas aplicadas, se considera necesario también implementar una estrategia publicitaria teniendo en cuenta los siguientes aspectos: Comunicación personalizada, oferta de contenido relevante, Asesoramiento Individualizado y Presencia en Medios Locales.

Comunicación Personalizada:

Comunicación por WhatsApp: Dado que WhatsApp es uno de los medios preferidos por los clientes para conocer ofertas inmobiliarias, la inmobiliaria establecerá una fuerte presencia en esta plataforma.

WhatsApp Automatizado: Se implementará un sistema de mensajería automatizado para responder preguntas frecuentes y proporcionar información básica sobre

las propiedades disponibles. Esto garantizará una respuesta rápida y eficiente a las consultas de los clientes.

Grupos de Difusión: Se crearán grupos de difusión de WhatsApp separados para cada segmento (compra, venta y alquiler) y tipo de bien (casas campestres y parcelas). Los clientes podrán unirse a los grupos que mejor se adapten a sus necesidades e intereses.

Oferta de Contenido Relevante:

Contenido Personalizado: La inmobiliaria creará contenido personalizado para cada segmento, como listados de propiedades disponibles, consejos de compra o venta, información sobre regulaciones locales y más.

Publicaciones en Redes Sociales: Se utilizarán plataformas como Facebook e Instagram para publicar imágenes y descripciones de las propiedades, atrayendo a un público más amplio y brindando a los clientes una vista previa visual de las propiedades.

Asesoramiento Individualizado:

Asesoramiento Personalizado: Cuando un cliente exprese un interés más serio en una propiedad o servicio, se le asignará un asesor inmobiliario dedicado. Este asesor proporcionará asesoramiento individualizado y estará disponible para responder preguntas y guiar al cliente a lo largo del proceso.

Presencia en Medios Locales:

Publicidad en Medios Locales: Para llegar a una audiencia más amplia en la ciudad de Popayán, la inmobiliaria considerará la publicidad en medios locales como radio y televisión.

Participación en Eventos Locales: La inmobiliaria participará en eventos locales y ferias de bienes raíces para aumentar su visibilidad y establecer conexiones directas con clientes potenciales.

Presupuesto mezcla de mercadeo

A continuación, presentamos el presupuesto de mezcla de mercadeo de la inmobiliaria.

Tabla 20 Presupuesto mezcla de mercadeo

Presupuesto mezcla de mercadeo	Costo mensual
Producto:	
Desarrollo de sitio web profesional	\$ 2.500.000
Fotografía y recorridos virtuales de propiedades	\$ 3.000.000
Actualización de cartera de propiedades	\$ 50.000.000
Precio:	
Valoración profesional de propiedades Tarifa mensual.	\$ 250.000
Plaza:	
Alquiler de oficina	\$ 1.200.000
Participación en ferias inmobiliarias locales	\$ 2.500.000
Promoción:	
Publicidad en línea (Google Ads y redes sociales)	\$ 500.000
Publicidad fuera de línea (vallas publicitarias y cuñas radiales)	\$ 1.000.000
Marketing de contenidos	\$ 750.000
Presencia en redes sociales (promoción de publicaciones y anuncios)	\$ 250.000
Gastos Generales:	
Salarios de empleados (2)	\$ 29.800.000
Facturas de servicios públicos	\$ 1.000.000
Gastos de oficina (suministros, mobiliario, etc.)	\$ 700.000

Reserva para Contingencias:

5% del presupuesto total \$ 333.250

Total, del Presupuesto de Mezcla de Mercadotecnia:

Total, del Presupuesto Mensual de Mezcla de Mercadotecnia \$ 93.783.250

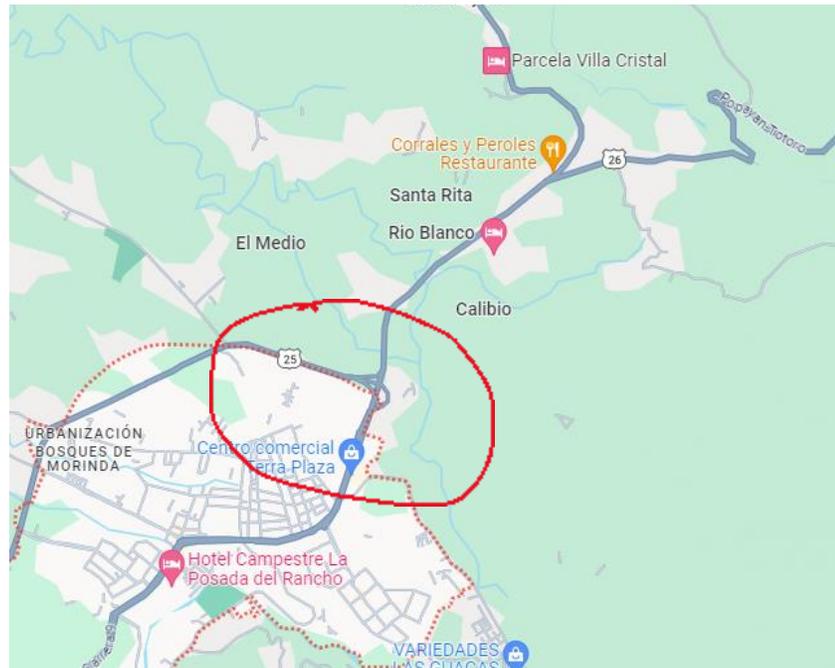
Fuente: Elaboración propia, 2023

Este presupuesto de mercado anteriormente detallado en la tabla incluye algunos costos y gastos que se verán reflejados en las tablas de costos y gastos que se presentarán en los aspectos financieros que se detallarán más adelante.

Análisis técnico y operativo

Micro localización e infraestructura

Ilustración Mapa Ubicación de Oficinas



Fuente: (Google Maps, 2023)

Micro localización: Popayán es una ciudad conocida por su belleza natural y su entorno campestre. La oficina de la inmobiliaria estará ubicada en la zona subrayada de rojo cerca del centro comercial Terra Plaza porque es una zona comercial concurrida, cerca de las zonas campestres. Para maximizar el atractivo de la inmobiliaria, es crucial seleccionar cuidadosamente las ubicaciones de las propiedades que ofrece. Para esto se deben tener en cuenta las siguientes consideraciones:

Zonas Campestres Atractivas: Se seleccionarán parcelas y áreas para viviendas campestres en lugares que ofrezcan vistas panorámicas, proximidades a la naturaleza y

tranquilidad, ubicadas principalmente al norte de la ciudad alrededor del Parque industrial. Estas ubicaciones deben estar lo suficientemente cerca de las comodidades urbanas, como supermercados y escuelas, pero lo bastante apartadas para proporcionar una experiencia campestre auténtica.

Accesibilidad: la ubicación de las propiedades será fácilmente accesible desde el centro de Popayán y las principales vías de comunicación. Esto facilitará que los clientes visiten las propiedades y se sientan cómodos viviendo en ellas.

Infraestructura Básica: Las zonas contarán con infraestructura básica como carreteras en buen estado, acceso a servicios públicos como agua, electricidad y alcantarillado, y señal de telefonía e internet confiables. Esto si es viable porque es una zona comercial utilizada para este tipo de actividades para la venta de bienes y servicios.

Seguridad: Se evaluará la seguridad de la zona y comunica a los clientes las medidas de seguridad, como patrullas locales y vecindarios seguros.

Regulaciones Locales: Las regulaciones locales indican que se puede constituir la inmobiliaria con su sede principal en este lugar cumpliendo con la normatividad vigente para la compra y venta de los bienes y servicios. En cuanto a la ubicación propiamente dicha, no existe una normativa específica, salvo que se debe cumplir con el pago del arriendo mensual.

Infraestructura

Esta será la infraestructura para la inmobiliaria:

Oficina Central: estará situada en una ubicación estratégica en Popayán, preferiblemente en una zona de fácil acceso y visibilidad. Esta zona se ha considerado, al

norte de la ciudad en los alrededores del Centro Comercial Terra Plaza. La oficina debe ser profesional y acogedora para recibir a clientes y colaboradores (Ver Ilustración 2 Mapa Ubicación de Oficinas).

Plataforma en Línea: Desarrollará y mantendrá un sitio web de alta calidad que muestre las propiedades en detalle. Incluirá fotos de alta resolución, descripciones completas y herramientas de búsqueda avanzada.

Fichas técnicas de los bienes y servicios

De acuerdo con Luque (2018) “La ficha técnica es un documento que describe las características principales, la composición y las aplicaciones de un producto, aportando información detallada sobre los aspectos de este” (Luque, 2018). Teniendo esto en cuenta, se presentan a continuación las fichas técnicas para los bienes y servicios ofrecidos por la inmobiliaria, estas fichas serán aplicadas a cada producto y servicio específicos y se diligenciarán dependiendo de las particularidades de cada uno.

Tabla 21 Ficha técnica de los bienes

Información general del bien:	
Nombre del proyecto o propiedad.	
Ubicación exacta (dirección, ciudad, zona).	
Tipo de propiedad (vivienda campestre, parcela sin construir, parcela con construcciones a mejorar).	
Número de referencia o código de identificación del bien.	
Características del bien:	
Metraje total del terreno.	

Metraje construido (en caso de viviendas campestres y parcelas con construcciones a mejorar).	
Número de habitaciones, baños y otros espacios relevantes.	
Estado de conservación (nuevo, usado, estado de las construcciones si aplica).	
Descripción detallada de las características especiales (piscina, jardín, terraza, etc.).	
Fecha de construcción (si aplica).	
Servicios y comodidades:	
Lista de servicios disponibles en la propiedad (agua, electricidad, gas, alcantarillado, etc.).	
Comodidades adicionales (por ejemplo, seguridad, acceso a carreteras principales, cercanía a servicios locales).	
Precio y condiciones de venta:	
Precio de venta o alquiler.	
Condiciones de pago (forma de pago, financiamiento disponible si lo hay).	
Incluye o no muebles y accesorios.	
Información legal:	
Estado legal de la propiedad (propiedad privada, terreno ejidal, etc.).	
Documentación disponible (títulos de propiedad, planos, permisos de construcción, etc.).	
Impuestos y gastos asociados a la propiedad (predial, mantenimiento, servicios públicos, etc.).	
Fotografías y planos:	
Fotografías de alta calidad que muestren diferentes áreas y perspectivas de la propiedad.	

Planos de la propiedad, si están disponibles.	
Información de contacto del agente inmobiliario:	
Nombre y datos de contacto del agente o la inmobiliaria.	
Horarios de atención y formas de contacto (teléfono, correo electrónico, dirección de la oficina, sitio web).	
Fecha de disponibilidad:	
Fecha en que la propiedad está disponible para su compra o alquiler.	

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 22 Ficha técnica del servicio

Información General del Servicio:	
Nombre del servicio.	
Descripción breve y detallada del servicio.	
Características del Servicio:	
Área de aplicación (por ejemplo, áreas geográficas donde se ofrece el servicio).	
Tipo de servicio (por ejemplo, diseño, construcción, asesoramiento, gestión, trámites legales).	
Experiencia y calificaciones del equipo que presta el servicio.	
Proceso y Metodología:	
Descripción del proceso que sigue el servicio, desde la consulta inicial hasta la entrega final.	
Pasos clave en la prestación del servicio.	
Plazos de entrega estimados (si aplica).	
Costos y Tarifas:	

Estructura de precios (tarifas por hora, tarifas por proyecto, costos adicionales, etc.).	
Detalles sobre cualquier costo adicional, como materiales, permisos, etc.	
Posibles descuentos o paquetes disponibles.	
Cientes Anteriores y Testimonios:	
Lista de clientes anteriores o proyectos destacados.	
Testimonios o reseñas de clientes satisfechos.	
Información de Contacto:	
Nombre de la inmobiliaria o empresa que ofrece el servicio.	
Nombre y datos de contacto del representante de ventas o agente de servicio.	
Horarios de atención y formas de contacto (teléfono, correo electrónico, dirección de la oficina, sitio web).	
Información Legal:	
Cualquier información legal relevante, como licencias, permisos, afiliaciones a asociaciones profesionales, etc.	
Disponibilidad y Tiempos de Respuesta:	
Horarios de disponibilidad para consultas y solicitudes de servicio.	
Tiempo de respuesta típico para consultas o solicitudes de servicio.	
Proyectos Destacados o Ejemplos de Trabajo Anterior:	
Imágenes, planos o ejemplos de trabajos anteriores relevantes, si es posible.	
Garantías o Políticas de Satisfacción:	
Cualquier garantía ofrecida con el servicio.	

Política de satisfacción del cliente, si aplica.	
--	--

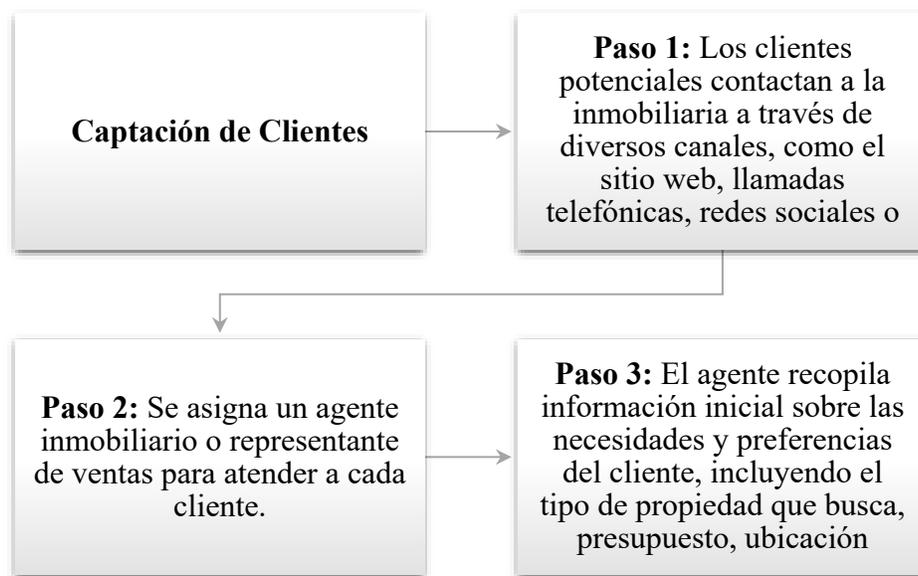
Fuente: Elaboración propia, 2023

Descripción del proceso

Se describe a continuación el proceso de operación de la inmobiliaria. El proceso está conformado por varias secciones y son seis secciones en total, por medio de este diagrama se describen con más detalles las secciones

Captación de Clientes

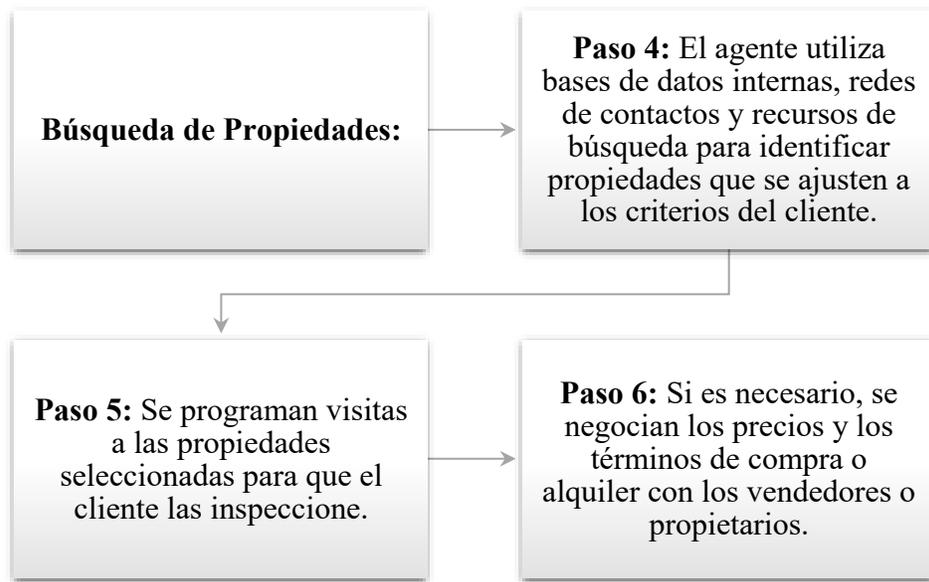
Gráfico 14 Captación de cliente



Fuente: Elaboración propia, 2023

Búsqueda de Propiedades

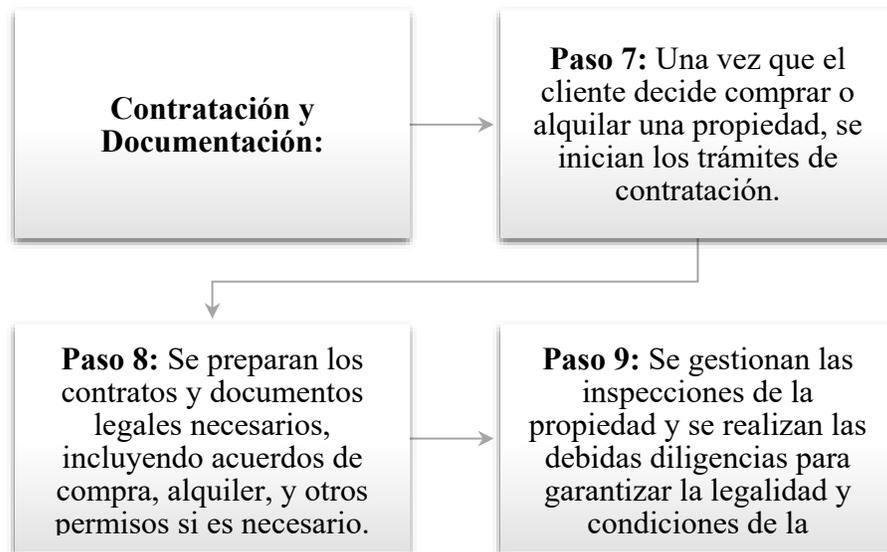
Gráfico 15 Búsqueda de Propiedades



Fuente: Elaboración propia, 2023

Contratación y Documentación

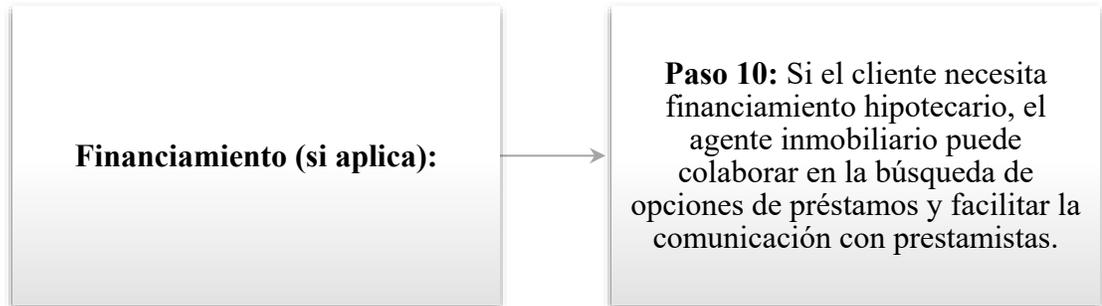
Gráfico 16 Contratación y Documentación



Fuente: Elaboración propia, 2023

Financiamiento (si aplica)

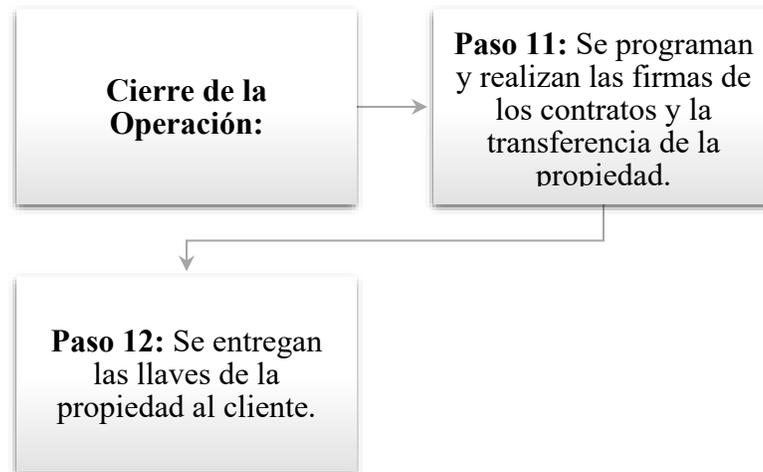
Gráfico 17 *Financiamiento (si aplica)*



Fuente: Elaboración propia, 2023

Cierre de la Operación

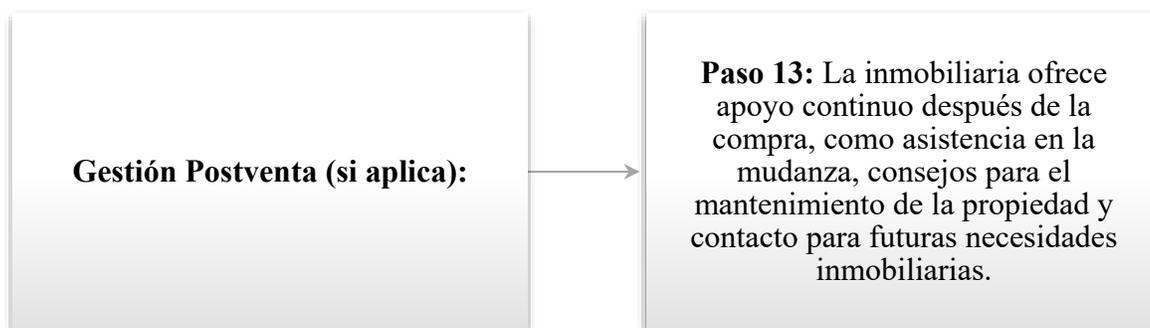
Gráfico 18 *Cierre de la Operación*



Fuente: Elaboración propia, 2023

Gestión Postventa (si aplica)

Gráfico 19 Gestión Postventa (si aplica)



Fuente: Elaboración propia, 2023

Plan de prestación del servicio

Esta inmobiliaria ofrecerá en total cuatro tipos diferentes de bienes y cinco servicios diferentes. Para ofrecer un servicio eficiente a los clientes, se ha diseñado este plan de prestación del servicio en el que mencionamos las etapas del proceso para la adquisición de los servicios ofrecidos por la empresa.

Plan de Prestación de Servicios para una Inmobiliaria

Bienes Ofrecidos por la Inmobiliaria:

Tabla 23 Bienes ofrecidos por la inmobiliaria

Bienes Ofrecidos por la Inmobiliaria:	
<i>Características:</i>	Viviendas Campestres Nuevas:
	Variedad de estilos arquitectónicos: Chalets, cabañas, casas de campo, etc. Diseño personalizado: Las viviendas se adaptan a las preferencias de los clientes.

	Comodidades modernas: Tecnología, sistemas de seguridad, energía eficiente, etc.
Beneficios:	Propiedades para estrenar: Sin preocupaciones de reparaciones o renovaciones inmediatas. Diseño a medida: Los clientes obtienen la casa de sus sueños. Eficiencia y comodidad: Viviendas modernas y funcionales en entornos campestres.
Viviendas Campestres Usadas:	
Características:	Propiedades con historia y carácter. Inspección y renovación previa para garantizar calidad.
Beneficios:	Opción atractiva para amantes de lo auténtico y lo histórico. Propiedades en buen estado y listas para mudarse.
Parcelas Sin Construir:	
Características:	Terrenos listos para la construcción. Ubicación en áreas atractivas y naturales. Infraestructura básica (agua, electricidad, accesibilidad).
Beneficios:	Oportunidad de construir una casa personalizada desde cero. Elección de ubicación y diseño según gustos personales.
Parcelas con Construcciones a Mejorar:	
Características:	Terrenos con edificios existentes que requieren renovación. Potencial para inversión y personalización.
Beneficios:	Oportunidad de inversión a largo plazo. Flexibilidad para renovar y adaptar las construcciones.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Servicios de la inmobiliaria

Tabla 24 Servicios de la inmobiliaria

Servicios de la inmobiliaria	
Diseño de Planos Personalizados:	
Características:	Colaboración con arquitectos y diseñadores. Planos adaptados a las necesidades y preferencias de los clientes.
Beneficios:	Creación de viviendas únicas y personalizadas. Garantía de que el diseño se adapta a las expectativas del cliente.
Construcción de Viviendas Campestres:	
Características:	Subcontratación de empresas de construcción competentes. Cumplimiento de estándares de calidad y seguridad. Gestión y supervisión de la construcción.
Beneficios:	Construcción de viviendas sin complicaciones. Garantía de calidad y seguridad. Flexibilidad en la elección de constructores.
Asesoramiento Inmobiliario:	
Características:	Asesoramiento experto en compra, venta o alquiler de propiedades campestres. Ayuda en la comprensión de regulaciones locales y opciones de financiamiento.
Beneficios:	Clientes informados y seguros en sus decisiones. Negociaciones exitosas y transacciones sin complicaciones.
Gestión de Propiedades:	
Características:	Administración de alquileres, mantenimiento y atención a inquilinos.
Beneficios:	Propietarios libres de preocupaciones y ocupados. Ingresos pasivos a través de alquileres sin complicaciones.
Trámites Legales y Documentación:	
Características:	Facilitación de trámites legales y documentación.
Beneficios:	Clientes confiados en la legalidad y seguridad de sus inversiones.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Requerimientos de maquinaria y equipo, herramientas y mobiliario

Para la efectiva operación de la inmobiliaria se requerirán ciertas maquinarias, equipos, herramientas y mobiliario los cuales se enlistarán a continuación con sus cantidades estimadas.

Tabla 23 Listado de requerimientos

Tabla 25 Requerimientos de equipos de oficina

Equipos de oficina			
Tipo de Requerimiento	Cantidad	Marcas	Referencias
Computadoras de escritorio	11	Dell	Precisión serie 3000
Portátiles	11	Dell	Precisión serie 3000
Impresoras	3	HP	Hp Laser Jet Tank 2602sdw
Teléfonos	11	Samsung	Galaxy A32
Proyector	2	Dell	Proyector Epson Home Cinema 1060 Full HD 3LCD 3100 Lumens

Pantallas de presentación	2	Cinex	Pantalla Pared 1.80 X 1.80m Formato 1:1 Modelo PP002
Cámaras de seguridad	4	 Tp-Link	Cámara WiFi 1080P

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 26 Requerimientos de muebles y enseres

Muebles y enseres	
Tipo de Requerimiento	Cantidad
Escritorios	11
Sillas de oficina	11
Mesas de reuniones	4
Archivadores	11
Estanterías	6
Sofás para áreas comunes	3
Sillas para áreas de espera	10

Fuente: Elaboración propia, 2023

Costeo de adecuaciones y/o remodelaciones

Para que la inmobiliaria pueda funcionar en óptimas condiciones se requiere invertir en adecuaciones y remodelaciones, las cuales incluyen adecuaciones a la oficina, tecnología y equipos, espacios de exhibición entre otros aspectos que a continuación se detallan con sus costos aproximados.

Tabla 27 Costo de Adecuaciones y Remodelaciones

Adecuaciones y Remodelaciones en una Inmobiliaria	
Adecuaciones del Espacio de Oficina:	
Pintura de paredes y techos	\$ 8.000.000
Reemplazo de pisos	\$ 12.000.000
Renovación de baños	\$ 12.000.000
Actualización de la iluminación	\$ 6.000.000
Mobiliario nuevo	\$ 40.000.000
Instalación de un sistema de seguridad y cámaras	\$ 20.000.000
Rediseño y adecuación del espacio de exhibición	\$ 32.000.000
Creación de un espacio de reuniones y presentaciones	\$ 24.000.000
Mejoras en el paisajismo y jardín exterior	\$ 12.000.000
Señalización exterior	\$ 8.000.000
Actualización de ventanas para mayor eficiencia energética	\$ 16.000.000
Total Estimado de Adecuaciones y Remodelaciones.	\$ 190.000.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

Necesidades de personal

Para que la inmobiliaria pueda funcionar en óptimas condiciones se requiere contar con personal idóneo que cubra ciertas responsabilidades específicas para llevar a cabo cada una de las actividades y operaciones de la inmobiliaria. Se presenta a continuación listado del personal que se necesita, cuantos de ellos y sus principales responsabilidades.

Tabla 28 Personal requerido

Puesto	Cantidad	Funciones y Responsabilidades
Asesores Inmobiliarios	2	Atender a los clientes y proporcionar asesoramiento sobre propiedades, mercado inmobiliario y transacciones. Mantenerse actualizado sobre las propiedades disponibles y las tendencias del mercado. Negociar términos y precios de compra o alquiler en nombre de los clientes.
Director General o Propietario	1	Responsable de la gestión estratégica y toma de decisiones clave.
Administrador	1	Encargado de la gestión financiera y administrativa.
Asistentes Administrativos	1	Gestionar la correspondencia y las comunicaciones de la oficina.
		Brindar soporte administrativo a los agentes y al equipo de ventas.
		Programar citas y reuniones.
		Mantener registros y bases de datos actualizadas.
Contador	1	Gestionar la contabilidad y las finanzas de la inmobiliaria.
		Realizar seguimiento de ingresos, gastos, impuestos y presupuesto.

		Preparar informes financieros y estados de cuentas.
Especialista en Redes Sociales	1	Administrar las cuentas de redes sociales de la inmobiliaria.
		Crear contenido atractivo y relevante para las plataformas sociales.
		Responder a consultas y comentarios de clientes en línea.
		Realizar campañas publicitarias en redes sociales.
Administrador de Propiedades	1	Gestionar propiedades en alquiler.
		Coordinar la firma de contratos y el mantenimiento de propiedades.
		Resolver problemas y atender las necesidades de los inquilinos.
Ingeniero Civil o Arquitecto	1	Supervisar proyectos de construcción y remodelación.
		Evaluar la calidad de la construcción y las adecuaciones.
		Asegurarse de que las propiedades cumplan con los estándares de construcción y seguridad.
Asesor Legal	1	Asegurarse de que las propiedades cumplan con los estándares de normativos y certificaciones legales.
Analista de Mercado	1	Realiza investigaciones de mercado y análisis de tendencias.

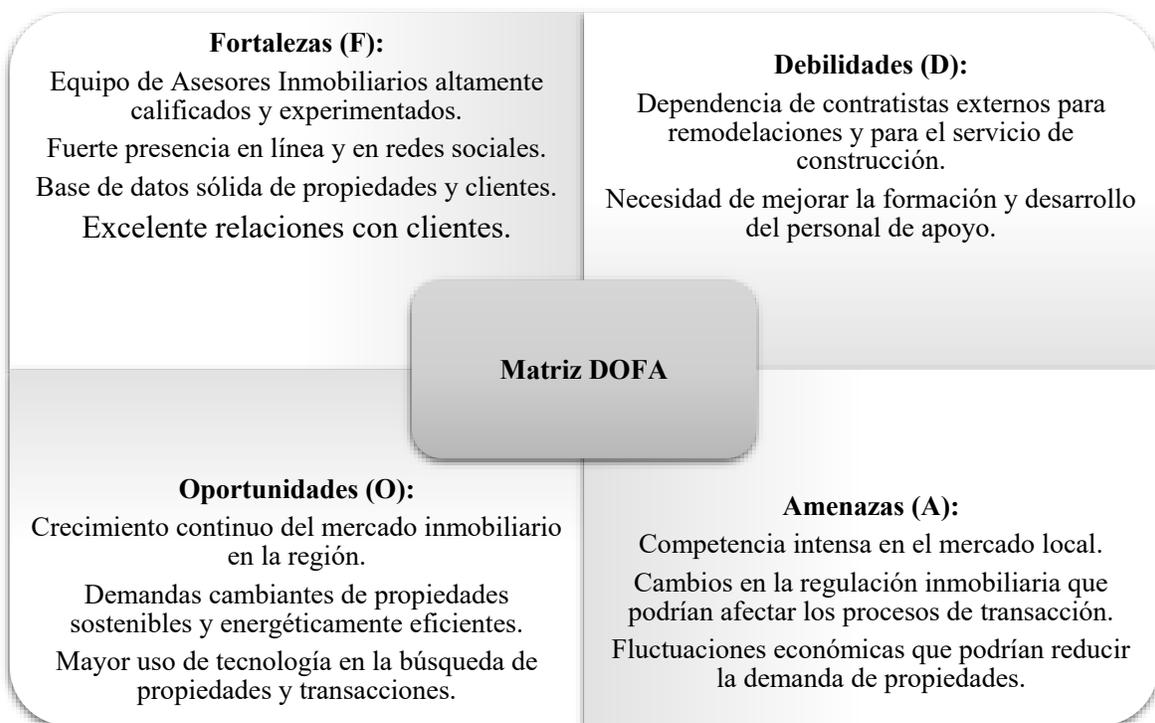
Fuente: Elaboración propia, 2023

Análisis Legal y administrativo

Matriz DOFA

Se presenta a continuación una matriz DOFA con sus estrategias de mitigación de riesgos. Esta matriz DOFA y las estrategias propuestas pueden ayudar a la inmobiliaria a mitigar el impacto negativo de las debilidades y amenazas, al tiempo que mantienen y aprovechan las fortalezas y oportunidades en el mercado.

Gráfico 20 Matriz DOFA



Fuente: Elaboración propia, 2023

Estrategias:

Fortalezas-Debilidades (F-D):

Estrategia: Invertir en la capacitación continua del personal de apoyo para optimizar los procesos internos.

Fortalezas-Oportunidades (F-O):

Estrategia: Utilizar la fuerte presencia en línea y en redes sociales para promover propiedades sostenibles y energéticamente eficientes. Expandir la cartera de propiedades en respuesta a las demandas cambiantes del mercado.

Debilidades-Oportunidades (D-O):

Estrategia: Colaborar con contratistas especializados en remodelaciones y mejoras energéticas para ofrecer un servicio integral a los clientes. Utilizar la base de datos de clientes para identificar oportunidades de mercado en expansión.

Debilidades-Amenazas (D-A):

Estrategia: Diversificar los servicios ofrecidos para reducir la dependencia de las transacciones de propiedades, por ejemplo, ofrecer servicios de consultoría inmobiliaria y gestión de propiedades. Establecer una reserva financiera para afrontar posibles crisis económicas.

Fortalezas-Amenazas (F-A):

Estrategia: Utilizar la excelente relación con clientes para destacarse en un mercado altamente competitivo. Estar preparado para ajustar estrategias de marketing y servicios en respuesta a las fluctuaciones económicas y regulaciones cambiantes.

Tipo de empresa a constituir

El tipo de empresa a constituir es Sociedad Por Acciones Simplificada SAS.

De acuerdo con la Ley 1258 DE 2008:

La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad (CONGRESO DE LA REPÚBLICA, s.f.).

Los tipos de empresas por sociedad por acciones simplificada SAS, deben cumplir una normatividad específica que incluye la constitución legal, esta se compone de:

- Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.
- Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada" o las letras "S.A.S."
- El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales establecidas en el mismo acto de constitución.
- El término de duración, si no es indefinido. Si no se especifica, se entenderá que la sociedad se ha constituido por tiempo indefinido.

Marco Normativo

Para las inmobiliarias está establecido un marco normativo bastante complejo e integral que incluye varias, leyes, decretos y normas técnicas del sector inmobiliario, las cuales se mencionan a continuación.

Tabla 29 Leyes y decretos

Normativa y Año	Contenido
------------------------	------------------

LEY 820 DE 2003	Regula el arrendamiento de viviendas urbanas en Colombia, estableciendo derechos y obligaciones de propietarios y arrendatarios.
LEY 1673 DEL 2013	Regula la actividad de los valuadores y la valuación de propiedades, asegurando la calidad y confiabilidad de los avalúos.
LEY 388 DE 1997	Ley de Ordenamiento Territorial que establece las normas para la planificación y uso de suelo en Colombia.
LEY 1182 DE 2008	Busca facilitar el proceso de titulación de propiedades en Colombia y resolver problemas de propiedad.
LEY 1819 DE 2016	Introduce cambios en el sistema tributario colombiano, incluyendo impuestos relacionados con las propiedades y transacciones inmobiliarias.
LEY 1152 DE 2007	Estatuto de Desarrollo Rural, promoviendo el desarrollo rural y la agricultura sostenible.
LEY 1776 DE 2016	Crea y desarrolla las Zonas de Interés de Desarrollo Rural, Económico y Social (ZIDRES).
LEY DE GARANTÍAS MOVILIARIAS	Regula las garantías mobiliarias en transacciones comerciales.
DECRETO 51 DE 2004	Reglamenta aspectos de la Ley 820 de 2003 relacionados con el arrendamiento de viviendas urbanas.
DECRETO 556 DE 2014	Reglamenta la Ley 1673 de 2013 sobre la actividad de los valuadores.
DECRETO 1074 DE 2015	Regula la actividad del evaluador y la actividad de valuación, incluyendo categorías de evaluadores.
DECRETO 2223 DE 1996	Establece normas para garantizar la participación activa de la comunidad en compromisos de productividad, precios y salarios.
DECRETO 410 DE 1971	Regula comisiones, comisionistas, agencias comerciales y corretajes en el Código de Comercio Colombiano.
DECRETO 1250 DE 1970	Estatuto del Registro de Instrumentos Públicos.
DECRETO NÚMERO 1077 DE 2015	Expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio.
DECRETO 2664 DE 1994	Reglamenta el capítulo XII de la Ley 160 de 1994 y establece procedimientos para la adjudicación de terrenos baldíos y su recuperación.
DECRETO NÚMERO 1858 DE 2015	Adiciona el capítulo 15 al título 6 del Decreto Único Reglamentario relacionado con la apertura de matrícula inmobiliaria de bienes baldíos.

Fuente: (Congreso de la República)

Tabla 30 Normatividad técnica del sector inmobiliario

Normativa Técnica	Contenido
NTC 6162	Norma técnica colombiana para la venta de vivienda de interés social (VIS) y vivienda de interés prioritario VIP sobre planos. Establece términos, requisitos y condiciones para la promoción, comercialización y venta de este tipo de viviendas.
NTS SI 01	Código de conducta del profesional inmobiliario. Establece los principios éticos y conductuales que deben seguir los profesionales del sector inmobiliario.
NTS SI 02	Norma técnica sectorial para la administración de copropiedades residenciales. Regula la administración y gestión de conjuntos residenciales y copropiedades.
NTS M 01	Procedimientos y metodologías para la realización de avalúos de bienes inmuebles urbanos a valor de mercado. Establece las metodologías y procedimientos para realizar avalúos de propiedades urbanas.
NTS M 05	Enfoques y conceptos generales para la valuación de intangibles. Define los enfoques y conceptos generales para la valuación de activos intangibles, como derechos de arrendamiento.
NTS M 04	Metodologías para la valuación de maquinaria, planta y equipo a valor de mercado. Regula la valuación de activos de maquinaria, planta y equipo.
NTS G 03	Tipos de bienes. Clasifica los diferentes tipos de bienes y activos para su correcta valuación.

Fuente: (Congreso de la República)

Estructura organizacional

La estructura organizacional de esta empresa está encabezada por la dirección general en la que se incluye el Director general, luego se desprenden los diferentes departamentos con su personal responsable de atender cada una de las responsabilidades competentes como se describe a continuación.

Dirección General: Director General o Propietario, Responsable de la gestión estratégica y toma de decisiones clave.

Departamento de Ventas: Agentes Inmobiliarios, Responsables de la promoción y venta de propiedades.

Departamento de Marketing y Publicidad: Especialista en Marketing Digital, Gestionan campañas en línea y presencia en redes sociales.

Departamento de Operaciones y Administración: Administrador, Encargado de la gestión financiera y administrativa. Administrador de Propiedades, Controla los detalles de las propiedades en venta o alquiler. Asistente Administrativo Apoya tareas administrativas y de documentación. Contador, Gestionar la contabilidad y las finanzas de la inmobiliaria.

Departamento Legal y Documentación: Abogado, Encargado de asuntos legales y contratos.

Departamento de Desarrollo de Negocios: Analista de Mercado, Realiza investigaciones de mercado y análisis de tendencias.

Departamento de Mantenimiento y Reparaciones: Ingeniero Civil o Arquitecto, Supervisar proyectos de construcción y remodelación.

Misión

Nuestra misión es proporcionar seguridad y transparencia en cada etapa de los procesos inmobiliarios, asegurando la efectividad en las negociaciones para nuestros valiosos clientes. Nos destacamos por nuestra atención detallista y personalizada, centrándonos en satisfacer las necesidades individuales de cada cliente. Estamos comprometidos en garantizar que cada adquisición sea una experiencia satisfactoria y confiable.

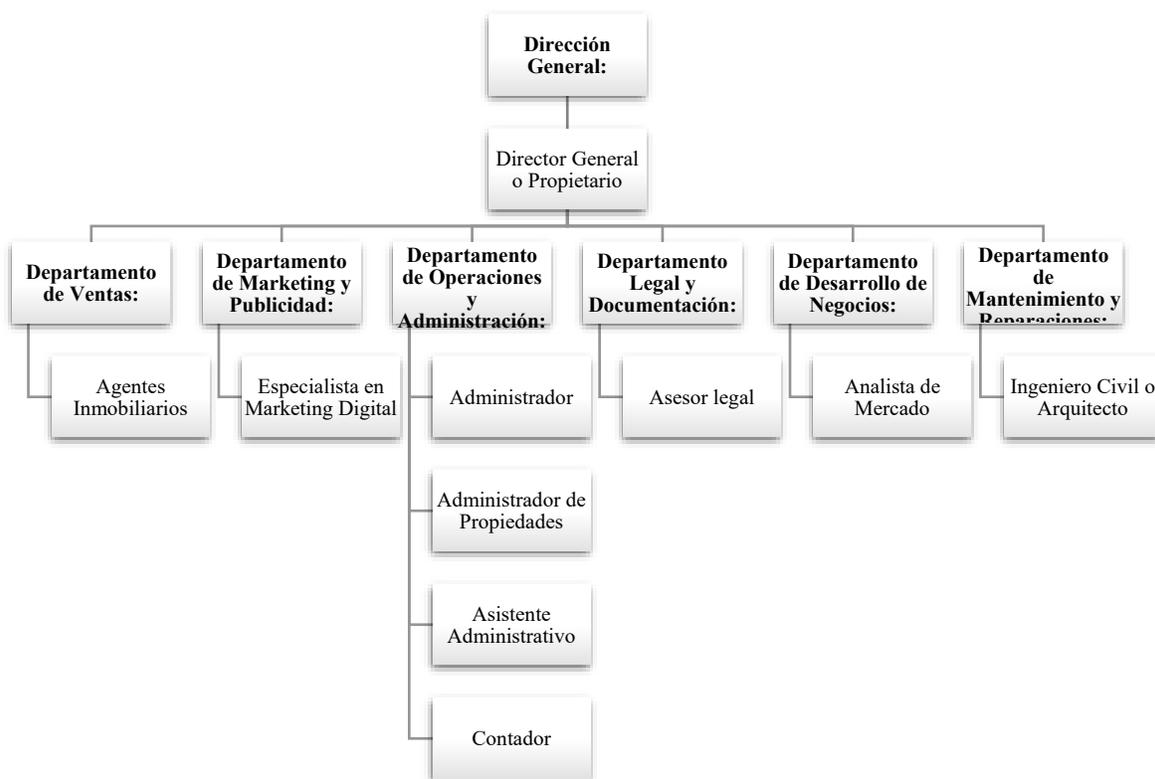
Visión

Nos proyectamos a los próximos 10 años como una de las inmobiliarias más reconocidas y preferidas por los inversionistas en Colombia. Nuestra visión es ser líderes en el mercado al ofrecer bienes y servicios de la más alta calidad que realmente satisfagan las

necesidades de nuestros clientes. Aspiramos a brindar una atención de calidad, personalizada y humana que refuerce nuestra reputación como un referente en el sector inmobiliario.

Organigrama por áreas

Gráfico 21 Organigrama



Fuente: Elaboración propia, 2023

Administración

Tipo de contratación

Antes de discriminar los salarios mensuales de ellos trabajadores de esta inmobiliaria, se presenta el siguiente concepto de salario de conformidad con ley de Colombia.

De conformidad con la ley, constituye salario no solo la remuneración ordinaria, fija o variable, sino todo lo que recibe el trabajador en dinero o en especie como contraprestación directa del servicio, sea cualquiera la forma o denominación que se adopte, como primas, sobresueldos, bonificaciones habituales, valor del trabajo suplementario o de las horas extras, valor del trabajo en días de descanso obligatorio, porcentajes sobre ventas o comisiones (Función Pública, 2023).

En la siguiente tabla se mencionan los cargos y tipo de contrato que tendrán cada uno.

Tabla 31 Cargo/tipo de contrato

Cargo	Tipo de contrato
Ingeniero Civil o Arquitecto	Prestación de servicios
Asesor Legal	Prestación de servicios
Analista de Mercado	Prestación de servicios
Asesores Inmobiliarios	Término fijo
Asistentes Administrativos	Término fijo
Especialista en Redes Sociales	Término fijo

Director General o Propietario	Término indefinido
Administrador	Término indefinido
Contador	Término indefinido
Administrador de Propiedades	Término indefinido

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 32 Cantidad de empleados por tipo contrato

Prestación de servicios	3
Término fijo	4
Término indefinido	4

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla de nómina resumen

En la siguiente tabla se describen los salarios mensuales según el cargo del empleado.

Tabla 33 Presupuesto de nómina

Presupuesto de nómina						
Cargos y conceptos	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
	Salario base mensual					
Asesores Inmobiliarios 1	1.400.000	1.512.000	1.632.960	1.763.597	1.904.685	2.057.059
Asesores Inmobiliarios 2	1.400.000	1.512.000	1.632.960	1.763.597	1.904.685	2.057.059
Asistentes Administrativos	1.500.000	1.620.000	1.749.600	1.889.568	2.040.733	2.203.992
Especialista en Redes Sociales	1.800.000	1.944.000	2.099.520	2.267.482	2.448.880	2.644.791
Director General o Propietario	3.000.000	3.240.000	3.499.200	3.779.136	4.081.467	4.407.984
Administrador	2.500.000	2.700.000	2.916.000	3.149.280	3.401.222	3.673.320
Contador	1.500.000	1.620.000	1.749.600	1.889.568	2.040.733	2.203.992
Administrador de Propiedades	1.800.000	1.944.000	2.099.520	2.267.482	2.448.880	2.644.791
	-	0	0	0	0	0
	-	0	0	0	0	0
Total salarios mensuales	14.900.000	16.092.000	17.379.360	18.769.709	20.271.286	21.892.988
Incremento de los salarios		8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
Salario mínimo mensual vigente	1.160.000	1.252.800	1.353.024	1.461.266	1.578.167	1.704.421
Valor auxilio de transporte	140.606	151.854	164.003	177.123	191.293	206.596

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla 34 Presupuesto nómina prestación de servicios

Presupuesto de nómina por prestación de servicios						
Cargos y conceptos	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
	Salario base mensual					
Ingeniero Civil o Arquitecto	4.000.000	4.320.000	4.665.600	5.038.848	5.441.956	5.877.312
Asesor Legal	3.000.000	3.240.000	3.499.200	3.779.136	4.081.467	4.407.984
Analista de mercados	3.000.000	3.240.000	3.499.200	3.779.136	4.081.467	4.407.984
Total salarios mensuales	10.000.000	10.800.000	11.664.000	12.597.120	13.604.890	14.693.281
Incremento de los salarios		8,00%	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%

Fuente: Elaboración propia, 2023

Gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.

De acuerdo con la normatividad vigente, “La dotación es una prestación social que deben entregar los jefes o empleadores cada cuatro meses, a aquellos trabajadores que ganan hasta dos (2) salarios mínimos para desempeñar sus funciones” (Ministerio de Justicia, 2023). De acuerdo con esto, se dotarán a los trabajadores de la inmobiliaria que

ocupan los cargos de: Asesor inmobiliario, Asistente administrativo, Especialista en redes sociales, Administrador de propiedades.

La dotación consistirá en la compra de: 2 camisas, 2 pantalones, 2 pares de zapatos para cada empleado.

Tabla 35 Gastos o costos por dotación

Gastos o costos por concepto de dotaciones, uniformes.				
	Cantidad	Costo Unit.	Total, x dotación	Total, anual
Uniformes para Asesores Inmobiliarios	2	\$ 300.000	\$ 600.000	\$ 1.200.000
Uniforme para Asistentes Administrativos	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 600.000
Uniforme para Personal de Mantenimiento o Administración de Propiedades	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 600.000
Uniforme para Especialista en Redes Sociales	1	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 600.000
Total	5	\$ 1.200.000	\$ 1.500.000	\$ 3.000.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

Gastos de legalización

Los gastos de legalización de la inmobiliaria se han descrito a continuación por medio de una tabla donde se hace un cálculo aproximado de los requisitos legales que debe cumplir la empresa. Se tiene como base lo contemplado por la Alcaldía de Popayán para la constitución de nuevas empresas³.

³ “Los requisitos para formalizar su empresa en la ciudad de Popayán” (Alcaldía de Popayán, 2023)

Tabla 36 Gasto de Legalización

Gastos de legalización	
Rubro	Costo
Registro Cámara de comercio	\$ 300.000
Inscripción RUT	\$ -
Inscripción en industria y comercio de Popayán	\$ 200.000
Permiso de uso del suelo	\$ 350.000
Certificado de seguridad	\$ 1.200.000
Paz y salvo de SAYCO	\$ -
Total	\$ 2.050.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

En cuanto a los gastos de legalización se puede apreciar que el registro de cámara de comercio para la apertura del negocio se especifica en \$300.000, la inscripción en industria y comercio en \$200.000, para solicitar el permiso en \$350.000 y el certificado de seguridad en \$1.200.000

Análisis Financiero

Monto de aportes

En la siguiente tabla se describen el monto de los aportes de los socios emprendedores.

Tabla 37 Monto de los aportes de los socios

Monto de los aportes de los emprendedores/socios	
Tipo de aporte	Monto en COP
Aporte en efectivo socio 1	\$ 100.000.000
Aporte en efectivo socio 2	\$ 200.000.000
Crédito bancario	\$ 200.000.000
Total, inversión inicial	\$ 500.000.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

En la tabla 37 se puede observar que el total de la inversión inicial por parte de los socios se enmarca en \$500.000.000, donde se realizó un aporte en efectivo del socio 1 de \$100.000.000 y del socio 2 por valor de \$200.000.000. Así mismo, se optó por un crédito bancario de \$200.000.000.

Datos iniciales para las proyecciones

En la siguiente tabla se presentan las proyecciones iniciales. Se estima un crecimiento anual del 10% de ganancias.

Tabla 38 Proyecciones iniciales

Volumen estimado de ventas	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
Viviendas campestres nuevas	960.000.000	249.600.000	267.072.000	293.779.200	308.468.160	314.637.523
Viviendas campestres usadas	660.000.000	249.600.000	277.754.880	317.751.583	346.984.728	368.081.400
Parcelas sin construir	1.080.000.000	62.400.000	64.896.000	337.459.200	368.505.446	390.910.578
Parcelas con construcciones a mejorar	240.000.000	31.200.000	32.448.000	67.491.840	73.701.089	78.182.116
Diseño de planos personalizados	63.000.000	9.360.000	10.415.808	3.374.592	3.685.054	3.909.106
Construcción de viviendas campestres	1.050.000.000	873.600.000	972.142.080	118.110.720	128.976.906	136.818.702
Asesoramiento inmobiliario	27.000.000	13.104.000	14.582.131	16.681.958	18.216.698	19.324.273
Gestión de propiedades	126.000.000	36.400.000	40.505.920	46.338.772	50.601.940	53.678.537
Trámites legales y documentación	180.000.000	49.920.000	55.550.976	63.550.317	69.396.946	73.616.280

Fuente: Elaboración propia, 2023

Inversiones Fijas

En la siguiente tabla se describen las inversiones fijas:

Tabla 39 Inversiones fijas

Inversiones fijas			
Tipo de Requerimiento	Cantidad	Costo	Total
Computadoras de escritorio	11	\$ 1.000.000	\$ 11.000.000
Portátiles	11	\$ 1.500.000	\$ 16.500.000
Impresoras	3	\$ 1.000.000	\$ 3.000.000
Teléfonos	11	\$ 900.000	\$ 9.900.000
Proyector	2	\$ 2.000.000	\$ 4.000.000
Pantallas de presentación	2	\$ 750.000	\$ 1.500.000
Cámaras de seguridad	4	\$ 120.000	\$ 480.000
Escritorios	11	\$ 630.000	\$ 6.930.000
Sillas de oficina	11	\$ 250.000	\$ 2.750.000
Mesas de reuniones	4	\$ 500.000	\$ 2.000.000
Archivadores	8	\$ 350.000	\$ 2.800.000
Estanterías	6	\$ 280.000	\$ 1.680.000
Sofás para áreas comunes	3	\$ 800.000	\$ 2.400.000
Sillas para áreas de espera	10	\$ 120.000	\$ 1.200.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

Tabla de depreciación

Tabla 41 Depreciación

Tipo de Requerimiento	Depreciación	
	Costo	Valor de depreciación
Computadoras de escritorio	\$ 1.000.000	\$ 300.000
Portátiles	\$ 1.500.000	\$ 450.000
Impresoras	\$ 1.000.000	\$ 300.000
Teléfonos	\$ 900.000	\$ 270.000
Proyector	\$ 2.000.000	\$ 600.000
Pantallas de presentación	\$ 750.000	\$ 225.000
Cámaras de seguridad	\$ 120.000	\$ 36.000
Escritorios	\$ 630.000	\$ 189.000
Sillas de oficina	\$ 250.000	\$ 75.000
Mesas de reuniones	\$ 500.000	\$ 150.000

Archivadores	\$ 350.000	\$ 105.000
Estanterías	\$ 280.000	\$ 84.000
Sofás para áreas comunes	\$ 800.000	\$ 240.000
Sillas para áreas de espera	\$ 120.000	\$ 36.000
Total		\$ 3.060.000

Fuente: Elaboración propia, 2023

Financiación por crédito bancario

Tabla 42 Financiación por crédito bancario

Resumen préstamos	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028		
Total cuota fija año	53.386.674	53.386.674	53.386.674	53.386.674	53.386.674	53.386.674	0	
Gastos financieros	22.328.626	18.389.688	13.951.194	8.949.788	3.314.078		0	
Abonos a capital	31.058.049	34.996.987	39.435.481	44.436.887	50.072.596		0	
Préstamos	0	2.023						
		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
Saldo inicial	200.000.000	200.000.000	197.551.110	195.077.732	192.579.620	190.056.526	187.508.202	184.934.395
Cuota mensual fija	0	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890
Gastos financieros	0	2.000.000	1.975.511	1.950.777	1.925.796	1.900.565	1.875.082	1.849.344
Abonos a capital	0	2.448.890	2.473.378	2.498.112	2.523.093	2.548.324	2.573.808	2.599.546
Saldo final	200.000.000	197.551.110	195.077.732	192.579.620	190.056.526	187.508.202	184.934.395	182.334.849
Tasa de interes de préstamo	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%	1,00%
Plazo del préstamo	60	60	60	60	60	60	60	60
Mes a mes del préstamo	0	1	2	3	4	5	6	7
Saldo inicial	200.000.000	200.000.000	197.551.110	195.077.732	192.579.620	190.056.526	187.508.202	184.934.395
Cuota mensual	-	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890	4.448.890
Gastos Financieros	-	2.000.000	1.975.511	1.950.777	1.925.796	1.900.565	1.875.082	1.849.344
Abonos a capital	-	2.448.890	2.473.378	2.498.112	2.523.093	2.548.324	2.573.808	2.599.546
Saldo final	200.000.000	197.551.110	195.077.732	192.579.620	190.056.526	187.508.202	184.934.395	182.334.849
Saldo inicial			-	-	-	-	-	-
Cuota mensual			-	-	-	-	-	-

Fuente: Elaboración propia, 2023

Gastos Administrativos

Tabla 45 Gastos administrativos

Costos administrativos					
Costos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquileres	\$ 14.400.000	\$ 15.984.000	\$ 17.742.240	\$ 19.693.886	\$ 21.860.214
Servicios Públicos	\$ 24.240.000	\$ 24.240.000	\$ 24.240.000	\$ 24.240.000	\$ 24.240.000
Inmuebles	\$ 13.228.000	\$ 13.228.000	\$ 13.228.000	\$ 13.228.000	\$ 13.228.000
Total	\$ 51.868.000	\$ 53.452.000	\$ 55.210.240	\$ 57.161.886	\$ 59.328.214

Fuente: Elaboración propia, 2023

Estados Financieros

Tabla 46 Estados financieros

Estado de resultados						
	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
Ventas netas	786.480.008	281.031.922	309.271.619	224.321.334	242.614.539	254.974.258
Costos variables	110.240.000	110.240.000	162.126.980	184.403.227	209.740.231	251.868.658
Utilidad bruta	110.240.000	110.240.000	-147.144.638	-39.918.107	-32.874.308	-3.105.600
Costo nomina	230.165.661	248.578.914	268.465.227	289.942.445	313.137.841	338.188.868
Gastos de operación	167.190.473	173.878.092	180.833.216	188.066.544	195.589.206	203.412.774
Gastos de administración y ventas	308.904.000	321.235.200	334.084.608	347.447.993	361.345.912	375.799.749
Gastos preoperativos (diferidos)	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000	3.000.000
Gastos financieros	22.328.626	18.389.688	13.951.194	8.949.788	3.314.078	3.314.078
Utilidad gravable	31.058.049	2.759.470	653.189.606	797.488.662	843.512.729	920.609.869
Impuesto de renta	10.559.737	938.220	222.084.466	271.146.145	286.794.328	313.007.355
Utilidad del periodo	20.498.312	1.821.250	431.105.140	526.342.517	556.718.401	607.602.514

Fuente: Elaboración propia, 2023

Balance Inicial

Tabla 47 Balance inicial

Balance general							
	0	2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
Activo							
Caja y Bancos	500.092.000	786.480.008	281.031.922	309.271.619	224.321.334	242.614.539	254.974.258
Cuentas por Cobrar- Clientes	0	201.000.000	394.160.000	394.160.000	394.160.000	394.160.000	394.160.000
Anticipo Impuesto de Renta (Retefue	0	153.510.000	7.716.800	0	32.869.200	33.888.400	33.196.800
Activos corrientes	500.092.000	1.140.990.008	682.908.722	703.431.619	651.350.534	670.662.939	682.331.058
Activos	0	0	0	0	0	0	0
Depreciación acumulada	3.060.000	3.060.000	3.060.000	3.060.000	3.060.000	3.060.000	3.060.000
Gastos diferibles	3.000.000	0	0	0	0	0	0
Activos fijos	-60.000	-3.060.000	-3.060.000	-3.060.000	-3.060.000	-3.060.000	-3.060.000
Total activos	500.032.000	1.137.930.008	679.848.722	700.371.619	648.290.534	667.602.939	679.271.058
Pasivo							
Carga Prestacional por Pagar	0	16.681.325	18.015.831	19.457.097	21.013.665	22.694.758	24.510.339
Cuentas por pagar- Proveedores	0	192.921.621	208.355.351	225.023.779	243.025.681	262.467.735	283.465.154
Impuesto de Renta	0	10.559.737	938.220	222.084.466	271.146.145	286.794.328	313.007.355
Impuestos locales por pagar	0	20.498.312	1.821.250	0	0	0	0
Iva por pagar	0	0	0	92.822.497	63.094.906	67.587.964	69.039.737
Obligaciones financieras	200.000.000	168.941.951	133.944.964	94.509.483	50.072.596	0	0
Total pasivo	200.000.000	409.602.946	363.075.615	653.897.322	648.352.994	639.544.786	690.022.585
Patrimonio							
Capital	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000
Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0	0	0	0	0	0
Utilidades o Pérdidas del Ejercicio	20.498.312	20.498.312	1.821.250	431.105.140	526.342.517	556.718.401	607.602.514
Total patrimonio	520.498.312	520.498.312	501.821.250	931.105.140	1.026.342.517	1.056.718.401	1.107.602.514
Total pasivo mas patrimonio	1.020.530.312	930.101.258	864.896.866	1.585.002.462	1.674.695.511	1.696.263.186	1.797.625.099
Prueba de balance	520.498.312	207.828.750	185.048.144	884.630.843	1.026.404.976	1.028.660.247	1.118.354.041
			10.559.737	938.220	0	32.869.200	33.888.400

Flujo neto de caja

Flujo de caja		2.023	2.024	2.025	2.026	2.027	2.028
Caja Inicial	\$ 500.000.000,00	433.860.000	685.007.745	\$ 773.954.556	\$ 874.253.183	\$ 987.997.693	1.067.037.508
Ingresos Netos		2.804.970.004	4.174.852.481	642.693.746	574.222.498	588.875.745	598.763.710
Total ingresos		3.238.830.004	4.859.860.226	1.416.648.301	1.448.475.681	1.576.873.438	1.665.801.218
Inversiones en activos	0	6.043.800.008	66.140.000	66.140.000	66.140.000	66.140.000	66.140.000
Egresos por costos variables		9.282.630.012	4.926.000.226	1.482.788.301	1.514.615.681	1.643.013.438	1.731.941.218
Egresos por nómina		213.484.336	247.244.408	267.023.960	288.385.877	311.456.747	336.373.287
Egresos por gastos de operación		167.190.473	173.878.092	180.833.216	188.066.544	195.589.206	203.412.774
Egresos por gastos preoperativos diferidos	92.000	0	0	0	0	0	0
Egresos iva		219.012.309	219.012.309	219.012.309	219.012.309	198.270.835	205.667.438
Egresos retefuente		29.182.856	29.182.856	29.182.856	33.192.581	37.753.242	45.336.358
Egresos por gastos financieros		22.328.626	18.389.688	13.951.194	8.949.788	3.314.078	0
Egresos por pagos de Capital		31.058.049	34.996.987	39.435.481	44.436.887	50.072.596	0
Egresos impuestos locales		0	0	0	0	0	0
Egresos impuesto de renta		0	0	0	222.084.466	238.276.945	252.905.928
Total egresos	92.000	16.008.686.669	5.714.844.566	2.298.367.318	2.584.884.133	2.743.887.087	2.841.777.003
Neto disponible	-92.000	25.973.573.331	-854.984.340	881.719.016	5.103.628.267	-1.167.013.649	-1.175.975.785
Aporte de Socios	0	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000	500.000.000
Prestamo	0	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000	200.000.000
Distribucion de Excedentes			0	0	8.916.188.431	111.456.747	136.373.287
Caja final	500.092.000	26.673.573.331	26.673.573.331	26.673.573.331	5.803.628.267	5.803.628.267	5.803.628.267

Fuente: Elaboración propia, 2023

Indicadores de decisión del proyecto

A continuación, se presentan los indicadores de decisión del proyecto que son los siguientes:

1. Valor Actual Neto (VAN):

- Tasa de Descuento (r) = 10%
- $VAN = \sum [\text{Flujo de Caja Libre} / (1 + r)^n]$
- $VAN = \$248,760,463 / (1 + 0.10)^1 + \$232,499,386 / (1 + 0.10)^2 +$
 $\$301,939,025 / (1 + 0.10)^3 + \$380,716,358 / (1 + 0.10)^4 + \$471,148,651 /$
 $(1 + 0.10)^5$
- $VAN \approx \$1,012,896,469.56$

2. Tasa Interna de Retorno (TIR):

- La TIR es la tasa que hace que el VAN sea igual a cero. Puede calcularse mediante métodos numéricos o utilizando software de hoja de cálculo. En este caso, la TIR supera el 10% (la tasa de descuento utilizada), lo que indica que el proyecto es rentable.

3. Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI):

- El PRI se refiere al tiempo que toma recuperar la inversión inicial. Se calcula considerando los flujos de caja acumulativos. En este caso, el PRI estaría dentro del primer año, ya que los flujos de caja positivos comienzan en el primer año.

4. Índice de Rentabilidad (IR):

- $IR = \text{Beneficios totales del proyecto} / \text{Costos totales del proyecto}$
- $IR = \$1,012,896,469.56 \text{ (VAN calculado)} / \text{Inversión Inicial (Año 0)} =$
 $\$500,000,000$
- $IR \approx 2.03$

5. Retorno de la Inversión (ROI):

- $ROI = (\text{Ganancia Neta} - \text{Inversión Inicial}) / \text{Inversión Inicial}$
- $ROI = (\$390,800,769.4 - \$500,000,000) / \$500,000,000$
- $ROI \approx -21.84\%$ (El signo negativo indica una pérdida en la inversión)

Tasa de rentabilidad esperada

Para este caso en particular, se espera tener una tasa de rentabilidad del 57% tal como se describe a continuación:

Para calcular la tasa de rentabilidad, se utiliza la fórmula:

$$\text{Tasa de Rentabilidad} = [(\text{Flujos de Efectivo Netos} / \text{Inversión Inicial}) * 100]$$

En este caso:

- Inversión Inicial = 350 millones de COP
- Flujos de Efectivo Netos = 200 millones de COP

Sustituyendo estos valores en la fórmula:

$$\text{Tasa de Rentabilidad} = [(200 \text{ millones COP} / 350 \text{ millones COP}) * 100]$$

$$\text{Tasa de Rentabilidad} \approx (0.5714) * 100$$

$$\text{Tasa de Rentabilidad} \approx 57.14\%$$

La tasa de rentabilidad en este caso es aproximadamente del 57.14%. Esto significa que la inversión generó un rendimiento del 57.14% en relación con la inversión inicial de 350 millones de COP. Es importante tener en cuenta que esta tasa de rentabilidad es un porcentaje y representa la eficiencia y rentabilidad de la inversión.

Tasa de interés de oportunidad con financiación

Valor Actual Neto (VAN):

Tasa de Descuento (r) = 10%

$$\text{VAN} = \Sigma [\text{Flujo de Caja Libre} / (1 + r)^n]$$

$$\text{VAN} = \$248,760,463 / (1 + 0.10)^1 + \$232,499,386 / (1 + 0.10)^2 + \$301,939,025 / (1 + 0.10)^3 + \$380,716,358 / (1 + 0.10)^4 + \$471,148,651 / (1 + 0.10)^5$$

$$\text{VAN} \approx \$1,012,896,469.56$$

Tabla de ratios para la evaluación financiera

Tabla 50 Ratios para la evaluación financiera

Indicador de Decisión	Fórmula	Resultado
Valor Actual Neto (VAN)	$\text{VAN} = \Sigma [\text{Flujo de Caja Libre} / (1 + r)^n]$	VAN ≈ \$1,012,896,469.56

Tasa Interna de Retorno (TIR)	TIR es superior al 10%	Indica que el proyecto es rentable
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	PRI dentro del primer año	Los flujos de caja positivos comienzan en el primer año
Índice de Rentabilidad (IR)	IR = Beneficios totales del proyecto / Costos totales del proyecto	IR \approx 2.03
Retorno de la Inversión (ROI)	ROI = (Ganancia Neta - Inversión Inicial) / Inversión Inicial	ROI \approx -21.84% (pérdida en la inversión)
Tasa de Rentabilidad Esperada	Tasa de Rentabilidad = [(Flujos de Efectivo Netos / Inversión Inicial) * 100]	Tasa de Rentabilidad \approx 57.14%
Tasa de Interés de Oportunidad con Financiación	VAN \approx \$1,012,896,469.56 (con tasa de descuento del 10%)	Calcula la tasa de interés de oportunidad utilizando métodos numéricos o una hoja de cálculo

Fuente: Elaboración propia, 2023

Impacto

Aportes del plan de negocios en el aspecto: económico, regional, social, ambiental y tecnológico.

Este plan de negocios puede contribuir al crecimiento económico, el desarrollo regional, la mejora de la calidad de vida de la comunidad, la sostenibilidad ambiental y la adopción de tecnologías innovadoras. Estos aspectos están relacionados con las metas con las que la empresa está comprometida con relación a la responsabilidad social empresarial para maximizar el impacto positivo en la sociedad y el entorno.

Los aportes están descritos en la siguiente tabla con la finalidad de que se pueda visualizar con mayor detalle cuales son esos aportes en cada aspecto antes mencionado.

Tabla 51 Aportes del plan de negocios

Aspecto Económico	
Generación de Empleo	La creación de una inmobiliaria generará empleo en la región, lo que contribuirá al desarrollo económico local al proporcionar oportunidades laborales a la comunidad.
Generación de Ingresos	A través de las operaciones inmobiliarias, se generarán ingresos para la empresa y los inversionistas, lo que impulsará el crecimiento económico en la región.
Inversiones en la Comunidad	La inversión en propiedades y proyectos de construcción aumentará la inversión total en la comunidad, lo que puede estimular el desarrollo económico.
Aspecto Regional	
Desarrollo Inmobiliario	La inmobiliaria contribuirá al desarrollo urbanístico y a la mejora de la infraestructura de la región, lo que puede atraer a más personas e inversores a la zona.
Impacto en la Vivienda	Proporcionar viviendas de calidad y asequibles puede abordar la escasez de

	viviendas en la región y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.
	Aspecto Social
Vivienda Asequible	Ofrecer viviendas asequibles puede ayudar a satisfacer las necesidades de vivienda de la comunidad y mejorar el acceso a la propiedad.
Generación de Conocimiento	Ofrecer servicios de asesoramiento inmobiliario puede aumentar el conocimiento y la educación de los clientes sobre el mercado inmobiliario y la propiedad, lo que empodera a la comunidad.
	Aspecto Ambiental
Prácticas de Construcción Sostenible	La adopción de prácticas de construcción sostenible puede reducir el impacto ambiental de los proyectos inmobiliarios al promover el uso eficiente de recursos y la conservación del entorno.
Eficiencia Energética	Incorporar características de eficiencia energética en las viviendas puede contribuir a la reducción del consumo de energía y las emisiones de carbono.
	Aspecto Tecnológico
Digitalización y Automatización	La incorporación de tecnologías digitales y sistemas automatizados en la gestión de propiedades y la atención al cliente puede mejorar la eficiencia operativa y la satisfacción del cliente.
Plataformas en Línea	Ofrecer servicios en línea, como la búsqueda de propiedades a través de un sitio web o la firma de contratos en línea, puede facilitar y agilizar las transacciones para los clientes.

Fuente: Elaboración propia, 2023

Capítulo 5 Resultados y discusión

Resultados

Este plan de negocios está integrado por varias secciones en las que se consideraron aspectos relevantes para la construcción exitosa del plan para la viabilidad de la

construcción de una inmobiliaria dedicada a la comercialización de propiedades campestres en las afueras de la ciudad de Popayán.

Este plan de negocios se originó por causa de la identificación de una necesidad en el mercado, en el que se visualiza que a pesar de que existe mucha diversidad en la competencia de inmobiliarias, los clientes potenciales se encuentran insatisfechos porque no cuentan con claridades en los servicios que ofrecen las compañías, no saben cómo adquirirlos y sienten desconfianza con algunas de estas empresas por la falta de claridad en los procesos.

Ante esa necesidad se considera prudente abordar una investigación de mercado para analizar con más profundidad y detalle cual es la viabilidad de crear una inmobiliaria dedicada a la comercialización de propiedades campestres en esta ciudad de Popayán.

Para conocer las características del mercado se implementó una investigación de mercado en la que se aplicó una encuesta virtual a 350 clientes potenciales para la inmobiliaria, cuyo objetivo era determinar la demanda de los bienes y servicios de la inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia, lo que permitiría conocer las características de los clientes potenciales para realizar al debida segmentación y también conocer sus intereses reales por los cuales consideraban necesario una inmobiliaria dedicada a propiedades campestres.

Esta encuesta permitió identificar que los clientes potenciales están interesados principalmente en comprar propiedades, especialmente viviendas campestres y parcelas, lo que indica una demanda sólida en propiedades rurales y espacios amplios. Existe un deseo

de encontrar propiedades a las afueras de la ciudad, lo que resalta la oportunidad de ofrecer propiedades rurales y campestres.

El uso previsto de las propiedades campestres varía, pero la mayoría se inclina hacia fines recreativos, lo que sugiere que se busca un escape tranquilo de la vida urbana. El presupuesto de los clientes potenciales para la compra de propiedades varía, lo que indica la necesidad de ofrecer propiedades en diferentes rangos de precios.

Los canales de comunicación preferidos para conocer ofertas inmobiliarias son WhatsApp y Facebook, lo que destaca la importancia de una presencia en línea efectiva y la comunicación a través de estas plataformas. Los hallazgos indican que existe un mercado sólido tanto para la venta como para el alquiler de propiedades campestres y parcelas.

La inmobiliaria podría considerar especializarse en la comercialización de propiedades campestres debido a la alta demanda y el interés mostrado por ambos segmentos de clientes. La realización de avalúos es un servicio valorado por los vendedores potenciales, lo que podría ayudar a establecer relaciones de confianza con los clientes.

La mayoría de los arrendatarios potenciales desean viviendas ubicadas a las afueras de la ciudad, lo que coincide con la tendencia hacia un estilo de vida más tranquilo y natural.

De acuerdo con los hallazgos que se obtuvieron de las encuestas, se determinó que la empresa puede diversificarse en los bienes y servicios que ofrece, debido a que los clientes potenciales les interesa comprar, vender y alquilar así como también presentan alto interés en servicios adicionales como el avalúo de propiedades, construcciones de edificaciones entre otros aspectos, por lo tanto estos son los servicios y bienes que la

empresa ofrecerá: Viviendas Campestres Nuevas, Viviendas Campestres Usadas, Parcelas Sin Construir, Parcelas con Construcciones a Mejorar, Servicios de la inmobiliaria, Diseño de Planos Personalizados, Construcción de Viviendas Campestres, Asesoramiento Inmobiliario, Gestión de Propiedades, Trámites Legales y Documentación.

A partir de esta información se procede entonces a construir un plan de negocios del cual se destacan varios puntos clave, por ejemplo, la inversión inicial.

La inversión inicial de 500 millones de COP se compone de los aportes de los dos socios (150 millones de COP cada uno) y un crédito con el Banco Agrario por 200 millones de COP. Esto proporciona una base financiera sólida para comenzar las operaciones.

La inmobiliaria pretende tener un flujo de efectivo neto de 200 millones de COP, se espera que la inmobiliaria tenga un rendimiento financiero positivo durante el primer año de operaciones. Esto es una señal alentadora de que el negocio puede ser rentable en un corto período de tiempo.

Todo esto requiere que la estrategia de precios esté bien consolidada, por esto se presenta una estrategia de precios en la que se discrimina el porcentaje de ganancias de la empresa por cada servicio y bien que comercialice. Por lo tanto, la estrategia de precios para los servicios ofrecidos es sólida y se basa en porcentajes de ganancia que son coherentes con el mercado inmobiliario. Esto permite que la inmobiliaria sea competitiva y, al mismo tiempo, obtenga ganancias adecuadas en cada uno de sus servicios.

Con relación al impacto social, la inmobiliaria tiene el potencial de generar empleo en la comunidad y proporcionar viviendas asequibles, lo que puede contribuir al desarrollo económico y mejorar la calidad de vida de las personas en la región. Así como también se

visualiza a generar un impacto en la sostenibilidad con la adopción de prácticas de construcción sostenible y la incorporación de tecnologías digitales en la operación, los cuales, son pasos positivos hacia la sostenibilidad ambiental y la mejora de la eficiencia operativa.

Se presentan también las cinco metas sociales a las que la inmobiliaria se compromete. Esas metas son claras en términos de generación de empleo y contribución a la comunidad. Esto ayudará a medir su impacto social de manera efectiva. En términos generales las metas propuestas son: la generación de empleo local, accesibilidad, inclusión de la población especial, desarrollo sostenible y la promoción del desarrollo económico.

Es importante también resaltar que este plan de negocios puede contribuir al crecimiento económico, el desarrollo regional, la mejora de la calidad de vida de la comunidad, la sostenibilidad ambiental y la adopción de tecnologías innovadoras. Estos aspectos están relacionados con las metas con las que la empresa está comprometida con relación a la responsabilidad social empresarial para maximizar el impacto positivo en la sociedad y el entorno estos aspectos también están directamente relacionados con el Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 y puede contribuir de varias maneras, por ejemplo, puede participar en la implementación de proyectos de vivienda que estén alineados con los objetivos del plan, como la construcción de viviendas asequibles o el desarrollo de proyectos de vivienda sostenibles. Por lo tanto, se considera entonces que esta inmobiliaria tiene la oportunidad de contribuir al cumplimiento del Plan Nacional de Desarrollo mediante la ejecución de proyectos de vivienda enfocados en la asequibilidad, la sostenibilidad y la inclusión social.

En general, el plan de negocios muestra un enfoque sólido y realista para la creación y operación de la inmobiliaria. Sin embargo, es importante monitorear continuamente el desempeño financiero, ajustar estrategias según sea necesario y estar preparado para enfrentar desafíos en el mercado inmobiliario en constante cambio. Con una ejecución efectiva, la inmobiliaria tiene el potencial de lograr sus metas y contribuir positivamente a la sociedad y el entorno.

Discusión

Este plan de negocios ha sido enmarcado en las teorías de la oferta y la demanda, la investigación de mercados y el ciclo inmobiliario, las cuales, desempeñan un papel crítico en la formulación y ejecución del plan de negocios de la inmobiliaria. Estas teorías se aplican en el plan de negocios y tienen un impacto significativo en la toma de decisiones.

Por su parte, la teoría de la oferta y la demanda tomando como referencia los planteamientos del economista Alfred Marshall (1842-1924) “determina el precio” Marshall (1890) citado por (Nicholson, 2002). En este sentido, para este plan de negocios, se tuvo en cuenta este factor, se determinó en primer lugar la oferta de los bienes y servicios ofrecidos por la empresa y se analizó la demanda de estos, también se tuvo en cuenta el estado del mercado para determinar la estrategia de precios para que fuera competitiva y atractiva para los clientes potenciales. De acuerdo con esto, el plan de negocios incorpora la teoría de la oferta y la demanda al establecer la estrategia de fijación de precios para las propiedades. La inmobiliaria considera tanto la oferta de propiedades en su cartera como la demanda de compradores y arrendatarios en la ubicación específica. Esto se traduce en una estrategia de precios competitivos que refleja las condiciones del mercado local. Por ejemplo, si la

demanda es alta y la oferta es limitada en un área específica, la inmobiliaria podría establecer precios más altos.

En la estrategia de precios también se tiene en cuenta otro aspecto y es el avalúo del predio, la cual, implica establecer el precio de las propiedades campestres en función de su valor estimado en el mercado, determinado a través de un avalúo profesional. Esto significa que el precio se basa en una evaluación detallada de las características, ubicación, estado, servicios, antigüedad y potencial de rentabilidad de cada inmueble.

Se ha determinado que esta es la estrategia de precio más favorable para efectos de esta estrategia de negocios de acuerdo con los planteamientos de Lozada (2017) quien afirma que:

“Las empresas para medir la fijación de precios deben consultar con sus profesionales en el sector económico, y realizar las prácticas necesarias para que sus procesos sean efectivos, para ello es indispensable observar el comportamiento del mercado, las pautas publicitarias son la ayuda valiosa para complementar el ejercicio de la oferta y la demanda” (Lozada, 2017).

Los planteamientos de la autora complementan lo que es a la estrategia de precios de este plan de mercado el cual, como se ha mencionado está compuesto tanto por los resultados de la oferta y la demanda como del avalúo del predio o propiedad que se comercializará.

Por otro lado, para efectos de este plan de negocios también se tuvo en cuenta la investigación de mercados, la cual, es esencial para identificar oportunidades en el plan de negocios. La inmobiliaria utiliza esta teoría para comprender las necesidades y preferencias

de los clientes potenciales, así como para evaluar la competencia y las tendencias. Esta información se utiliza para determinar qué tipos de propiedades ofrecer y cómo comercializarlas de manera efectiva.

Por su parte la teoría del ciclo inmobiliario se incorpora al plan de negocios para guiar las decisiones estratégicas en cuanto al momento adecuado para comprar o vender propiedades. Esta teoría aporta conocimiento para la toma de decisiones a futuro, las cuales no se tomarán a ciegas, sino que se podrá contar con información necesaria para la toma de decisiones acertadas que permitan y promuevan el éxito y desarrollo empresarial.

Estas teorías también afectan la diversificación del portafolio de la inmobiliaria. Si la demanda de propiedades campestres está en aumento debido a cambios culturales o económicos, la inmobiliaria podría considerar expandir su oferta en esa área para capitalizar la demanda. Además, la adaptación continua a las cambiantes condiciones del mercado es fundamental, ya que ninguna teoría puede predecir con certeza todos los cambios.

Capítulo 6 Conclusiones

Conclusiones

Después de realizado el análisis exhaustivo de las características del mercado para evaluar la viabilidad de la implementación de una inmobiliaria de propiedades campestres en Popayán se concluye que este plan de negocios logró atender una necesidad identificada inicialmente en el sector inmobiliario porque los clientes potenciales expresaron su deseo de contar con una inmobiliaria que ofreciera servicios claros y transparentes en la comercialización de propiedades campestres. Esta identificación temprana de una brecha en el mercado es fundamental para el éxito del negocio porque proporciona respuesta directa a la satisfacción de una necesidad identificada por los mismos clientes.

Por medio de la aplicación de esta investigación de mercado cuyo objetivo fue la determinación la demanda de los bienes y servicios de la inmobiliaria especializada en parcelas y casas campestres en la ciudad de Popayán, Cauca, Colombia se logró precisamente la identificación y análisis de esa demanda en este contexto y ubicación específicas en el que existe gran potencial de clientes interesados en los bienes y servicios ofrecidos por una inmobiliaria que se encargue de comercializar propiedades campestres cuyo uso sea variado pero más que todo destinado a la recreación.

En este sentido se concluye que se logró la identificación de las preferencias de ubicación de los clientes mediante la realización de encuestas y análisis de mercado para determinar las áreas geográficas específicas de interés para los clientes en Popayán y sus alrededores. Las preferencias para la ubicación de las propiedades campestres son cerca de la ciudad, pero lo suficientemente alejado del ambiente citadino, los clientes quieren estar en ambientes tranquilos y naturales, pero sin sentirse tan lejos de las ciudades.

Se logró también la determinación de los perfiles de clientes, quienes en su mayoría son personas interesadas en invertir en propiedades campestres que ofrezcan ambientes tranquilos y naturales para la recreación y el sano esparcimiento.

De acuerdo con estas características de los clientes se desarrollaron estrategias de marketing específicas para cada segmento de cliente identificado, los segmentos de los clientes son los interesados en comprar, vender y alquilar propiedades campestres, de allí se desprende el interés de cada uno de estos clientes por los servicios de la inmobiliaria.

Los resultados de esta investigación de mercado destacan la sólida demanda de propiedades rurales y campestres en las afueras de Popayán. Los clientes buscan escapar de la vida urbana y desean viviendas y parcelas para fines recreativos. La inmobiliaria tiene la oportunidad de satisfacer esta demanda ofreciendo una variedad de propiedades y servicios relacionados.

Este plan de negocios también se destaca por tener claros los planes financieros y de inversión que se requieren para darle viabilidad al negocio y empezar con la puesta en marcha de este, para lo cual se determina que la inversión inicial debe ser de 500 millones de COP, compuesta por aportes de socios y un préstamo bancario, proporcionando una base financiera sólida para iniciar las operaciones.

Este plan de negocios también se caracteriza por tener claridades sobre el impacto que quiere darle a la sociedad y su relación con los planes de desarrollo vigentes en materia de construcción de viviendas para mejorar la calidad de vida de las personas.

De esta forma se concluye entonces que este plan de negocios demuestra un enfoque realista y bien fundamentado para la creación y operación de la inmobiliaria. La

combinación de una inversión inicial sólida, una estrategia de precios competitiva y un enfoque en el impacto social positivo proporciona una base sólida para el éxito a largo plazo. Sin embargo, es crucial mantener un monitoreo constante del desempeño financiero y estar preparado para enfrentar desafíos en un mercado inmobiliario en constante cambio.

Capítulo 7 Recomendaciones

Recomendaciones

Como se ha mencionado, este plan de negocios es sólido y se ha construido con base en los intereses de los clientes potenciales lo que garantiza la viabilidad de la operación completa. Pero a pesar de tener estas bases sólidas en su planificación es recomendable seguir las siguientes pautas:

En primer lugar, se recomienda monitorear continuamente el mercado, porque el mercado inmobiliario está sujeto a cambios constantes y es esencial establecer ese sistema de monitoreo continuo que incluya seguir de cerca las tendencias del mercado, la oferta y la demanda de propiedades campestres en la región de Popayán y las estrategias de la competencia

En segundo lugar, se recomienda mantener flexibilidad en la oferta en tanto que es muy necesario que se adquiriera más experiencia en el mercado lo que permitirá a la empresa considerar la posibilidad de diversificar aún más la oferta de propiedades y servicios. Esto podría incluir la exploración de nuevos segmentos de mercado, como propiedades de lujo o desarrollos sostenibles.

La tercera recomendación frente a las características tanto del negocio como del plan es mantener el desarrollo de una fuerte presencia en línea, esto se debe a que en los resultados de la investigación de mercados se identificó que WhatsApp y Facebook son los canales de comunicación preferidos por los clientes potenciales, por lo tanto, es esencial desarrollar y mantener una fuerte presencia en línea. Esto implica una estrategia de marketing digital efectiva que incluya la promoción de propiedades en estas plataformas, respuestas rápidas a consultas de clientes y publicidad dirigida.

Al implementar cada una de esas recomendaciones es mucho más probable que el plan de negocios sea mucho más exitoso y logre sobrepasar las expectativas a las que se visiona en los próximos diez años como empresa innovadora y reconocida a nivel nacional por su especial atención al cliente y por brindar claridades en los trámites para acceder a los bienes y servicios ofrecidos.

Bibliografía

- Alcalá García, J. (2019). *Plan de empresa. Gestión inmobiliaria*. Soria: Universidad de Valladolid. Obtenido de <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/44163/TFG-O-1929.pdf?sequence=1>
- Alcaldía de Popayán. (2023). *Requisitos*. Obtenido de [popayan.gov.co](https://www.popayan.gov.co):
<https://www.popayan.gov.co/SecretariasyEntidades/Empresarios/Paginas/Requisitos.aspx#gsc.tab=0>
- Aniceto, R. (1962). *Teoría General de las Finanzas Públicas y el Caso de México*. México: Escuela Nacional de Economía.
- Arboleda Castro, M. E. (2021). *Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado*. Economics Lecture Notes. Obtenido de [icesi.edu.co](https://www.icesi.edu.co):
<https://www.icesi.edu.co/departamentos/images/departamentos/FCAE/economia/apuntesEconomia/breve-introduccion-conceptos-oferta-demanda-mercado.pdf>
- Asturias, C. (s.f.). *Plan de Operaciones*. Obtenido de [ceei.es](https://www.ceei.es):
<https://www.ceei.es/guia/edit/?r=huemyjixqtlzvc5u47xe>
- Barrera Soriano. (2010). *Factibilidad Financiera*. Obtenido de [uaeh.edu.mx](https://www.uaeh.edu.mx):
https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/tlahuelilpan/administracion/proy_inv/evaluacion%20financiera.pdf
- Bóveda, J., Oviedo, A., & Yakusik S., A. (2015). *Guía Práctica para la Elaboración de un Plan de Negocios*. Obtenido de
https://www.jica.go.jp/Resource/paraguay/espanol/office/others/c8h0vm0000ad5gke-att/info_11_03.pdf

Calderón Rodríguez, J. L., & Lara Henao, J. M. (2021). *Propuesta de plan de marketing para la empresa La Torre Negocios inmobiliarios*. Pereira: Universidad Libre de Pereira. Obtenido de repository.unilibre.edu.co:
<https://repository.unilibre.edu.co/bitstream/handle/10901/23344/MD0226.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Cardona Angulo, G. A. (2021). *Análisis De La Competitividad Del Sector De La Construcción De Vivienda De Interés Social En El Municipio De Popayán Periodo 2018 – 2022*. Santiago de Cali: Universidad de Valle. Obtenido de bibliotecadigital.univalle.edu.co/:
<https://bibliotecadigital.univalle.edu.co/server/api/core/bitstreams/faed99d8-a64c-48f5-a62c-7756421b7981/content>

Cieri, J. L. (04 de Septiembre de 2023). *Cuánto cambió, en pesos y en dólares, el costo de la construcción luego de la devaluación*. Obtenido de infobae.com:
<https://www.infobae.com/economia/2023/09/05/cuanto-cambio-en-pesos-y-en-dolares-el-costo-de-la-construccion-luego-de-la-devaluacion/>

Comunicare. (27 de Junio de 2023). *Publicidad para inmobiliarias*. Obtenido de comunicare.es: <https://www.comunicare.es/publicidad-para-inmobiliarias/>

CONGRESO DE LA REPÚBLICA. (s.f.). *LEY 1258 DE 2008*. Obtenido de 2008:
https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_1258_2008.pdf

DANE. (07 de Septiembre de 2023). *Boletín Técnico Indicadores económicos alrededor de la construcción (IEAC)*. Obtenido de dane.gov.co:
<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IEAC/bol-IEAC-IItrim2023.pdf>

DANE. (Junio de 2023). *Información julio 2023*. Obtenido de dane.gov.co:

[https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=En%20el%20total%20nacional%2C%20la,2022%20\(11%2C0%25\).](https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-y-desempleo#:~:text=En%20el%20total%20nacional%2C%20la,2022%20(11%2C0%25).)

Departamento Nacional de Planeación. (03 de Mayo de 2023). *Plan Nacional de*

Desarrollo. Obtenido de colaboracion.dnp.gov.co:

<https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/portalDNP/PND-2023/2023-05-04-bases-plan-nacional-de-inversiones-2022-2026.pdf>

Dirección General de Apoyo Fiscal. (2019). Municipio de Popayán Primer trimestre de

2019. En M. d. Público, *Informe sobre la Viabilidad Fiscal de los Municipios*

Capitales – Primer semestre de 2019. Popayán. Obtenido de urf.gov.co/:

https://www.urf.gov.co/webcenter/ShowProperty?nodeId=%2FConexionContent%2FWCC_CLUSTER-130367%2F%2FidePrimaryFile&revision=latestreleased

Docampo Casal, C., Otón González, A., & Velasco Iglesias, M. (2021). *Proyecto de*

negocio: Creación de una StartUp inmobiliaria online. EsTuHábitat. Universidad

Europea. Obtenido de

<https://titula.universidadeuropea.com/bitstream/handle/20.500.12880/449/CarlosDocampoCasal.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

El Congreso de Colombia. (2001). *LEY 675 DE 2001*. Obtenido de

https://www.sic.gov.co/sites/default/files/normatividad/Ley_675_2001.pdf

El Quindiano. (8 de Diciembre de 2022). Crece el interés turístico en casas campestres del Eje Cafetero. *El Quindiano*.

Función Pública. (2023). *Concepto Sala de Consulta C.E. 954 de 1997 Consejo de Estado - Sala de Consulta y Servicio Civil*. Obtenido de [funcionpublica.gov.co](https://www.funcionpublica.gov.co):
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3681>

García, I. (2008). *El Plan de Negocio: Analizando la Viabilidad del Proyecto Empresarial*. Madrid. Obtenido de [virtualpro.co](https://www.virtualpro.co): <https://www.virtualpro.co/download/el-plan-de-negocios-analizando-la-viabilidad-de-un-proyecto-empresarial.pdf>

Jiménez Huerta, E. (2009). *Título de Propiedad y Herencia*. Universidad de Guadalajara. Obtenido de <https://www.lahn.utexas.org/wp-content/uploads/2020/05/brochure.pdf>

Lerliche G, C. E., & Moreno, R. (2000). Sobre los conceptos clásicos: "precio de mercado" y "precio natural". *Análisis Económico*, vol. XV, núm. 31, , 35-58. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/413/41303102.pdf>

López, M. (Febrero de 2023). *Estrategia de Localización: qué es y cómo construir una*. Obtenido de [/blog.pangeanic.com](https://blog.pangeanic.com): <https://blog.pangeanic.com/es/estrategia-de-localizacion-que-es#:~:text=La%20estrategia%20de%20localizaci%C3%B3n%20permite,%C3%A9xito%20global%20de%20la%20marca>.

Lopez, M. d., & Garcia, B. L. (1999). *Las funciones de empresas: un enfoque contractual*.

Lozada, M. (2017). *Estrategia de precio*. Bogotá: Fundación Universitaria del Área Andina. Obtenido de digitk.areandina.edu.co:

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1299/Estrategia%20de%20precio.pdf?sequence=1>

Luque, A. (2018). *Extracción terminológica basada en corpus para la traducción de fichas técnicas de impresoras 3d*. Obtenido de riuma.uma.es:

<https://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/18987/Extracci%C3%B3n%20terminol%C3%B3gica%20Luque%20%26%20Seghiri%20-%20Presentaci%C3%B3n%20UMA.pdf?sequence=1#:~:text=La%20ficha%20t%C3%A9cnica%20es%20un,sobre%20los%20aspectos%20del%20mismo.>

Massonnier, V. (2008). *Tendencias de mercado: están pasando cosas*. Ediciones Granica SA. Obtenido de

https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=8_LYCNn0dLgC&oi=fnd&pg=PA11&dq=tendencias+de+mercado+concepto&ots=6TU049gFhi&sig=fPL3GzXvthvTxh8tWXHjw13sKW0#v=onepage&q&f=false

Maturana, G. (2010). *IN2201 - La oferta y la demanda*. DII - U. de Chile. Obtenido de

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/56511358/2-Conceptos_basicos_de_oferta_y_demanda-libre.pdf?1525748170=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DIN2201_La_oferta_y_la_demanda_Otono_2010.pdf&Expires=1695919431&Signature=eOyIbQIhhJ0mbdwpu2mjLX

Ministerio de Justicia. (2023). *¿Qué es la dotación y qué hacer si no se la reconocen o pagan?* Obtenido de minjusticia.gov.co: <https://www.minjusticia.gov.co/programas-co/LegalApp/Paginas/Que-es-la-dotacion-y-qu%C3%A9-hacer-si-no-se-la->

reconocen-o-

pagan.aspx#:~:text=La%20dotaci%C3%B3n%20es%20una%20prestaci%C3%B3n,m%C3%ADnimos%20para%20desempe%C3%B1ar%20sus%20funciones.

Morillo, M. (2001). Rentabilidad Financiera y Reducción de Costos. *Actualidad Contable Faces*, vol. 4, núm. 4, 35-48. Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700404.pdf>

Mosquera Pilco. (2015). *La Investigación de Mercados como una Disciplina Estratégica*. Ecuador: Aval SPOCH.

Nicholson, W. (2002). *Teoría microeconómica. Principios básicos y ampliaciones*. España: Thompson Learning, Inc. Obtenido de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=iqBbqM8crM0C&oi=fnd&pg=PR3&dq=Teor%C3%ADa+de+la+Oferta+y+la+Demanda&ots=5L8CqEoMQs&sig=V6pUDHDyoYv1YUoYHVeRvSy69HE#v=onepage&q=Teor%C3%ADa%20de%20la%20Oferta%20y%20la%20Demanda&f=false>

Nidos Travel. (2020). *MARCO LEGAL SECTOR INMOBILIARIO*. Obtenido de <https://nidostravel.com/wp-content/uploads/2019/04/MARCO-LEGAL-INMOBILIARIO.pdf>

Parada, P. (2013). *Herramientas para realizar una investigación en el mercado de las*.

Parra. (2016). Unidad 8 Amortización. En *Matemáticas Financieras* (pág. 241). Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r157r/w12673w/MatFin_Unidad8.pdf

Patiño López, M. (2002). *PLAN DE CAPACITACIÓN PARA UNA SECRETARIA PARA UN BUEN DESENVOLVIMIENTO EN LA INMOBILIARIA TERRANOVA S.A.*

UNIVERSIDAD DE CUENCA. Obtenido de

<http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/2176/1/tss36.pdf>

Pineda Pardo, K. (2018). *Análisis financiero del sector inmobiliario en la ciudad de*

Popayán: ¿Existen evidencias de una burbuja especulativa? Cauca:

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA AUTÓNOMA DEL CAUCA. Obtenido de

<repositorio.uniautonomia.edu.co>:

<https://repositorio.uniautonomia.edu.co/bitstream/handle/123456789/450/T%20F->

[M%20031%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uniautonomia.edu.co/bitstream/handle/123456789/450/T%20F-M%20031%202018.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Realia. (2023). *¿Qué es el mercado inmobiliario?* Obtenido de [realia.es](https://www.realia.es):

<https://www.realia.es/que-es-mercado->

[inmobiliario#:~:text=El%20mercado%20inmobiliario%20es%20el,%2C%20industrial%2C%20urbano%2C%20etc.](https://www.realia.es/que-es-mercado-inmobiliario#:~:text=El%20mercado%20inmobiliario%20es%20el,%2C%20industrial%2C%20urbano%2C%20etc.)

[ial%2C%20urbano%2C%20etc.](https://www.realia.es/que-es-mercado-inmobiliario#:~:text=El%20mercado%20inmobiliario%20es%20el,%2C%20industrial%2C%20urbano%2C%20etc.)

Rodríguez, D. (03 de junio de 2023). “Durante estos últimos tres años, en Popayán se han

construido más de 8.000 viviendas”. *La República*. Obtenido de [larepublica.co](https://www.larepublica.co):

[https://www.larepublica.co/economia/en-estos-tres-anos-en-popayan-se-han-](https://www.larepublica.co/economia/en-estos-tres-anos-en-popayan-se-han-construido-8-000-viviendas-3629223)

[construido-8-000-viviendas-3629223](https://www.larepublica.co/economia/en-estos-tres-anos-en-popayan-se-han-construido-8-000-viviendas-3629223)

Salesforce. (14 de Julio de 2021). *Pronóstico de Ventas: ¿Qué es y cómo hacerlo?*

Obtenido de [salesforce.com](https://www.salesforce.com):

<https://www.salesforce.com/mx/blog/2021/07/pronostico-de-ventas.html#answer1>

Thompson, I. (2005). La Segmentación del Mercado. *Promonegocios. net*, vol. 5, 25-35.

Obtenido de [accioneduca.org](https://www.actioneduca.org):

https://www.accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacion-y-mercado_1563828020.pdf

TLW. (08 de junio de 2023). *Última milla en Colombia: La tecnología que revoluciona la entrega de productos*. Obtenido de thelogisticsworld.com:

<https://thelogisticsworld.com/logistica-y-distribucion/ultima-milla-en-colombia-la-tecnologia-que-revoluciona-la-entrega-de-productos/>

Universidad de Sonora. (2001). *Comparativo de métodos y criterios CNB y Cabin, para la valuación de terrenos urbanos baldíos basados en su aplicación a un caso específico*. México. Obtenido de tesis.uson.mx:

<http://tesis.uson.mx/digital/tesis/docs/8785/Capitulo1.pdf>

Varela, R. (2008). *Innovación Empresarial*. Pearson Educación de Colombia.

Vidal, F. (2017). El ciclo inmobiliario que viene... es diferente. *Tribuna*. Obtenido de

https://cincodias.elpais.com/cincodias/2017/07/14/midinero/1500042957_011126.ht

Zepeda Morazán, J., & Almendares, K. (2018). *"Estudio para determinar la propuesta de valor en la aplicación móvil para arrendadores y arrendatarios" Tegucigalpa 2019*.

Tegucigalpa: Universidad Tecnológica Centroamericana. Obtenido de

[https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7972/11723079-](https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7972/11723079-11553048-enero2019-m09-t.pdf?sequence=1)

[11553048-enero2019-m09-t.pdf?sequence=1](https://repositorio.unitec.edu/xmlui/bitstream/handle/123456789/7972/11723079-11553048-enero2019-m09-t.pdf?sequence=1)

Anexos

Cuestionario de encuesta

En virtud de la entrada en vigencia de la **Ley Estatutaria 1581 del 2012** mediante la cual se dictan las disposiciones generales para la protección de datos personales, y su **Decreto Reglamentario 1377 de 2013, Verde inmobiliaria**, identificada con el Nit. ----- se considera como responsable y/o encargada del tratamiento de datos personales, al contestar esta encuesta nos autoriza para continuar con el tratamiento de sus datos personales almacenados en nuestras bases de datos con fines académicos y comerciales.

VERDE INMOBILIARIA



1. ¿Ha utilizado el servicio de alguna inmobiliaria? *

Sí

No

[Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

2. Si su respuesta es SI, para qué la ha utilizado? *

Compra de un inmueble

Venta de un inmueble

Alquiler de un inmueble

3. ¿Conoce los servicios de alguna inmobiliaria? *

na _____

[Atrás](#) [Siguiente](#) [Borrar formulario](#)

* Indica que la pregunta es obligatoria

INMOBILIARIA

1. ¿En qué lugar preferiría que esté ubicada la oficina de la inmobiliaria? *

- Zona norte
- Zona sur
- Centro

2. ¿Por qué medio prefiere conocer ofertas inmobiliarias? *

- Facebook
- WhatsApp
- Instagram
- Radio
- Television
- Anuncios publicitarios

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

SERVICIOS

A continuación preguntas relacionadas con bienes y servicios.

1. ¿Qué tipo de servicio inmobiliario le interesa?: *

- Compra
- Venta
- Alquiler

Atrás

Siguiente

Borrar formulario

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Google no creó ni aprobó este contenido. [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

COMPRA DE INMUEBLES

A continuación se presentan algunas preguntas sobre sus preferencias al hacer uso del servicio **Comprar inmuebles**

2. ¿Qué tipo de vivienda le gustaría comprar? *

- Vivienda campestre
 Parcela
 Otros: _____

3. ¿Le gustaría comprar una vivienda a las afueras de la ciudad? *

- Sí
 No

4. ¿Estaría interesado en una inmobiliaria que le ofrezca viviendas campestres o parcelas? *

- Sí
 No

5. Si comprara una casa campestre ¿para cuál de las siguientes opciones la usaría? *

- Como lugar de trabajo
 Uso recreativo
 Todas las anteriores
 Otros: _____

6. ¿Qué presupuesto dispondría para la compra de su vivienda? *

- 300 millones
 500 millones
 1000 millones
 Otros: _____

7. ¿A qué distancia de la ciudad compraría la casa campestre o parcela? *

- 10 km
 20km
 50km
 Otros: _____

8. ¿De qué tamaño aproximadamente le gustaría su casa campestre o parcela? *

- 1 hectarea
 5 hectareas
 Otros: _____

[Atrás](#)

[Siguiente](#)

[Borrar formulario](#)

DATOS SOCIODEMOGRAFICOS

1. ¿Cuál es su ocupación? *

Tu respuesta _____

2. Género: *

- Femenino
 Masculino

4. ¿Cuál es su rango de edad? *

- 18-25 años
 26-35 años
 36-45 años
 46 años o más
 Otros: _____

[Atrás](#)

[Enviar](#)

[Borrar formulario](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google

Google no está ni aprobó este contenido: [Denunciar abuso](#) - [Condiciones del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

Google Formularios

Control de cambios

Versión	Fecha	Motivo cambio