

**PROYECTO DE PREINVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE CASA INMOBILIARIA S.A.S**

**LUIS EMILIO MARTÍNEZ GARCÍA
LUIS ANGEL PEDRAZA SAAVEDRA**

**UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
VILLAVICENCIO – META**

2017

**PROYECTO DE PREINVERSIÓN PARA LA CREACIÓN Y PUESTA EN MARCHA
DE CASA INMOBILIARIA S.A.S**

**Trabajo presentado para opción de grado según la resolución n° 007 de 2014 como
requisito para optar el título de profesional en administración de empresas**

LUIS EMILIO MARTÍNEZ GARCÍA

CODIGO: 146002820

LUIS ÁNGEL PEDRAZA SAAVEDRA

CODIGO: 146002826

DIRECTOR

SORAYA MAGALY CASTELLANOS

UNIVERSIDAD DE LOS LLANOS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

VILLAVICENCIO – META

2017

AUTORIDADES ACADÉMICAS

JAIRO IVÁN DÍAZ CARREÑO

Rector

DORIS CONSUELO PULIDO GONZÁLEZ

Vicerrector Académico

JOSÉ MILTON PUERTO GAITÁN

Secretario General

RAFAEL OSPINA INFANTE

Decano Facultado De Ciencias Económicas

GIOVANNI HERNÁNDEZ CASALLAS

Director Escuela De Administración y Negocios

VÍCTOR JULIO VILLAMIZAR RODRÍGUEZ

Director De Programa Administración De Empresas

Nota De Aceptación

JAVIER DÍAZ CASTRO

Director Centro De Investigaciones

Facultad De Ciencias Económicas

SORAYA MAGALY CASTELLANOS

Director De Trabajo De Grado

VÍCTOR JULIO VILLAMIZAR RODRÍGUEZ

Firma De Jurado

HAWARD IBARGÜEN MOSQUERA

Firma De Jurado

VÍCTOR JULIO VILLAMIZAR RODRÍGUEZ

Director De Programa Administración De Empresas

TABLA DE CONTENIDO

CONTENIDO

INDICE DE TABLAS.....	11
1. RESUMEN DEL PROYECTO.....	15
1.1 ABSTRACT	18
2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO.....	19
2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACION	19
3. OBJETIVOS.....	28
3.1 OBJETIVOS GENERAL.....	28
3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:	28
4. MARCO TEORICO	29
5. METODOLOGÍA	34
5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	34
5.2 RECOLECCION DE INFORMACION	35
5.3 ANALISIS DE DATOS.....	37
6 ESTUDIO DEL ENTORNO	39
6.1 DESCRIPCIÓN ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	39
6.2 MACRO-ENTORNO	40
6.2.1 POLÍTICO	40
6.2.2 SOCIAL Y CULTURAL	41
6.2.3 TECNOLÓGICO	42
6.2.4 ECOLÓGICO	43

6.3	PERSPECTIVA DE DESARROLLO	45
7	ESTUDIO DE MERCADO.....	47
7.1	ANÁLISIS DE LA OFERTA Y COMPETENCIA	47
7.1.1	OFERTA	47
7.1.2	COMPETENCIA.....	53
7.2	ANÁLISIS DE LA DEMANDA CONSUMIDOR O CLIENTE.....	69
7.3	ANÁLISIS DE PRECIOS.....	80
7.4	RESULTADOS DE LA ENCUESTA	82
8	ESTUDIO TECNICO.....	93
8.1	DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO	93
8.2	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	93
8.3	CAPACIDAD INSTALADA	95
8.4	ENTORNO DEL PROYECTO.....	96
8.4.1	MACRO-LOCALIZACIÓN.....	96
8.4.2	MICRO-LOCALIZACIÓN.....	97
8.5	DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO	98
8.5.1	SERVICIOS	98
8.6	MERCADO POTENCIAL DE CASA INMOBILIARIA.....	102
8.6.1	TIPO DE CLIENTE	102
8.7	ESTRATEGIAS DE MERCADEO	104
8.8	PROCESO PRODUCTIVO.....	105
9	ESTUDIO LEGAL.....	108

10	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	115
10.1	MISIÓN	116
10.2	VISIÓN	116
10.3	POLÍTICAS.....	116
10.3.1	POLÍTICA DE CALIDAD	116
10.3.2	POLÍTICA DE SEGURIDAD	117
10.3.3	POLÍTICA DE CAPITAL HUMANO.....	118
10.4	VALORES	119
10.4.1	INTEGRIDAD – TRANSPARENCIA	119
10.4.2	ÉTICA.....	119
10.4.3	RESPONSABILIDAD Y SERVICIO.....	119
10.4.4	TRABAJO EN EQUIPO Y COMPROMISO.....	120
10.5	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	120
10.6	PLANTA DE PERSONAL (ADMINISTRATIVO).....	122
10.7	DESCRIPCIÓN DE CARGOS Y FUNCIONES	122
10.8	TIPO DE EMPRESA.....	127
11	ESTUDIO FINANCIERO	130
11.1	DESCRIPCIÓN.....	130
11.2	PARÁMETROS	131
11.3	PRESUPUESTO INVERSIÓN.....	132
11.4	AMORTIZACIONES Y DEPRECIACIONES.....	135
11.5	PRESUPUESTO DE INGRESOS	137
11.6	PRESUPUESTO DE NOMINA.....	145

11.7	PRESUPUESTO DE GASTOS Y COSTOS	151
11.8	ESTADO DE RESULTADOS	154
11.9	ACCIONES	155
11.10	BALANCE GENERAL	156
11.11	FLUJO DE CAJA	157
11.12	ESTUDIO DE SENSIBILIDAD.....	159
11.12.1	Escenario Optimista.....	159
11.12.2	Escenario Pesimista.....	159
12	CONCLUSIONES.....	161
13	RIESGOS Y RECOMENDACIONES	163
14	BIBLIOGRAFÍA.....	165
15	ANEXOS	169
15.1	[Modelo] Contrato de arrendamiento de local comercial	169
15.2	[Modelo] Contrato De Arrendamiento Vivienda Urbana.....	172
15.3	[Modelo] de Promesa de Compraventa de bien Inmueble	179
15.4	Pasos de certificación y [Modelo] de informe de avaluó	183
15.4.1	[Modelo] de informe de avaluó	185

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Sociedades Comerciales Inmobiliarias Constituidas	24
Ilustración 2: Importantes Empresas Inmobiliarias De Villavicencio	25
Ilustración 3: Estrato De Viviendas Por Municipio	27
Ilustración 4 Lanzamientos y licencias de construcción de vivienda (miles de unidades)	48
Ilustración 5 Ciclo de la construcción: iniciaciones, lanzamientos y ventas	49
Ilustración 6 Estado de la oferta (% del total)	51
Ilustración 7 Licencias de construcción con destino diferente a vivienda	52
Ilustración 8 Destino de licencias no residenciales	52
Ilustración 9 Aumento del ingreso real descontando inflación	71
Ilustración 10 Déficit de vivienda	72
Ilustración 11 Numero de créditos y valor promedio	73
Ilustración 12 Número de viviendas de interés social financiadas II trimestre (2014-2016)..	75
Ilustración 13 Accesibilidad de vivienda y esfuerzo	76
Ilustración 14 Meses para vender la oferta	77
Ilustración 15 Precios de vivienda histórico, nueva y usada	80
Ilustración 16 Genero de los encuestados	83
Ilustración 17 Edad y ciudad de origen de los encuestados	83
Ilustración 18 Estrato socioeconómico y tipo de vivienda de los encuestados	84
Ilustración 19 Formación y situación laboral de los encuestados	84
Ilustración 20 ¿Cuenta con una propiedad inmueble (Casa, Apartamento, Local, Edificio, Lote etc) aparte del lugar donde vive?	85

Ilustración 21 ¿Estaría dispuesto a adquirir una propiedad inmueble a parte de la que tiene o adquirir una si aún no la tiene?	86
Ilustración 22 ¿Quién administra esta propiedad inmueble? y	86
Ilustración 23 ¿Estaría dispuesto a que una empresa inmobiliaria administre su propiedad? .	87
Ilustración 24 ¿Conoce los servicios de una empresa inmobiliaria?.....	88
Ilustración 25 ¿Le han ofrecido los servicios de una empresa inmobiliaria?.....	88
Ilustración 26 ¿Ha usado los servicios de una empresa inmobiliaria?.....	89
Ilustración 27 ¿Qué servicio de una empresa inmobiliaria a usado?	90
Ilustración 28 ¿Qué empresa recuerda que preste servicios inmobiliarios?.....	90
Ilustración 29 Para este proyecto que le parece el nombre "Casa Inmobiliaria S.A.S" para la empresa	91
Ilustración 30 ¿qué le parece este logotipo?.....	92
Ilustración 31 Flujograma del proceso productivo.....	106
Ilustración 32 Organigrama Casa Inmobiliaria	120
Ilustración 33 Logotipo Casa Inmobiliaria	121

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Sociedades Comerciales Inmobiliarias Constituidas	53
Tabla 2 Importantes Empresas Inmobiliarias De Villavicencio.....	55
Tabla 3 Número de viviendas financiadas, según entidades financiadoras II trimestre (2014-2016)	74
Tabla 4 Tabla De Porcentajes De Cobro Por Venta Dependiendo El Avaluó De La Propiedad	98
Tabla 5 Porcentajes y Tarifa De Arrendamientos	100
Tabla 6 Cobro Por Avaluó	101
Tabla 7 Resumen Servicios Porcentajes y Observación	102
Tabla 8 Análisis DOFA.....	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 9 Ventajas y Desventajas De Las S.A.S.....	128
Tabla 10 Parámetros.....	131
Tabla 11 Presupuesto De Inversión.....	132
Tabla 12 Amortizaciones y Depreciaciones.....	135
Tabla 13 Presupuesto, Porcentajes De Ingresos Por Servicios	137
Tabla 14 Avaluó De Propiedad Vendida Asesor 1	138
Tabla 15 Avaluó De Propiedad Vendida Asesor 2	138
Tabla 16 Ingreso De Propiedad Vendida Por Asesor 1.....	140
Tabla 17 Ingreso De Propiedad Vendida Por Asesor 2.....	140
Tabla 18 Canon De Propiedad Administrada Asesor 1	141
Tabla 19 Canon De Propiedad Administrada Asesor 2	142
Tabla 20 Avaluó De Propiedad Vendida Asesor 1	143

Tabla 21 Avalúo De Propiedad Vendida Asesor 2	143
Tabla 22 Resultado Presupuesto De Ingresos	144
Tabla 23 Salario Básico e Incremento Anual.....	145
Tabla 24 Nomina Comisiones + Básico.....	146
Tabla 25 Nomina + Básico + Auxilio De Transporte	146
Tabla 26 Deducciones Por Prestaciones	147
Tabla 27 Nomina Neto A Pagar Anual	147
Tabla 28 Neto A Pagar Mensual	148
Tabla 29 Apropriaciones De Nomina.....	149
Tabla 30 Descripción Gastos Servicios Públicos.....	151
Tabla 31 Gastos y Costos	152
Tabla 32 Presupuesto De Gastos y Costos	153
Tabla 33 Estado De Resultados.....	154
Tabla 34 Acciones.....	155
Tabla 35 Balance General	156
Tabla 36 Indicadores Financieros	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 37 Flujo De Caja	157

ANTECEDENTES DEL PROYECTO

La idea de este proyecto de pre-inversión llamado casa inmobiliaria, una empresa que se dedica a la prestación de servicios inmobiliarios entre ellos la venta, compra, arriendos y avalúos tuvo sus comienzos y se generó en el curso llamado metodología de la investigación visto en quinto semestre de la carrera profesional administración de empresas, en este recorrido se inició con la idea dado que los socios y propietarios de este proyecto de pre-inversión plantearon una hipótesis por la investigación realizada en este curso y debido a que los accionistas tienen experiencia en sus familias en la profesión como inmobiliario fue donde se representó una visión actual y se generó el análisis del mercado actual, luego se realizaron algunos aportes de los diferentes cursos vistos en el siguiente semestre, ya en el séptimo semestre se formalizo y se realizaron aportes muy importantes en el recorrido formulación de proyectos en donde se analizó a mayor profundidad la situación del mercado inmobiliario empezando por el análisis de la oferta de la competencia existente en la ciudad de Villavicencio y a nivel nacional, luego se analizó la demanda para conocer las personas, clientes más potenciales y en que estratos socioeconómicos existía esta mayor demanda, se analizaron los precios de las propiedades promedio desde el estrato más bajo hasta el estrato más alto, para así tenerlo en cuenta al momento de generar y proyectar ingresos y gastos para este proyecto de pre-inversión , en el estudio técnico se logró establecer estrategias de mercado para así poder penetrar en el mercado de forma exitosa porcentajes de cobro, los costos y gastos, basados en el estudio de mercado realizado previamente.

Todo esto se logró con el debido apoyo de los diferentes cursos vistos en el semestre, para así lograr seguir en el estudio legal y administrativo con el cual se permitió realizar una simulación de formalización, constitución de casa inmobiliaria, donde allí se establecieron algunas normas y

aspectos legales a tener en cuenta al momento de realizar las operaciones y actividades para prestar servicios inmobiliarios, se logró ponerle un nombre formal a la empresa un logotipo atractivo y generar planes estratégicos para tener objetivos claros para la organización, en este curso se tuvo una visión más clara de este negocio lo cual impulso a los socios y propietarios a llevar a cabo la ejecución y elaboración de este proyecto, luego en el siguiente semestre con el recorrido evaluación de proyectos se proyectó todo el estudio financiero el cual permitió verificar y darle veracidad a la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto, dando así casi por completo este proyecto de pre-inversión, los semestres siguientes se realizaron aportes con los demás cursos de esta carrera profesional donde se complementaron datos importantes, este proyecto ha permitido comprender el funcionamiento tanto administrativo como en el mercado de este tipo de empresa lo cual ha sido llevado durante 5 semestres y ahora esta culminado, a continuación se encontrara evidenciado durante todo el desarrollo de este proyecto.

1. RESUMEN DEL PROYECTO

En la ciudad de Villavicencio existe una coyuntura económica creciente que ha generado una problemática en el sector inmobiliario, en la cual debido a la falta de confianza de las personas al momento de comprar o vender vivienda, ocasionado por los altos niveles de estafadores, falta de seriedad de algunas empresas inmobiliarias, ha generado que las personas hayan perdido credibilidad en las empresas inmobiliarias, esto a su vez ha ocasionado el descuido del estrato socio-económico medio en el cual se presenta la mayor demanda. Esto dicho principalmente por el análisis realizado en el informe del Banco BBVA RESEACH llamado situación inmobiliaria unidad Colombia 2016 y por el informe del ICER (Informe De Coyuntura Económica Regional) del Departamento del Meta a octubre del año 2016 que muestra en la secciones de la página 48 a la 62 (ICER, 2016) junto con varios informes hechos por revistas reconocidas mencionadas más adelante.

El sector inmobiliario en la ciudad de Villavicencio está en su máximo crecimiento económico generando tanto oferta como demanda según la teoría expuesta por Alfred Marshall en su libro principios económicos, donde se evidencia que el mercado debe estar en un equilibrio ya que al tener un exceso en la demanda o en la oferta la economía no avanza y se ve un estancamiento, para (Marshall, 1931) el dinamismo de la economía es fundamental ya que va a permitir una fluctuación de la oferta y la demanda pero siempre manteniendo una línea de equilibrio entre estos dos factores, al tener en cuenta lo ya mencionado se observa según el reporte del banco BBVA y el grupo de comisionistas SERFINCO que en el sector inmobiliario existe una demanda mayor que la oferta, reflejando que hay un desequilibrio que afecta el sector. Para lograr entrar a este mercado, cubrirlo y equilibrarlo es importante invertir grandes recursos económicos, en su mayoría provenientes de financiación de terceros lo que genera que los

indicadores de confianza de los inversionistas, consumidores y los comerciantes tengan una expectativa de mercado y consumo más dinámico (Tellez & Hernandez, 2015) afirman “En estos tres últimos años se han visto reflejado en Colombia el desarrollo de los mercados dando la confianza necesaria para invertir en ellos.” De esta manera como se indicó anteriormente se observa que en el mercado inmobiliario existe una mayor demanda que oferta, según el reporte dado por el banco BBVA RESEARCH y el grupo de comisionistas de bolsa SERFINCO. (Tellez & Hernandez, 2015)

Los objetivos a lograr de este proyecto de pre-inversión, es el documento que muestre la factibilidad, viabilidad y rentabilidad de la creación de una empresa en el sector inmobiliario, prestadora de servicios como la compra, venta, alquiler y administración de bienes raíces, realizando los correspondientes estudios como lo son un estudio de mercado, un estudio técnico, un estudio administrativo y un estudio legal. Para conocer y determinar la ejecución del proyecto en la ciudad de Villavicencio – Meta.

Para alcanzar los resultados esperados, este proyecto de pre-inversión, recopila la información recurriendo al tipo de investigación descriptiva la cual se revela por medio de la observación de los hechos utilizando el método inductivo donde se analizaran las bases de datos disponibles en los archivos de las empresas y de las organizaciones e instituciones regionales relacionadas con empresas inmobiliarias y datos estadísticos ya dados; con un grado de abstracción aplicada para ayudar a resolver el problema y un grado de generalización en acción ya que se dará por la observación y realidad del sector inmobiliario en el estrato socioeconómico medio, con una muestra de 150 personas y una la población las personas del estrato socioeconómico medio 2, 3 y 4. Utilizando estos métodos se podrá tener los fundamentos y confiabilidad de obtener los suficientes datos para poder cubrir las necesidades detectadas en el mercado inmobiliario,

efectuar diagnósticos de realización para este proyecto de pre-inversión, encontrar debilidades, fortalezas, determinar y postular herramientas precisas para la correcta ejecución de los procesos proyectando así la empresa hacia la consecución de sus objetivos estando siempre orientada a generar valor.

1.1 ABSTRACT

The present article shows the viability, feasibility and profitability to execute a pre-investment project of a real estate company called Casa Inmobiliaria in Villavicencio. It offers different services such as purchase, sale, rental and property appraisals taking into account that currently in Villavicencio, there is a growing economic upturn which has caused a problematic situation in the real estate sector since demand outstrips supply. Therefore, mid-sized class has been put aside, that is the one which demands the most and the same time, it is the niche market of this pre-investment project for Casa Inmobiliaria, our potential customers in the future.

To execute this pre-investment business project, the real estate sector has been diagnosed after previous studies to know the viability, feasibility and profitability of the project. Finally we present the conclusions and recommendations which have appeared from the research.

In order to have a general overview of the market and to draw conclusions, 150 surveys were conducted and analyzed through the inductive-descriptive method and the descriptive research. Bearing in mind the research situation, surveys conducted were intended to 90% people from mid-sized class and as it is previously mentioned, they are our market niche.

2. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA Y JUSTIFICACION

Se realizaran los respectivos estudios para responder al siguiente interrogante:

¿Cuáles son los aspectos pertinentes a tener en cuenta para determinar si viable, factible y rentable la creación de una empresa inmobiliaria dirigida al estrato socio-económico medio 2, 3 y 4 en la ciudad de Villavicencio-Meta?

En la ciudad de Villavicencio durante las últimas décadas, especialmente desde 2012 se observa que en el mercado inmobiliario existe una coyuntura económica en la cual las personas que desean comprar, vender o poner en administración una propiedad han perdido credibilidad en las inmobiliarias debido a la falta de seriedad y desatención de las mismas en los estratos socio-económicos medios, junto con el alto nivel de estafadores que generan gran desconfianza, lo que ha generado que la demanda de vivienda este alta, ya que como existe la oferta esta no se es promocionada de la manera correcta para lograr satisfacer la demanda según afirma (Personales, 2016) (RESEARCH, 2016) (Dinero, 2015) (Camacol, 2015) lo cual ofrece oportunidades para generar crecimiento de la cartera hipotecaria, este crecimiento se está generando en todo el país y se espera que siga siendo así en los próximos años, esto a medida que el país entró en el escenario internacional gracias al petróleo el libre comercio, turismo, minería e inversión tanto del sector público como privado en construcción lo que ha generado que nuestra ciudad crezca rápidamente beneficiando la economía en general pero principalmente la construcción la venta y compra de bienes raíces debido a esto el mercado inmobiliario se mantiene con una mayor demanda que oferta. Convirtiendo a Colombia en un destino de inversión, así es en muchos aspectos, incluido el de la construcción.

Lo cual plantea la pregunta si ¿será viable la creación de una empresa inmobiliaria en la ciudad de Villavicencio?, lo cual su respuesta se verá desarrollada en el transcurso de este documento donde se revelara la viabilidad, factibilidad y rentabilidad, según estos informes que afirman que la situación inmobiliaria en Villavicencio, donde la demanda supera la oferta de vivienda así como se ve en las ilustraciones vistas más adelante como las 6,10, 11 y 14 que muestran el estado de la oferta, el déficit de vivienda y meses para vender una propiedad, afirman el planteamiento de este problema, en donde el cual no es suficiente la oferta de vivienda, para satisfacer la demanda, además de esto no es suficiente la cantidad de asesores inmobiliarios que se encarguen de promover y vender esta oferta ya que como en todo negocio ya sea de productos o servicios, estos no se venden solos, se necesita buscar el cliente adecuado, en el caso del cliente comprador, o en el caso del cliente vendedor necesitan que sus propiedades sean promocionadas y vendidas por un asesor o empresa inmobiliaria que cuenta con las capacidades, contactos, habilidades y medios para lograr alguna venta o administración de un bien raíz. Veamos un ejemplo una persona del estrato socioeconómico medio pretende vender una propiedad, este tan solo da a conocer a sus amigos y familiares más cercanos que está vendiendo esta propiedad, aparte de esto instaura un letrero y/o publicidad en su propiedad dando a conocer que esta venta, y no gestiona la promoción por ningún otro medio, de esta forma esta persona logra vender su propiedad en un periodo aproximado de 8 a 9 meses, Ahora con la intermediación de casa inmobiliaria esta persona no solo podrá reducir su tiempo de venta, sino que también le ahorrara tiempo y dinero en la promoción de la misma ya que se cuenta con un equipo 100% profesional con amplia experiencia en este sector, con conocimientos de precios en el mercado, asesores inmobiliarios que si saben negociar y que seguramente cuentan con el

comprador adecuado, y no solo esto también se encargara de programar citas y que, si se logra concretar el negocio te ayudaran con la tramitación y papeleo de la compra, haciendo más fácil la venta del inmueble del propietario ya que este puede que no cuente con el tiempo, conocimientos, habilidades y experiencia con las cuales si cuenta un agente inmobiliario.

Ahora veámoslo desde el punto de vista del cliente comprador los cuales pueden tener necesidades y perfiles diferentes, la captación de este tipo de cliente es más sencilla ya que al momento de promocionar las propiedades administradas este podrá contactarse con casa inmobiliaria para conocer más de la propiedad, esta captación es más efectiva por medio de las redes sociales e internet ya que es allí donde se ha innovado y las personas buscan más. Las personas que compran solo están a la espera de su propiedad adecuada pero por lo mencionado anteriormente estas no son promocionadas de la manera correcta y el cliente comprador no logra conocer esta oferta, dado un claro ejemplo, la persona que busca comprar, logra ver una propiedad en venta ya sea por <x> medio la persona se contacta con el propietario pero no ha sido lo que el espera debido a precio y/o infraestructura de la propiedad, ahora el cliente comprador logra detectar una propiedad en venta ya sea por <x> medio en donde logra captar que está bien promocionada y detallada, en la promoción nota que es una propiedad en venta promocionada por casa inmobiliaria se contacta con la agencia programan una cita y tal sea lo que el cliente busca y logran concretar un negocio, pero también puede ocurrir que no sea lo que él esperaba y no logran concretar algo, pero es allí donde el agente inmobiliario interviene y le muestra una gran variedad de propiedades a la venta dadas y administradas por él.

En la actualidad el mercado de la construcción ha tenido un crecimiento bastante rápido,

por las grandes extensiones de tierra que ofrece el Departamento del Meta y en particular la ciudad de Villavicencio, y esto ha generado que las empresas constructoras se estén beneficiado, entre otros aspectos de las nuevas líneas de crédito que en la actualidad existen y facilitan a sus potenciales clientes la adquisición de las unidades inmobiliarias.

No obstante como se observa que los precios de vivienda están por encima de 29.2% del promedio histórico (RESEARCH, 2016) en su estudio situacional inmobiliario de Colombia y como se evidenciara más adelante, dicho incremento se encuentra en la demanda que es causada por el incremento de la clase media en toda Colombia para llegar a ser casi el 30% de la población colombiana, el Meta se encuentra con un 20% de la oferta de vivienda, mientras que los costos de construcción de vivienda se encuentran con 60% del costo de la vivienda dando así una utilidad del 40% .Se refiere que los bienes inmuebles son llamados así por estar unidos a un terreno y por tal son inseparables, por lo que una inmobiliaria se dedica a la construcción de viviendas o edificaciones, venta o alquiler de propiedades y administrar casas, ya que cada empresa inmobiliaria se puede limitar a ofrecer solo algunos de estos servicios. Ahora se conoce y se puede observar que el mercado inmobiliario tiene diferentes variables que dan distintas oportunidades de crecimiento, entre estas se encuentran la identificación de los terrenos, arrendamientos, construcciones, edificaciones y remodelaciones, que si se observa tiene un gran aporte en el crecimiento del país

La población urbana en la ciudad de Villavicencio continua expandiéndose, lo cual trae consigo una constante demanda por viviendas, a lo largo de las últimas décadas, ante la falta de acceso a los servicios financieros y un insuficiente proceso de desarrollo territorial, los medios predominantes que han utilizado las familias para obtener vivienda han sido las

invasiones de tierras y la autoconstrucción de viviendas de bajo estándar. Como resultado las edificaciones han sido construidas con materiales de baja calidad y carecen de uno o más servicios básicos.

Con la implementación de este proyecto inmobiliario, se busca satisfacer las necesidades de aquellas personas que deseen adquirir una casa, un apartamento, bodegas, consultorios, fincas, lote o casa-lote y/o locales comerciales, entre otros; por tal motivo, se ve la necesidad de hacer un estudio para determinar la viabilidad de implementar una empresa inmobiliaria; de igual manera Villavicencio es una ciudad en desarrollo, que necesita de nueva infraestructura, moderna y completa, para poder crecer social y económicamente es necesario invertir en proyectos para solucionar las necesidades de los habitantes.

Se observa que en el mercado inmobiliario existe una mayor demanda que oferta, según el reporte dado por el BBVA RESEARCH (Tellez & Hernandez, 2015) donde se menciona acerca de la inversión en edificaciones que crecerá 7,1% anual entre 2013 y 2016, el sector tendrá una mayor participación de las viviendas de interés social, donde el crecimiento de los precios de la vivienda se aceleró recientemente lo cual ofrece oportunidades para generar desarrollo, según como lo explica la empresa Circulo de Inversionistas (inversionistas, 2015) dedicada a proporcionar contenidos sobre temas de economía e inversión, este crecimiento se está generando en todo el país y así va seguir siendo en los próximos años. Son muchas las ventajas que tiene el sector inmobiliario en función de la inversión, una de ellas es la estabilidad que suelen tener los activos, gracias a la valorización. En la inversión inmobiliaria se reciben utilidades por dos rubros: la valorización de los inmuebles y los ingresos de las rentas anuales, que suelen permitir que haya un riesgo bajo asociado a la inversión; así mismo como toda inversión tiene sus

desventajas en cuanto a los materiales de construcción que también han experimentado alzas, que a su vez ha influido en el incremento de precios de vivienda.

Así como la inversión en este sector genera estabilidad económica para la empresa, la financiación en la actualidad para la compra de vivienda es muy accesible para comunidad Colombiana, puesto que en el mercado inmobiliario existe mayor demanda que oferta, lo cual representa oportunidades para continuar su crecimiento y valorización, “Colombia es un país que presenta una sobredemanda, es decir, se producen menos viviendas que hogares por año. En la presente década, por año se están creando más de 250.000 hogares mientras que el año en el que más viviendas formales se han construido no alcanzó las 135.000 unidades”. Así lo nombra el presidente de FEDELONJAS Sergio Mutis Caballero en el diario la Republica (Caballero, 2013), en donde se habla que existen muchas posibilidades para poder obtener un crédito hipotecario en la actualidad puesto que existen entidades que ofrecen muchas posibilidades de financiación para la adquisición de un crédito hipotecario; el sector inmobiliario tendrá una mayor participación de las viviendas de interés social, en línea con la mayor demanda potencial de los habitantes de menores ingresos y de la construcción no residencial.

La situación en la capital del Departamento del Meta, Villavicencio ha tenido un cambio drástico después del periodo 2012 ya que según los datos arrojados por la cámara de comercio de Villavicencio la constitución y aporte de capital a la ciudad por parte de las actividades inmobiliarias disminuyó según lo reflejado en el siguiente cuadro.

Ilustración 1: Sociedades Comerciales Inmobiliarias Constituidas

SOCIEDADES COMERCIALES CONSTITUIDAS										
Sector Economico	Periodo									
	Año 2011		Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015	
Actividades Inmobiliarias	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.
		227	\$ 10.614	273	\$ 13.602	32	\$ 4.027	26	\$ 3.868	27

Fuente: Cámara de comercio de Villavicencio (Comercio, 2016)

Como se puede observar en la anterior tabla están ilustrados las empresas con actividades inmobiliarias en el transcurso de los años desde el 2011 hasta el año 2015, el gran cambio que cabe resaltar es del periodo 2012 al periodo 2013, donde se pasó de constituir 273 empresas a tan solo 32 de ellas que realizan este tipo de actividades inmobiliarias, fue a causa de la gran burbuja inmobiliaria que se presentó en la gran potencia Estados Unidos (EEUU), la cual afecto el mercado inmobiliario en Colombia ya que la mayoría de las empresas colombianas tenían sociedades o eran constituidas por extranjeros los cuales al verse afectado su país decidieron no seguir invirtiendo en Colombia, además de esto las especulaciones no se hicieron esperar y llevaron a que muchas de estas entidades que se dedicaban a actividades inmobiliarias cesaran por un tiempo y se mantuvieran en receso, el gran cambio genera que al momento de invertir en una empresa que dedique sus actividades a propiedad, finca raíz estuvieran más prevenidos y lo cual causo este gran efecto de reducción de empresas constituidas.

Ahora en este tiempo en Villavicencio se encuentran grandes empresas inmobiliarias que han sobrevivido a la burbuja inmobiliaria la cual causo grandes efectos en la finca raíz en Colombia estas empresas serán un gran competencia las cuales se verán a continuación con información de cuantas propiedades tienen como empresa ya adquiridas.

Ilustración 2: Importantes Empresas Inmobiliarias De Villavicencio

IMPORTANTES EMPRESAS INMOBILIARIAS EN VILLAVICENCIO	
Nombre De La Empresa	Propiedades Activas
INGENEGOCIOS HNS	262
SERVICIOS INMOBILIARIOS VILAVO VENDE	114
M3 INMOBILIARIA	79
CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA SAN FERNANDO	38
INGEINCO SAS (ARRIENDOS-VENTAS-COMPRAS)	33
BARU SOLUCIONES INMOBILIARIAS	17
AGRO INVERSIONES MOLINA	13
INMOBILIARIA HAUSE EXPRESS	11
VANES INMOBILIARIA	7
URBANAGRO	7
REMAX LLANOS	6
CORSO INMOBILIARIA	6
RE/MAX LLANOS	4
UNION GROUP S.A.S	4
GLORIA AGUILERA H	4

Fuente: Investigación Propia

Se encontró también distintas empresas constructoras como La constructora Colombiana Amarilo que es una de las empresas más importantes en el país en el sector de la construcción, actualmente tiene una trayectoria de 125 proyectos desarrollados desde el inicio de sus operaciones, Amarilo ejecuta proyectos en todos los segmentos de la construcción: comercio, vivienda, oficinas y bodegas, entre otros; la empresa cuenta hoy por hoy con 66 proyectos en venta en el territorio nacional. En 2012 registraron ventas de \$880.000 millones y durante 2013 estas ascendieron a \$1 billón.

Pero la razón que hace diferente y le da un valor agregado a este proyecto es que el mercado principal serán las propiedades de estrato socioeconómico 2 y 3 ya que es allí donde se encuentra la mayoría de clientes y propiedades listas para ser administradas, pero no solo esto permitirá a casa inmobiliaria ser diferente si no también la simplicidad y facilidad en los tramites así como también, los cómodos porcentajes de administración y

ventas lo cual ara que las personas con propiedades en estos estratos socioeconómicos se sientan cómodos, confiados y seguros de que casa inmobiliaria administre sus propiedades.

A continuación una tabla la cual muestra la participación porcentual de los estratos socioeconómicos en Villavicencio.

Ilustración 3: Estrato De Viviendas Por Municipio

Ciudad	Estrato - % viviendas						
	Uno	Dos	Tres	Cuatro	Cinco	Seis	Total
Bogotá D.C.	7.0	35.0	36.8	13.0	4.6	3.7	100.0
Medellín	11.2	35.8	29.5	10.9	8.1	4.4	100.0
Cali	16.7	27.5	33.0	10.6	9.2	2.9	100.0
Barranquilla	36.5	19.4	24.1	11.2	5.3	3.5	100.0
Bucaramanga	12.1	20.8	26.0	32.2	3.1	5.8	100.0
Cartagena	44.2	26.6	16.2	5.8	3.3	4.0	100.0
Cúcuta	24.0	42.7	21.5	10.1	1.7	0.1	100.0
Pereira	14.6	33.6	20.6	15.4	9.1	6.8	100.0
Ibagué	16.0	47.1	25.5	9.5	1.5	0.5	100.0
Manizales	9.9	25.2	37.7	14.5	5.0	7.7	100.0
Pasto	22.3	42.6	24.7	7.8	2.6	0.1	100.0
Villavicencio	17.5	31.7	40.1	7.1	2.8	0.9	100.0
Amenia	22.2	27.4	30.2	9.8	9.0	1.4	100.0

Fuente: Superintendencia de Servicios Públicos - Sistema Único de Información de Servicios Públicos, SUI (SUI, 2016)

Como se puede observar en la anterior tabla cabe aclarar que los estratos socioeconómicos dos y tres son lo que tienen un poco más del 71% de participación y no solo estos tienen una propiedad que es en la cual habitan con su familia, si no que aparte de ello tienen una propiedad ya sea (lote, local, vivienda, etc.) la cual administran ellos mismos, dando en arriendo sin contratos o generando las ventas sin ninguna asesoría.

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVOS GENERAL

Desarrollar un estudio de pre-inversión para la creación de una empresa inmobiliaria, en la ciudad Villavicencio – Meta en el primer trimestre del año 2017.

3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- J Diagnosticar el mercado inmobiliario a través de un análisis situacional y competitivo para el desarrollo del proyecto.
- J Realizar el estudio de mercado analizando, oferta, demanda, precios, servucción y comercialización en Villavicencio para el desarrollo del proyecto.
- J Determinar el estudio técnico para comprender todo el funcionamiento y operatividad del proyecto.
- J Identificar el estudio administrativo junto con los aspectos sociales, legales, ambientales y organizacionales que corresponden a este tipo de empresa.
- J Establecer el respectivo financiero para la formalización y su respectivo impacto que tendrá la empresa CASA INMOBILIARIA S.A.S

4. MARCO TEORICO

Al momento de desarrollar este proyecto inmobiliario como intermediarios en la compra-venta o administración de bienes raíces no se necesitan muchos recursos tan solo se necesita un buen escenario del mercado, experiencia, gran actitud y habilidades de comunicación, por lo que se necesita realizar un estudio de viabilidad económica previo al desarrollo del proyecto; la rentabilidad económica es una condición necesaria para acometer cualquier iniciativa empresarial. Por tanto, el estudio de viabilidad constituye la primera fase de cualquier proyecto. En este contexto, cabe denotar que en el mercado inmobiliario durante los últimos años, los países latinoamericanos han experimentado un gran crecimiento, convirtiéndose poco a poco en focos de inversión para empresarios extranjeros. Países como Colombia están convirtiéndose en territorios importantes debido al crecimiento que muchos mercados y sectores están notando.

Teniendo en cuenta lo anterior al ser este un proyecto de pre-inversión hay que tener en cuenta en el análisis y situación del mercado así como también la investigación concluyente y general junto con otros diferentes aspectos y para ello se tomara en cuenta el libro formulación y evaluación de proyectos (Más que un Proyecto, un Plan de Negocio) elaborado por Reinaldo Erazo Rodríguez, especialista en mercadeo y alta gerencia, Carlos Alberto González Callejas, administrador de empresas y especialista en gerencia de proyectos y por ultimo Martha Lucía Sanclemente Daza, especialista en proyectos de desarrollo con estudios de maestría en economía aplicada todos los mencionados anteriormente de la universidad del cauca. (Daza, 2009).

Para poder realizar un análisis más completo y elaboración de un proyecto más detallado y con bases más firmes en la parte técnica y financiera de este proyecto el

libro *Evaluación De Proyectos Cuarta Edición* de Gabriel Baca Urbina servirá como base para realizar un correcto proceso en la evaluación del proyecto este libro servirá como complemento para el estudio de mercado, técnico, precios, competencia, administrativo y financiero. (Urbina, 2001).

Como este proyecto va dirigido al mercado inmobiliario se tomará con base de diferentes libros muy importantes para tener éxito en el mercado inmobiliario iniciando con el famoso libro *cómo invertir con éxito en el mercado inmobiliario* el cual muestra las nuevas estrategias que se están implementando en este mercado (Bernardos, 2007) y el libro *mercado inmobiliario: una guía práctica: inversión, financiación, fiscalidad y aspectos legales* que servirán como guía, que explica cómo rentabilizar inversiones en inmuebles de la manera más eficiente posible, y aún más importante los aspectos que afectan a la gestión inmobiliaria. (Carlos B., 2009)

Según un estudio realizado en Colombia recientemente por (RESEARCH, 2016) donde se refleja la situación inmobiliaria en Colombia, los sectores que notarán el crecimiento este año serán infraestructura, minería, transporte y comercio, el principal catalizador de la recuperación económica será el consumo de los hogares, el cual tomará los mayores réditos de la reducción de la tasa de interés. Los indicadores de confianza de los consumidores y los comerciantes confirman la expectativa de un consumo “más dinámico en estos dos años” afirmó Mauricio Hernández, economista de BBVA Research. (Tellez & Hernandez, 2015).

Por otro lado, cuando se habla de crecimiento económico, es conveniente mirar la evolución del sector inmobiliario. Aunque los precios de los inmuebles no bajarán, ésta seguirá siendo la inversión más buscada por los colombianos. Sin embargo, el término

de “burbuja inmobiliaria” sigue siendo un tanto utópico para describir el sector de Finca Raíz, ya que el precio por metro cuadrado, que es el factor que determina la evolución de este sector, sigue situándose al alza.

La economía colombiana se debe en buena medida a la valorización de este mercado que ha sido promovido conjuntamente por los sectores públicos y privados, por ejemplo, mediante incentivos para facilitar el acceso a la vivienda, como los programas de Vivienda de Interés Social (VIS) y Vivienda de Interés Prioritario (VIP). Este es un factor importante que da muestra de un sector que tiende al crecimiento. Por esto, la inversión en el sector inmobiliario colombiano, aunque no está exenta de riesgos (como cualquier tipo de inversión), resulta bastante segura y proporciona tranquilidad.

Según la revista dinero (DINERO, 2012) el 74% de la población colombiana habita en zonas urbanas esto afirma lo anterior visto y de el por qué el crecimiento en las zonas urbanas de la ciudad se ha disparado en la última década ya que como Villavicencio es la puerta de acceso al sur del país y por esta bella ciudad es por donde se transportan la gran mayoría de materias primas productos agrícolas a las grandes ciudades del país donde las transforman en productos, muchos empresarios tanto nacionales como internacionales han visto que instaurar sus empresas en esta ciudad es una excelente opción lo que genera que la ciudad crezca rápidamente y con ella la necesidad de que las empresas y personas con propiedades busquen a empresas inmobiliarias para que administren sus propiedades. (Bonilla, 2012).

El gran crecimiento en Villavicencio no es solo por lo mencionado anteriormente sino que también es por lo que según el portafolio en las grandes ciudades como

Bogotá ya no hay terrenos donde construir por lo que la gran opción de las empresas y personas es trasladarse a las ciudades con grandes extensiones de tierra para construís como lo es Villavicencio esto genera la creación de nuevos empleos, al desarrollo de la ciudad y la gran oportunidad para las empresa inmobiliarias de administras éstas propiedades que se generan de este desarrollo económico. (Flórez, 2012)

La diferencia del marketing inmobiliario a la venta inmobiliaria está en que el marketing se encarga de conseguir y contactar potenciales clientes y esta será una de las estrategias llevadas a cabo y que según (VALERO, 2006) visto ya lo anterior de como en Colombia y Villavicencio están creciendo aceleradamente en infraestructura es en donde se deben tener en cuenta las situaciones evidentes que llevan a la orientación y que claro está, son factores que tendrán que ir cambiando a medida que la situación del mercado cambie, y estos factores a tener en cuenta con los niveles de la demanda, el aumento de las exigencias de los clientes y compitiendo de manera eficaz para esto se deben tener las 5 claves de marketing inmobiliario que (VALERO, 2006) Menciona en su libro.

Esto es muy importante y se debe tener en cuenta ya que el país está en la era dorada de las inmobiliarias una de las razones es la inversión extranjera por la cual está pasando Colombia, otra razón es que los bienes raíces les resultan 40% más baratos por el efecto de la devaluación esto ha generado que aumente el poder adquisitivo de las personas del estrato socio-económico medio para adquirir vivienda, esto ha generado que las empresas inmobiliarias se hallan vuelto dinámicas en los últimos años, generando más empleos para el país, también cabe aclarar que su gran aumento al momento de administras bienes raíces ha sido en locales, oficinas comerciales y

bodegas las cuales antes eran administradas directamente por los propietarios y que ahora estos propietarios las están confiando a empresas inmobiliarias facilitándole la vida al propietario quien ya no se debe encargar de estar cobrando y contactando con quien alquile su propiedad sino que simplemente se espere a recibir su renta mensual, esto ha mejorado las prácticas comerciales y ha dinamizado el mercado. Asegura (Fedelonjas, 2014) así que los planes de inversión transformación y capacitación para aprovechar este mercado han aumentado en los últimos 5 años ya que el gobierno con los planes de infraestructura y renovación urbana aumentaron la necesidad de que las propiedades fueran administradas. (Dinero, 2015). Según el gobierno el crecimiento de los ingresos de las familias y la consolidación de la clase media en el país han aumentado de un 25% a un 30% y este es uno de los ingredientes que favorecen los negocios inmobiliarios y que los jóvenes de hoy en día quieren verse a futuro con su propias casas y/o propiedades, volviendo los clientes más exigentes y esta es una transición importantes con la cual las empresas inmobiliarias tendrán que adaptarse a estas exigencias del mercado. (Dinero, 2015).

5. METODOLOGÍA

5.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

Dada las características de este proyecto de pre-inversión la metodología utilizada recopila la información recurriendo al tipo de investigación descriptiva la cual se revela por medio de la observación de los hechos, utilizando el método inductivo donde se analizaran las bases de datos disponibles en los archivos de las empresas y de las organizaciones e instituciones regionales relacionadas con empresas inmobiliarias, y datos estadísticos ya dados; con un grado de abstracción aplicada para ayudar a resolver el problema y un grado de generalización en acción, ya que se dará por la observación y realidad del sector inmobiliario en el estrato socioeconómico medio, con una muestra de 150 personas y la población, las personas del estrato socioeconómico medio 2, 3 y 4.

La metodología usada en la investigación es descriptiva y de enfoque mixto la cual supone un planteamiento, un acercamiento a la realidad objeto de estudio y a la teoría las cuales este tipo de investigación es recomendada en los libros sobre formulación y evaluación de proyectos, y unos fines de la investigación característicos. Se tomara una muestra de 150 personas tomando como instrumento la herramienta fundamental de google fórums la cual permite realizar y formular la investigación y entrevista de manera correcta y también brinda el gran aporte de tabular arrojar los datos ya organizados, siendo el universo la ciudad de Villavicencio y por último la población, las personas del estrato socioeconómico medio 2,3 y 4. Para ello se usó la herramienta del estudio de mercados con la cual se conocerá la situación actual del sector mediante los estudios y datos ya recolectados por diferentes fuentes estatales e independientes con el fin de poder aprovechar esta información a la hora de la creación de la empresa. Además se tomaran en

estudios ya realizados de oferta y demanda del sector y otros factores que influyen en la creación de la empresa. Se tendrá gran apoyo en los objetos de estudio de datos estadísticos ya establecidos, los cuales son investigaciones reales con gran objetividad ya que identifican a los grupos de estudio y de hecho son medibles y fáciles de analizar.

5.2 RECOLECCION DE INFORMACION

En primer lugar, el objeto de análisis es una realidad observable, medible y que se puede percibir de manera precisa estos análisis serán por medio de la observación de cómo se comportan las empresas inmobiliarias medibles mediante encuestas realizadas a ciudadanos y junto con la información ya brindada por organizaciones estatales Por otro lado, en la investigación cuantitativa la relación entre teoría e hipótesis es muy estrecha pues la segunda deriva de la primera. A partir de un marco teórico se formula una hipótesis, mediante un razonamiento deductivo, que posteriormente se intenta validar empíricamente y esta validación se hará mediante el análisis de los datos e información obtenida mediante el desarrollo de la investigación. Con este método de investigación al acceder primero a los datos arrojados y obtenidos permitirán reconocer hacia qué tipo de clientes y personas con propiedades se darán las encuestas esta información recolectada será de gran utilidad para apuntar hacia qué dirección ira casa inmobiliaria como organización esto facilita como investigadores la toma de decisiones visualizando el proyecto en un futuro. (DENZIN & LINCOLN, 2015)

Con el propósito de determinar las preferencias y deseos de los clientes con relación a la intensidad de uso de una empresa inmobiliaria y las expectativas de los mismos en los servicios del mercado inmobiliario, la encuesta basada y diseñada por (Benassini, 2014), esta encuesta se realizara por medio de google formularios para determinar la accesibilidad

y saber a si las personas que tienen propiedades estarían dispuestos a que casa inmobiliaria administre sus propiedades ya sea para cualquiera de los diferentes servicios que ofrecerá la empresa, este medio por donde se capturan las encuestas es muy efectivo ya que se puede captar una muestra mayor y analizar con facilidad los datos obtenidos y así poder definir si el mercado objetivo para este proyecto estará dispuesto a que casa inmobiliaria administre sus propiedades ya sean en venta o arrendamientos o adquisición de seguros o realizar avalúos comerciales. Esto es desde la parte del cliente objetivo aparte de esto también se obtendrán datos para la investigación de mercados desde diferentes fuentes, estas fuentes confiables son el departamento administrativo nacional de estadística DANE la principal fuente de estadísticas de Colombia que brinda datos confiables, completos y concretos otra fuente muy importante de información es el banco BBVA RESEARCH la cual realiza y trabaja en conjunto con grandes empresas inmobiliarias y constructoras a nivel nacional como lo son la cámara colombiana de construcción y la galería inmobiliaria quienes comparten todo tipo de estudios no solo en el mercado financiero sino también en el mercado segundo más rentable como lo es el inmobiliario, las cuales han realizado estudios de cómo se encuentra los diferentes aspectos de mercado como lo son la oferta, visto como el número de propiedades (ya sean viviendas, locales, edificios, apartamentos y demás) disponibles para la venta o ser arrendadas, la demanda como la cantidad de personas o comerciantes en búsqueda de propiedades para habitar o arrendar o darle un uso comercial, los índices de precios de propiedades y demás análisis del estudio de mercado.

La forma en la cual se definirá el estudio técnico que es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; ilustrando así todos los factores influyentes para el mejor desarrollo del

proyecto y de allí se definirá el dónde, cuánto, cuándo y cómo generar ingresos todos estos datos serán obtenidos de los análisis del estudio del entorno y de mercado realizados anteriormente, El estudio administrativo será diseñado y propuesto en base a la guía del libro de formulación de proyectos de pre-inversión quinta edición de (HERNANDEZ, VILLALOBOS, & SUAREZ, 2005), al momento de describir y realizar el estudio legal una de las grandes fuentes para basarse, será la cámara de comercio de Villavicencio la cual brinda todos los respectivos formatos y guías para la constitución formal de casa inmobiliaria, aparte de ello también se establecera en la importante página web (Actualícese.com, 2016) la cual asesora el proyecto para conocer qué sociedad es más conveniente para constituir así como también los aspectos legales y normas al momento de tener en cuenta en las operaciones y servicios prestados de casa inmobiliaria. Por ultimo se tiene el estudio financiero que ya basado en los estudios preliminares permitirá definir la viabilidad de este proyecto de pre-inversión para ello se contara con diferentes fuentes una mezcla y recopilación de datos de las diferentes páginas web y libros mencionados anteriormente.

5.3 ANALISIS DE DATOS

Los resultados de la investigación llevara en todo el proceso a la toma acertada de decisiones las cuales a su vez llevan hacia el camino correcto y las formas de entrar en este mercado analizando que están haciendo las empresas inmobiliarias en esta ciudad, analizando que es lo que quieren en realidad los clientes y personas al momento de decidir que administren sus propiedades así como también con los datos obtenidos por estudios ya realizados guiara, a donde, a que sector y a qué tipo de personas se deben realizar las encuestas. Se dará a establecer una relación de causa-efecto entre los dos fenómenos.

Dicha relación está ligada con la interconexión entre conceptos que supone la hipótesis. La validación de la hipótesis supone explicitar esa relación de causa-efecto latente en dicha hipótesis. Estos serán los resultados que se obtendrán, y los cuales arrojan la causa y el efecto de la investigación para lo cual dará el aval y confirmara la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto. Asimismo, se analizan las variables, tratadas con procedimientos matemáticos y estadísticos esto con la finalidad de comprender los datos analizados y sustentarlos mediante números y valores reales Además, una investigación de este tipo tiene capacidad de predicción y generalización y se trabaja sobre una muestra representativa del universo estudiado. (Pinzón, 2009)

6 ESTUDIO DEL ENTORNO

6.1 DESCRIPCIÓN ANÁLISIS DEL ENTORNO

Este estudio es la iniciativa de este proyecto de pre-inversión con el fin de dar la razón hacia la viabilidad comercial del sector económico inmobiliario, se darán a conocer diferentes análisis, graficas e información sobre cómo se generan clientes en este mercado, la población, sus capacidades de compra de vivienda, este estudio dará a conocer que está pasando en el mercado inmobiliario a nivel nacional y local, cuales son las tendencias de la población a la hora de comprar o vender vivienda así como en la búsqueda de intermediarios para que administren sus propiedades, las necesidades importantes que buscan los clientes y si estas necesidades están siendo satisfechas. Este estudio de mercado, revelara no solo como ha actuado el mercado sino también como han actuado los clientes, los precios y la competencia, frente a los diversos cambios económicos en este sector, ayudara a determinar hacia qué tipo de cliente se quiere apuntar, la ubicación de los mismos para así poder determinar la localización de este proyecto de pre-inversion.

Se realizó el análisis del Macro-entorno y Micro-entorno, teniendo en cuenta todas las variables que podrían afectar la ejecución de este plan de negocio. En el Macro-entorno se analizaron las diferentes variables como lo son lo Político, Económica, Social, Tecnológica y Ecológica. Esto ha permitido tener un diagnóstico y una visión de la situación de Colombia a nivel macro en el que se ejecutará proyecto de pre-inversión podría verse afectado en cualquiera de las variables mencionadas. A nivel del Micro-entorno, se han tomado en cuenta las dimensiones de las zonas urbanas y regulaciones legales actuales a las que se encuentra sujeto este plan de negocio, el análisis del cliente objetivo, lo que permitirá segmentar el perfil de los clientes a los cuales se tiene que enfocar para la

captación de ingresos para la empresa, se realiza el análisis de la competencia, con lo cual se podrá obtener el número y características de los competidores.

6.2 MACRO-ENTORNO

6.2.1 POLÍTICO

En el sentido político en Colombia se cuenta con una situación de credibilidad, que se ha generado por una estabilidad económica lo cual atrae las inversiones extranjeras y más ahora con el apoyo hacia el proceso de paz, como se ha visto en los últimos años con la inversión y compra de importantes empresas colombianas a extranjeros, esto crea un entorno de confianza en los consumidores e inversionistas, así como se ha apoyado al desarrollo como es el caso del sector construcción, además con los tratados internacionales con los que cuenta Colombia hace más accesible al mercado internacional. La descentralización de los gobiernos regionales, se enfocan en áreas claves para el desarrollo del país, mostrándose a inversionistas extranjeros para que opten como opción de inversión. No solo esto como el aspecto más importante el cual ha generado una gran demanda de vivienda en todo el territorio nacional ha sido por el último plan de ministerio de vivienda que “Se trata de un novedoso programa del Gobierno Nacional para facilitar la compra de vivienda a las familias Colombianas. El programa está dirigido a hogares con ingresos superiores a 2 y hasta 4 salarios mínimos (\$1.378.910 - \$2.757.820) a los que el Gobierno les subsidiará la cuota inicial de su vivienda, con valor superior a 70 SMLMV (\$48.261.850) e inferior o igual a 135 SMLMV (\$93.076.425), y subsidiará además la tasa de interés del crédito hipotecario de 4 puntos. La tasa de interés bajaría del 12,5% al 8,5%” (MINVIVIENDA, 2016) .Esto genera estabilidad política la cual es muy importante para que los inversionistas tengan confianza en el país, los gobiernos centrales y regionales

deben tomar cartas en el asunto para conseguir que el sector internacional participe en proyectos y nuevas oportunidades de la política actual. Y esto corrobora la razón por la cual la demanda de vivienda se ha incrementado drásticamente en Villavicencio así como la construcción de las mismas, tanto, privadas o dadas por el gobierno subsidiadas la cuales entran al mercado para poder ser vendidas en 5 años.

6.2.2 SOCIAL Y CULTURAL

Invertir en el sector inmobiliario significa sumergirse en un mercado en que existe mayor demanda que oferta, lo que genera oportunidades para continuar en crecimiento y con esto se tiende a ganar una valorización, "Colombia es un país demandado, es decir se producen menos viviendas que hogares en el año" (BusinessCol, 2016), esto es un factor importante que muestra que el sector inmobiliario tiende al crecimiento, lo que resultado bastante seguro para invertir en el sector inmobiliario en Colombia, pero como toda inversión no está exenta de riesgos.

En Colombia en sector inmobiliario lleva más de un año liderando la generación de empleo en el país, ya que la construcción aportó en agosto de 2015 el 5.7% del empleo total del país, al cual sumado con los servicios complementarios del sector inmobiliario, se consolida como una de las generadoras de empleo más fuerte del país, (Gómez, 2015)

El sector constructor, asociado al inmobiliario, se ha convertido en foco vital de generación de empleo que mueve el desarrollo del país. Según el DANE, a julio se generaron en el país 76.000 empleos derivados del sector constructor que se suman a los generados a través de la vivienda nueva, que incide en por lo menos 30 sectores de la economía asociados a productos y servicios, según el presidente de la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá, Jorge Enrique Gómez (Gómez, 2015).

Con la información anterior se puede concluir que el sector inmobiliario se ha convertido en uno de los principales impulsores de la economía Colombiana, y este crecimiento de la actividad edificadora se le atribuye al hecho que los colombianos continúan accediendo al crédito hipotecario como una de las alternativas más cercanas para adquirir vivienda propia, en los últimos años, a medida que el país entró en el escenario internacional gracias al petróleo y el comercio, Colombia se convierte en un destino de inversión. En la actualidad el mercado de la construcción se ha incrementado muy rápido, por las grandes extensiones de tierra que ofrecen el Departamento del Meta y su capital Villavicencio, y esto ha generado que las empresas constructoras se estén beneficiado, y gracias a las nuevas líneas de crédito que en la actualidad existen facilitan la adquisición de las unidades inmobiliarias, para todas las personas en particular a la clase media, que es la que más adquiere crédito de vivienda.

6.2.3 TECNOLÓGICO

La tecnología en estos tiempos se ha desarrollado a una velocidad increíble, las innovaciones tecnológicas en la construcción y en los medios de comunicación, permiten disminuir costos y optimizar tiempos de operación en este plan de negocio, los sistemas constructivos tradicionales, enfrentan limitaciones en su capacidad de producción en tiempo y costo esto al momento de la construcción de viviendas ya sea del sector privado o público dados a personas subsidiadas. Mediante las innovaciones tecnológicas adecuadas es posible superar los obstáculos que se presentan desde la generación hasta la aplicación de innovaciones tecnológicas. Para lograr que el sector privado y social introduzcan sistemas constructivos alternativos es necesario: fomentar la asistencia técnica para el aprovechamiento de nuevos productos, fomentar las investigaciones tecnológicas, aplicar

innovaciones tecnológicas que aporten al ahorro de agua y energía, fomentar las técnicas de disposición y reciclamiento de desechos orgánicos, alentar la inversión a la aplicación de innovaciones tecnológicas y esto es a lo que Colombia ha apostado en los últimos 5 años no solo en la mejora de las vías 4g si no también en la construcción de viviendas de fácil acceso lo que genera una gran demanda y oferta en este sector tanto para quienes construyen como para quienes compran y venden, al tener una infraestructura en edificaciones, vivienda, electricidad y vial más eficiente y de última tecnología se valorizan los predios y en si el crecimiento de manera correcta de la ciudad Villavicencio donde se llevara a cabo la ejecución de este plan de negocio.

Por esto este proyecto de pre-inversión de una empresa en el mercado inmobiliario va contar con gran uso de las TICs tales como:

- J) Página Web y redes sociales: Debido a la efectividad y rapidez que llega la información al cliente y también a que los servicio de compra, renta y venta de bienes inmuebles también va dirigido a personas que no vivienda en Villavicencio pero quieren adquirir estos bienes en la ciudad.
- J) Comunicación telefónica: Si el cliente que quiere arrendar o comprar una vivienda y no tiene tiempo para dirigirse a la oficina lo puede hacer por vía telefónica, y será atendido de la mejor manera. O se puede apartar una cita con el cliente donde este lo desea donde un asesor comercial le dará la respectiva asesoría.

6.2.4 ECOLÓGICO

La concientización ecológica de este proyecto de pre-inversión , tendrá en cuenta las normas protectoras del medio ambiente, el uso de tecnologías respetuosas con el medio

ambiente o el control de residuos al momento de realizar aseos o mantenimientos al local y/o demás actividades que se lleven a cabo que pueden afectar los recursos naturales de nuestro entorno. Junto con lo anterior lo que se pretende es brindar un servicio a la sociedad pero a pesar de esto se debe tener en consideración este aspecto ecológico ya que así como se han desplegado campañas por el gobierno para crear un país más verde esto compete a todos como personas o como empresa, si se será intermediarios, pero debe tener en cuenta que todo servicio que se brinda de estas propiedades cumplan con sus correspondientes normas ecológicas y de seguridad para así poder ofrecerle el mejor servicio al cliente, ya que puede haber una propiedad en venta o administrada que este ocasionando graves daños al medio ambiente.

En Colombia se han realizado esfuerzos en la protección de sus recursos naturales y la conservación de los bosques y ríos en los últimos años. Desde la creación del Ministerio del Ambiente, se han tomado medidas apropiadas y creado políticas para lograr que las especies en extinción especialmente de los lugares donde ha llegado la explotación minera sea cuidada para que no sufran la contaminación ambiental. Pero a pesar de todas estas regulaciones el cual el ministerio de ambiente ha regulado aun el calentamiento global, la contaminación ambiental entre otros factores, hacen que el medio ambiente se esté deteriorando. Sin Embargo, Colombia, el Departamento del Meta y Villavicencio donde será llevado a cabo este proyecto de pre-inversión, recién está empezando a desarrollar una política de protección al medio ambiente, por lo que todavía no hay un sentido de protección desarrollado por el mismo. Aspectos a considerar dentro del análisis del macro entorno. Empresas constructoras locales con Políticas o una razón sobre el cuidado del medio ambiente. Las disposiciones del diseño y de las preferencias de la gente (sobre todo

del segmento de mercado) cada vez más orientadas hacia un entorno ecológico o “verde”. Pero no solo tiene que ser verdes si no también brindar seguridad realizando los respectivos estudios geográficos y de demás hechos los cuales son un reglamento que el ministerio de medio ambiente establece al momento de construir, véase el caso del edificio Space en Medellín que colapso la noche del 12 de octubre de 2013 cuando la torre 6 del Edificio Space, que hacía parte de un conjunto de apartamentos. Estas normas legales en la que se establecen estudios para prevenir daños o un grado alto de contaminación no se tuvieron en cuenta y por ende generaron un gran daño.

6.3 PERSPECTIVA DE DESARROLLO

Los anteriores aspectos mencionados anteriormente son muy importantes ya que revela una situación general de cómo se encuentra el mercado, la economía, la tecnología y demás para que de esta forma se puedan tomar decisiones acertadas y realistas más adelante durante el desarrollo del proyecto todos estos aspectos vistos se tendrán en cuenta a medida que se realizan los diferentes estudios vistos a continuación como los es el estudio de mercado donde se analizara la demanda, la oferta, y los precios de las viviendas y demás propiedades destinadas para diferentes usos teniendo en cuenta la inflación como un aspecto importante y la tecnología la cual hace que mejoren los procesos, seguido por el estudio técnico donde se analizaran las variables relacionadas a la localización de este proyecto de pre-inversión el tamaño los equipos necesarios, los clientes potenciales, la forma de distribución y penetración en el mercado, el estudio legal se encontraran los reglamentos, normas y leyes las cuales debe tener en cuenta casa inmobiliaria al momento de realizar una actividad o proceso de compra, el estudio administrativo verán cómo se realizara un plan estratégico bien elaborado para poder penetrar fuertemente en el mercado

así como también la planta de personal y otros aspectos y por último el estudio financiero el cual revelara datos numéricos de ingresos y gastos proyectados teniendo en cuenta todos los diferentes aspectos en los diferentes estudios y cual también dará respuesta a la viabilidad, factibilidad y rentabilidad del proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria.

7 ESTUDIO DE MERCADO

7.1 ANÁLISIS DE LA OFERTA Y COMPETENCIA

7.1.1 OFERTA

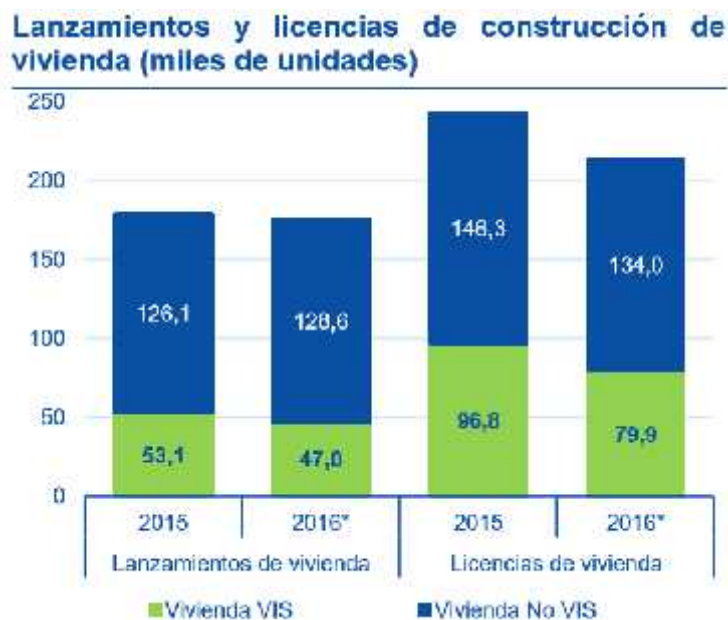
Según Camacol, en 2015 se lanzaron 179.250 unidades de vivienda nueva en 17 regiones. De las cuales en Villavicencio anualmente se forman cerca de 4.000 nuevos hogares, lo que refleja un potencial importante para el mercado inmobiliario en esta región. (Camacol, 2015) Dentro de las principales conclusiones se encontró que el 29% de los hogares de la capital del Meta están interesados en comprar vivienda, y que la ubicación, el precio y el diseño de los espacios, están dentro de los atributos que más valoran a la hora de escoger su casa o apartamento. (Construdata, 2015).

Este mercado goza de solidez gracias a su fuerte conexión con el sector de la construcción, La construcción de edificaciones y los servicios inmobiliarios significan el 15,1% del PIB. Las ventas de vivienda (nueva y usada) suman 95,2 billones de pesos al año (11,9% del PIB), el valor de la producción del sector diferente a vivienda es 17 billones de pesos (2,1% del PIB) y, conjuntamente, el sector emplea a 3,1 millones de personas. Este es un sector estratégico con planes públicos de impulso económico como los realizados por (Camacol, 2015) el cual invirtió una gran cantidad en las construcciones en este año para Villavicencio tanto para viviendas de interés social como la que no son de interés social aunque la caída de los precios del petróleo fue el detonante de la moderación del sector, especialmente en las viviendas de alto valor estas las pertenecientes a los estratos socio económicos 5 y 6 pero como ya se mencionó anteriormente este proyecto de pre-inversión

casa inmobiliaria enfocara su clientes objetivos a los estratos socio económicos 2, 3 y 4 el cual no se vio afectado por la caída de los precios del petróleo. (RESEARCH, 2016)

Como se mencionó anteriormente el sector inmobiliario está fuertemente ligado con el sector de la construcción y está en conjunto con los lanzamientos de viviendas y por esto es muy importante que para este proyecto de pre-inversión que se lancen licencias para la construcción de viviendas y no solo esto sino también para todo tipo de propiedad inmuebles como los con los locales, lotes, edificaciones, bodegas y demás para esto se puede observar la siguiente grafica a cual revela los lanzamientos de licencias para la construcción.

Ilustración 4 Lanzamientos y licencias de construcción de vivienda (miles de unidades)



Fuente: BBVA Research con datos de Camacol y DANE.*Acumulado a 12 meses a junio

Como se puede observar los lanzamientos de vivienda que no son de intereses social superaron en casi 80 mil viviendas a la que si son de intereses social y este mismo comportamiento lo tienen las licencias de vivienda este es un dato importante ya que significa que la oferta de vivienda está aumentando pero no es lo suficiente para satisfacer la demanda de vivienda, pero aun así los lanzamientos de nuevos proyectos de vivienda cayeron fuertemente en los precios más bajos, por las mismas razones analizadas en el caso de la demanda (los nuevos proyectos estatales no igualaron el nivel del anterior programa), crecieron a cifras de dos dígitos en los rangos de precios medios (pues tuvieron el subsidio estatal que no existía al inicio de 2015), y crecieron marginalmente en los valores superiores a 235 millones de pesos. Este es un dato muy importante ya que esto significa que los clientes potenciales los cuales están en las viviendas o personas que buscan vivienda o propiedad inmueble se mantienen en crecimiento y aumentan ya que como se ha visto en la graficas anteriores casi el 50% de viviendas pertenecen al estrato socio económico medio el cual como lo muestran los datos de (RESEARCH, 2016) mantienen su crecimiento.

Ilustración 5 Ciclo de la construcción: iniciaciones, lanzamientos y ventas

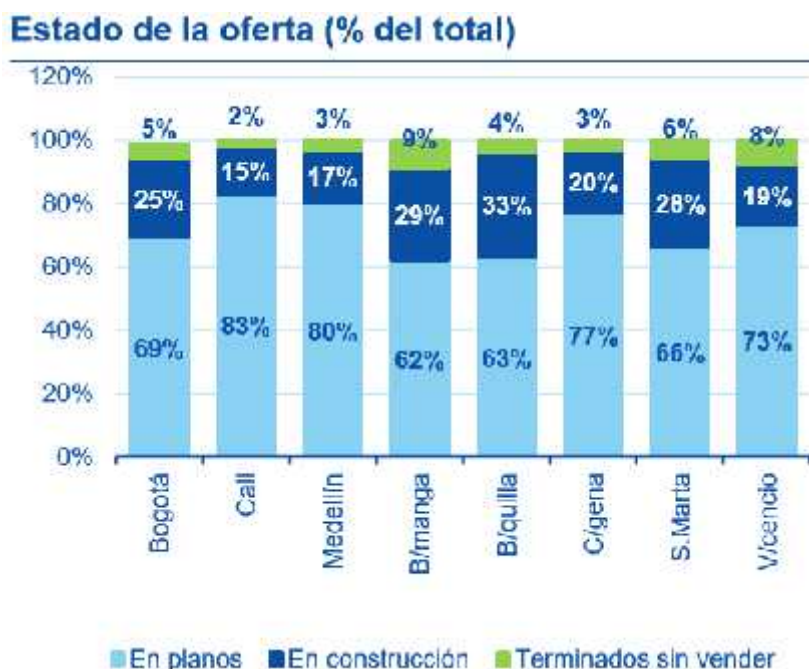


Fuente: BBVA Research con datos de Camacol. *Filtro HP

Esta ilustración muestra como es el ciclo de la construcción y la intermediación de la actividad inmobiliaria comienza con las iniciaciones de la construcción de una propiedad en este caso vivienda, luego se generan los lanzamientos los cuales son las viviendas ya terminadas y disponibles para la venta, luego se genera la venta estas para este año han disminuido drásticamente ya que allí hay que tener en cuenta que la terminación de viviendas terminaron en este año a mediados de junio y las cuales se vieron más en los estratos socio económicos altos 5 y 6 como ya menciono anteriormente en donde por la caída del petróleo se vio fuertemente afectado así que la vivienda de alto valor deberá seguir ajustándose para evitar un deterioro en los indicadores de riesgo, lo cual se está dando progresivamente en algunas ciudades a pesar del menor ritmo de crecimiento en este segmento. (RESEARCH, 2016) Los niveles de edificación siguen en máximos históricos, o muy cerca de ellos, y los inventarios de las constructoras están aumentando y esto generara que también se estabilizará la oferta de oficinas y locales, pues creció fuertemente en los años pasados, creando una sobre-oferta transitoria que se irá absorbiendo en ausencia de

nuevos grandes proyectos. Por el contrario, habrá un resurgimiento de la vivienda de menor valor en 2017 y continuarán los buenos resultados en la vivienda de precio medio. En total, seque el sector de la construcción de edificaciones (excluyendo obras civiles) crezca 5,1% en 2016 y 5,9% en 2017. (RESEARCH, 2016)

Ilustración 6 Estado de la oferta (% del total)



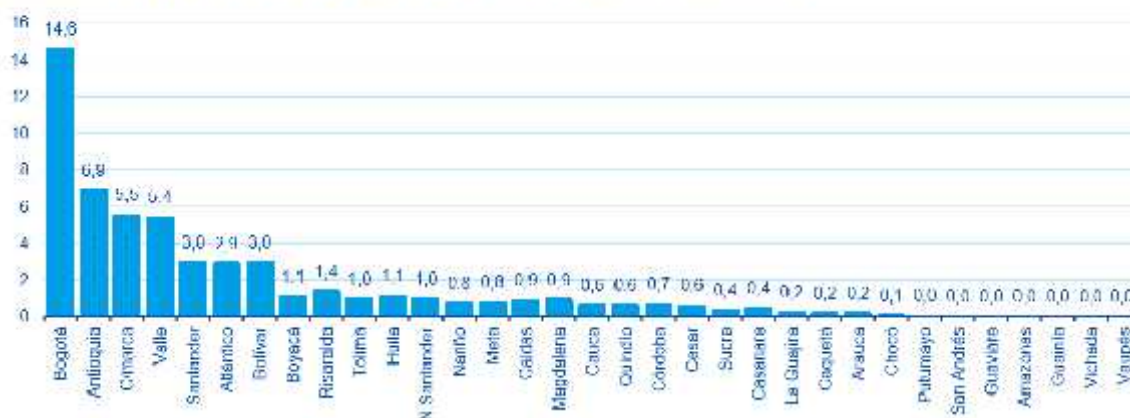
Fuente: BBVA Research con datos de La Galería Inmobiliaria

El ciclo de lanzamientos e iniciaciones de vivienda ha sido muy parecido al ciclo de las ventas de vivienda actualmente, a diferencia de los ciclos del pasado, en donde los lanzamientos excedían el comportamiento, al alza o a la baja, de los demás componentes del mercado (RESEARCH, 2016) como observa en la anterior grafica esta muestra que en Villavicencio se mantienen en planos el 73% de la oferta de viviendas el 19% de ellas están en construcción y el 8% están terminadas y listas para la venta o para ser arrendadas aquí están incluidas las viviendas VIS Y NO VIS.

En conclusión para el mercado inmobiliario es necesario que la oferta se siga ajustando, principalmente en los estratos socio económicos altos. También es importante que los constructores proyecten un panorama de menores unidades anuales de vivienda en los próximos años en los precios medios-altos y altos, (RESEARCH, 2016).

Ilustración 7 Licencias de construcción con destino diferente a vivienda

Licencias de construcción para destinos diferentes a vivienda
Acumulado entre enero de 2007 y junio de 2016, millones de metros cuadrados

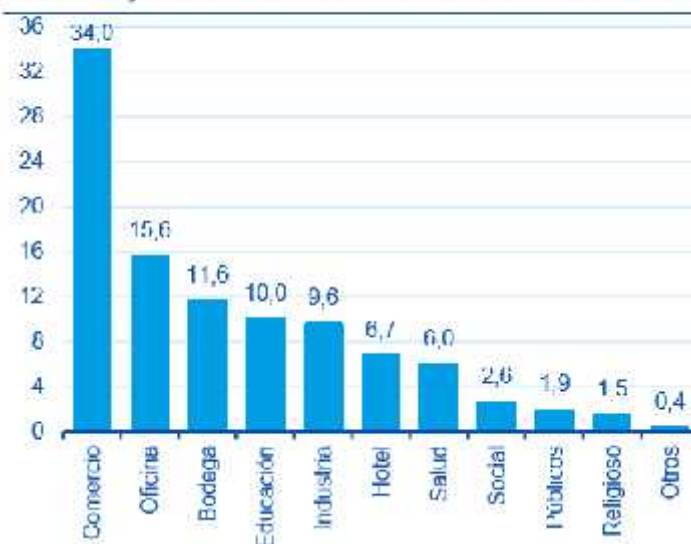


Fuente: BBVA Research con datos del DANE. *Putumayo, San Andrés, Guaviare, Amazonas, Guainía, Vichada y Vaupés tienen datos sólo desde 2015.

Los futuros clientes y la oferta no solo estará vinculada a las viviendas sino también a los demás tipos de propiedades inmuebles como ya se han mencionado anteriormente como los son los lotes, locales, edificios, bodegas y demás como muestra la ilustración anterior el Departamento del Metaque es donde se llevara a cabo la ejecución de este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria, se puede observar que aproximadamente 8 millones de metros cuadrados fueron destinados para la ejecución de construcción diferentes a vivienda.

Ilustración 8 Destino de licencias no residenciales

Licencias no residenciales por destino
Porcentaje de total acumulado entre Ene07-Jun16



Fuente: BBVA Research con datos de DANE

La ilustración anterior revela para que fueran utilizados los 8 millones de metros cuadrados vistos en la ilustración llamada licencias de construcción con destino diferente a vivienda y como se puede observar el principal uso que se da a estas licencias son para uso comercial o de oficinas, este dato es muy importante ya que de allí también se obtendrán clientes potenciales ya que por lo general las personas propietarias de estos inmuebles las dejan a cargo servicios inmobiliarios y permitirán que casa inmobiliaria administre sus propiedades.

7.1.2 COMPETENCIA

Tabla 1 Sociedades Comerciales Inmobiliarias Constituidas

SOCIEDADES COMERCIALES CONSTITUIDAS										
Sector Economico	Periodo									
	Año 2011		Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015	
Actividades Inmobiliarias	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.	Numero	Capital Mill.
	227	\$ 10.614	273	\$ 13.602	32	\$ 4.027	26	\$ 3.868	27	\$ 2.128

Fuente: Cámara de comercio de Villavicencio (Comercio, 2016)

Como se puede observar en la anterior tabla están ilustrados las empresas con actividades inmobiliarias en el transcurso de los años desde el 2011 hasta el año 2015, el gran cambio que se nota del periodo 2012 al periodo 2013, donde se pasó de constituir 273 empresas a tan solo 32 de ellas que realizaran este tipo de actividades inmobiliarias, fue a causa de la gran burbuja inmobiliaria que se presentó en la gran potencia Estados Unidos (EEUU), la cual afecto el mercado inmobiliario en Colombia ya que la mayoría de las empresas colombianas tenían sociedades o eran constituidas por extranjeros los cuales al verse afectado su país decidieron no seguir invirtiendo en Colombia, además de esto las especulaciones no se hicieron esperar y llevaron a que muchas de estas entidades que se dedicaban a actividades inmobiliarias cesaran por un tiempo y se mantuvieran en receso, el gran cambio genera que al momento de invertir en una empresa que dedique sus actividades a propiedad, finca raíz estuvieran más prevenidos y lo cual causo este gran efecto de reducción de empresas constituidas.

Ahora en este tiempo en Villavicencio se encuentran grandes empresas inmobiliarias que han sobrevivido a la burbuja inmobiliaria la cual causo grandes efectos en la finca raíz en Colombia y Villavicencio están empresas serán gran competencia para este proyecto las cuales se reflejan a continuación con información de cuantas propiedades tienen como empresa ya adquiridas.

A continuación se analizaran diferentes empresas inmobiliarias iniciando con las grandes a nivel nacional e internacional, las cuales tienen gran participación y relevancia como competencia para este negocio en Villavicencio seguido por las propiedades activas las cuales estas empresas tienen administradas por ultimo un análisis de su importancia, ubicación, su nicho de mercado, el diseño de su página web y el riesgo como competencia

para este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria.

Tabla 2 Importantes Empresas Inmobiliarias De Villavicencio

IMPORTANTES EMPRESAS EN EL MERCADO INMOBILIARIO DE VILLAVICENCIO		
INMOBILIARAS IMPORTANTES A NIVEL INTERNACIONAL, NACIONAL Y LOCAL		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDADES ACTIVAS
FINCA RAIZ		2368
ANALISIS		
<p>La empresa más reconocida a nivel nacional y también realiza sus operaciones a nivel internacional para personas que estén interesadas en sus inmuebles administrados, su fuerte posicionamiento es logrado por todos los medios de comunicación, con publicidad en televisión y el diseño de su página web y en las redes sociales es muy atractivo para los clientes con prestación de sus servicios inmobiliarios de mejor excelencia y atención al cliente, la principal competencia a nivel nacional, con todo tipo de propiedades todos los precios y estratos dispuestos y administrados por finca raíz trabaja en conjunto con metro cuadrado en algunas de sus propiedades y modo de operación es por medio del internet y de las tecnologías de las comunicación e información TICS en donde realiza una búsqueda con sus asesores o los mismos propietarios cuelgan sus inmuebles en la página web la inmobiliaria los publica y anuncia los clientes compradores los contactan la inmobiliaria realiza la negociación y se</p>		

contacta con el cliente propietario para comprobar si el acepta la negociación este modo de operar es innovador y minimiza mucho los costos de operación. Tiene fuertes alianzas con inmobiliarias en Villavicencio tales como M3 inmobiliaria, Galvis inmobiliaria y demás esto para realizar el proceso mencionado anteriormente. Ante la ausencia de oficinas en las ciudades donde ofrece sus servicios estos llaman y asesoran de forma muy efectiva y correcta a sus clientes para que todo el proceso si se puede lograr sea realizado por los diferentes medios de comunicación.


NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
METRO CUADRADO		2144

ANALISIS

Esta empresa reconocida a nivel nacional tiene su portal en internet y redes sociales como líder y posicionado por medio y paga anuncio para estar como primera en el motor de búsqueda se ha posicionado fuertemente en el mercado inmobiliario, y su modo de operación es por medio del internet y de las tecnologías de las comunicación e información TICS en donde realiza una búsqueda con sus asesores o los mismos propietarios cuelgan sus inmuebles en la página web la inmobiliaria los publica y anuncia los clientes compradores los contactan la inmobiliaria realiza la negociación y se contacta con el cliente propietario para comprobar si el acepta la negociación este modo de operar es innovador y minimiza mucho los costos de operación. Aunque está fuertemente posicionada en el mercado esta no cuenta con oficinas en muchas de las ciudades donde ofrecen sus servicios esto dificulta el proceso ya que muchas

veces esta necesita intervenciones de personas, lo que realiza al momento de realizar y ya se halla ejecutado la venta busca un intermediario más ya sea directamente con asesores inmobiliarios contratados por metro cuadrado o por una empresa inmobiliaria, sus principal nicho de mercado son las propiedades de estratos socioeconómicos altos, tienen muy pocas de estratos medios dejando el nicho de mercado para casa inmobiliaria poco afectado para que así este proyecto de pre-inversión se apodere de este nicho de mercado.

INMOBILIARIAS IMPORTANTES A NIVEL LOCAL

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
RV INMOBILIARIA		770

ANALISIS

Esta empresa está ubicada estratégicamente en la calle 34 No 34-49 en el barzal bajo donde se encuentra gran flujo de personas y potenciales clientes, en donde las personas saben que en esta zona pueden encontrar gran variedad empresas que prestan servicios inmobiliarios, esta empresa es competente pero su principal nicho de mercado son los estratos socioeconómicos altos aunque también tienen unos pocos inmuebles del estrato medio tiene una gran falla en su página web ya que su motor de búsqueda no es efectivo y genera errores en algunas ocasiones su principal oficina queda en Bogotá pero también como ya se mencionó tiene oficinas en la ciudad, ofrece sus servicios a nivel nacional es una empresa profesional con un gran equipo de trabajo, pero no afecta el nicho de mercado hacia dónde va dirigido este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria. Otra dificultad es que es necesario ser usuario para acceder a

información sobre sus propiedades inmuebles administradas y esto muchas veces genera molestias a los clientes ya que ellos quieren es buscar una propiedad y luego si encuentran una confortable y cómoda para su precio acceder a contactar la empresa y ser miembro y registrarse.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDADES ACTIVAS
VILLAVO VENDE		767

ANALISIS

La empresa es reconocida en el mercado de servicios inmobiliarios en Villavicencio ubicada en la comuna 1 sector del barzal aunque no es una zona muy transitada tiene a su disposición 767 propiedades no solo en la ciudad sino también en todo el Departamento y a nivel nacional su capacidad de usar las TIC'S ha hecho que esta empresa sea muy reconocida en el mercado, ya que tiene un buen montaje de su página web y un buen uso de las redes sociales, pero su gran falla es que están tan concentrados en la búsqueda de la oferta ósea de administrar más inmuebles que se han olvidado de atender las solicitudes por internet en su página web y las redes sociales, esto se puede deber a que la empresa está ocupada en trámites y papeleos y sus asesores y ejecutivos inmobiliarios no tienen tiempo ya que están atendiendo a potenciales clientes que quieran comprar, vender o dejar que sus propiedades las administren. Cabe aclarar que la gran mayoría de inmuebles administrados por esta empresa son de estratos socioeconómicos 5 y 6 de un muy alto costo lo cual deja para este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria el mercado meta a disposición los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
INGENEGOCIOS HNS		723

ANALISIS


Esta empresa es una de las más fuertes en el mercado frente al tema del desarrollo de su página web la cual ha sido muy bien elaborada aunque le falta mucho en ultimar detalles, es poco reconocida en las redes sociales, no está estratégicamente ubicada sus oficinas ya que está ubicada en el Remansos Rosa Blanca Manzana 9 casa 1 atrás 7 Brigada un barrio de la ciudad alejada del centro y con poco tránsito de peatones que busquen una propiedad inmueble esta empresa generara poca competencia a futuro ya que sus propiedades inmuebles administrados son todos los estratos pero su principal fuente son y nicho de mercado son los estratos socioeconómicos de 3 hacia arriba aunque no es reconocida a nivel nacional ofrece una pequeña parte de sus propiedades a en todo el país pero no es su nicho de mercado esto es una debilidad ya que fuera de la ciudad también se encuentran potenciales clientes, clientes que casa inmobiliaria puede lograr negocios con clientes de la ciudad ofreciendo los servicios inmobiliarios de manera efectiva.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
M3 INMOBILIARIA		220

ANALISIS



Al momento de analizar esta empresa casi todo su proceso productivo es por medio online a


nivel nacional en donde el cliente ya sea propietario o comprador se contacta con la inmobiliaria se comunican con la empresa agenda una cita y realizar un acuerdo este proceso es efectivo su oficina se encuentra ubicada en la carrera 57 Calle 36 27, Comuna 3 Brisas del Guatiquía en la zona central de Villavicencio donde se encuentran grandes flujos de personas las cuales podrían estar interesadas en la búsqueda de un inmueble ya sea para comprar o arrendar. Esta empresa no tiene administrada propiedades de estratos socioeconómicos 2 y 3 lo que representa que esta empresa no está administrando la oferta de vivienda de este mercado dejando lo que si hará este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria dejando intacto el nicho de mercado.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDADES ACTIVAS
INGEINCO S.A.S		213

ANALISIS

Una de las principales competencias para este proyecto de pre-inversión ya que es una empresa originaria de la ciudad reconocida en el mercado por ofrecer sus diferentes servicios tanto inmobiliarios como de construcción aunque su nicho de mercado son los estratos socioeconómicos altos 4, 5 y 6 también tienen una pequeña participación en el nicho de mercado hacia donde apunta este plan 2, 3 y 4 convirtiéndolo en una de las causas para ser la principal competencia y más fuerte, está ubicada en el sector de la grama en la Calle 46 No. 29A-15 con un mediano alto flujo de personas y potenciales clientes ya que es una zona residencial y comercial a la vez de estratos socioeconómicos altos, su página web está muy

diseñada pero le falta la captación de mayor oferta.		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
INMOBILIARIA VASQUEZ Y ASESORES LTDA		-
ANALISIS		
<p>Esta inmobiliaria es un caso especial ya que su modo de operar y sus servicios a parte de los inmobiliarios es que su principal entrada de ingresos es por medio de préstamos hipotecarios a un interés bajo mensual, estos créditos que genera son de libre inversión, ya sea para personas naturales empresarios y comerciantes, es un negocio inmobiliario, una estrategia que ha implementado esta empresa donde también da la posibilidad de préstamos para vivienda quedándose ellos con todo el proceso, un ejemplo, llega un cliente que quiere comprar una propiedad inmueble, la inmobiliaria le financia esta propiedad tras de esto ofrece propiedades que ella administra y se queda con la comisión de esta vivienda y gana el interés del crédito al cliente, un gran negocio que genera grandes ingresos, está ubicada en la Calle 37 B # 29 - 32 Of. 204, Edificio Alcaraván (Frente al Éxito Centro) una zona estratégica ya que hay gran flujo de personas de todos los estratos clientes muy potenciales que buscan la forma de financiar sus proyectos, inversiones y demás.</p>		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
INMOBILIARIA ANDAPREF S.A.S		146

ANALISIS		
<p>Una empresa la cual esta posicionada en el mercado con diferentes oficinas en la ciudad y en otros municipios del Departamento del Metacon su sede principal ubicada en la Calle 15 No 371-53 oficina 102 Bloque 7 Esperanza 8va. Etapa es una zona con un mediano flujo de personas en las afueras del centro de la ciudad tienen un buen diseño de su página web muy profesional y con un equipo de trabajo de profesionales para ofrecer el mejor servicio con más de 20 años de experiencia en el mercado inmobiliario en la ciudad lo que representa una competencia importante para casa inmobiliaria por su experiencia y sus clientes bases potenciales los cuales la reconocen en la ciudad por prestar sus servicios inmobiliarios pero un aspecto importante y buenas noticias para casa inmobiliaria es que su nicho de mercado son principalmente inmuebles muy alto valor entre ellos se encuentran edificaciones bodegas fincas con grades terrenos y demás.</p>		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
CIUDAD INMOBILIARIA		138
ANALISIS		
<p>Ciudad inmobiliaria con un nombre atractivo y un logo que llama mucho la atención es una empresa que se ha posicionado en el mercado inmobiliario usando diferentes estrategias con sus asesores inmobiliarios los cuales buscan cada día ofertas y las administran su principal nicho de mercado son los locales y apartamentos en edificaciones y su principal servicio es de administrar propiedades para arrendar evitándole al cliente propietario muchos tramites este es</p>		

su principal mercado los arriendos, las ventas representan tan solo el 40% de sus ofertas para la venta tiene una excelente atención al cliente y está ubicada Calle 39 # 30ª -05

Oficina –301 una zona con gran flujo de personas pero no están directamente en contacto con ellos y que esta se encuentra dentro de un edificio y si el cliente no conoce el lugar le es difícil de encontrar en la zona central de la ciudad.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
FINCA RAIZ VILLAVICENCIO		138

ANALISIS

Esta empresa se ha posicionado poco en el mercado por medio de la página web pagando para que su página sea vista dentro de las primeras en el motor de búsqueda como anuncio, una fuerte falla es que el motor de búsqueda de la página no está bien diseñado le falta atracción información y demás, su logo no es atractivo y no informa el fin de sus servicios, aunque su nombre es estratégico ya que se toma en confusión con finca raíz no es suficiente por lo mencionado anteriormente la falta de diseño, tiene bien distribuido el fin de los inmuebles administrados está ubicada en la Carrera 13 No. 36-00 una zona poco estratégica ya que allí hay poco flujo de personas, sus principal nicho de mercado son los estratos socioeconómicos medios así que puede ser una competencia para casa inmobiliaria aunque tiene fallas en el modo de operar y aún no está fuertemente posicionada en el mercado.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
-----------------------------	-----------------	---------------------------------

<p align="center">CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA SAN FERNANDO</p>		<p align="center">93</p>
<p align="center">ANALISIS</p>		
<p>Un aspecto importante de esta empresa es que al ser constructora ofrece una gran variedad de servicios agregados a los inmobiliarios tiene una excelente y atractiva página web donde le da un aspecto que llama la atención a las publicaciones de sus propiedades administradas es una empresa originaria de la ciudad de Villavicencio ubicada en la calle 34 # 40-13 en el sector del barzal con gran flujo de peatones y de potenciales clientes con grandes oportunidades ya que pueden construir su oferta y administrarla para satisfacer la demanda dado si se tienen los recursos su nicho de mercado son las propiedades de estratos y precios muy altos se refieren más a casas quintas fincas con grandes terrenos dejando para casa inmobiliaria su nicho de mercado intacto.</p>		
<p align="center">NOMBRE DE LA EMPRESA</p>	<p align="center">LOGOTIPO</p>	<p align="center">PROPIEDADES ACTIVAS</p>
<p align="center">BARU SOLUCIONES INMOBILIARIAS</p>		<p align="center">59</p>
<p align="center">ANALISIS</p>		
<p>Una de las empresas de las cuales tiene una plataforma web bastante sofisticada y muy bien diseñada con una fácil búsqueda en internet atractiva tiene un diseño muy profesional se encuentra ubicada CLL 27 No 39 - 16 7 de Agosto Oficina 7 Segundo Piso donde hay gran flujo de personas y potenciales clientes los cuales son principalmente de estratos</p>		



socioeconómicos altos ya que en esta zona es exclusiva en la ciudad y ya que su nicho de mercado va dirigido a estas personas está muy bien ubicada estratégicamente todos inmuebles son principalmente de precios muy altos casas quintas y fincas con grandes terrenos.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDADES ACTIVAS
INMOBILIARIA AGUDELO Y CIA LTDA		33


ANALISIS

Esta empresa tiene un aspecto muy importante con 33 años de experiencia y es representativa en el mercado inmobiliario ya que aunque tiene a su disposición administración pocos inmuebles las rotación de estos son muy rápidos logran una venta rápida por que se concentran en vender ese inmueble rápido y una de las características más importante es sus servicios su oficina en Villavicencio se encuentra ubicada en la carrera 39 No 33-21 local 102 en el barzal alto con un flujo de personas de consideración aunque su página web fue difícil de encontrar, otra dificultad es que es necesario ser usuario para acceder a información sobre sus propiedades inmuebles administradas y esto muchas veces genera molestias a los clientes ya que ellos quieren es buscar una propiedad y luego si encuentran una confortable y cómoda para su precio acceder a contactar la empresa y ser miembro y registrarse aunque su página web está bien diseñada presenta fallos en el motor de búsqueda de una vivienda su principal nicho de mercado son las propiedades inmuebles de alto valor entre ellas incluidas oficinas en centros comerciales y apartamentos costosos en importantes edificios.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD
-----------------------------	-----------------	------------------


		ES ACTIVAS
CASA JEREZ INMOBILIARIA		-
ANALISIS		
<p>Aunque su número de propiedades activas que esta inmobiliaria administra es importante aclarar que esta empresa fue encontrada con una participación en el mercado importante, sus servicios a parte de los inmobiliarios reparaciones, asesorías jurídicas y licencias de construcción y también comercia con propiedades muebles como carros según la investigación realizada a esta inmobiliaria, encontrar su página web fue de gran dificultad, otra dificultad es que es necesario ser usuario para acceder a información sobre sus propiedades inmuebles administradas y esto muchas veces genera molestias a los clientes ya que ellos quieren es buscar una propiedad y luego si encuentran una confortable y cómoda para su precio acceder a contactar la empresa y ser miembro y registrarse, y aparte de esto es difícil de navegar en ella es mucho más sencillo notar y ver que vende la empresa en la red social Facebook.</p>		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
AGENCIA INMOBILIARIA DEL META		-
ANALISIS		
<p>Esta empresa al igual que casa jerez, agencia inmobiliaria del Metano tiene un fuerte posicionamiento en el mercado pero si apareció en los motores de búsqueda de internet como importante ubicada en la sexta etapa de la esperanza en un lugar muy poco estratégico se</p>		




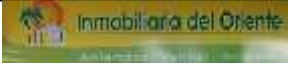
conoce que tienen a su disposición 6 inmuebles, los cuales son del estrato socioeconómico al cual pertenece este nicho de mercado de este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria por esta razón es tomada en consideración.




NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
VANES INMOBILIARIA		267

ANALISIS

Esta empresa es una de las más importantes al momento de tomarla en consideración como la principal competencia ya que aunque su nicho de mercado clientes potenciales son los de estratos socioeconómicos altos como apartamentos en importantes edificios, casas quintas, fincas con grandes terrenos también tienen una alta participación en propiedades de estratos medio en especial el 3 lo cual afecta algo en este proyecto de pre-inversión ya que capta una parte de inmuebles disponibles para la venta y arriendo en el nicho de mercado, presente en las redes sociales y su página web está muy bien diseñada con un motor de búsqueda efectivo que facilita la búsqueda del cliente se encuentra ubicada en la Calle 41 #32-34 centro frente a la electrificara del Meta (E.M.S.A) Villavicencio-Meta una zona muy estratégica ya que allí hay gran cantidad y flujo de personas de todos los estratos interesados y potenciales clientes, cuentan con un equipo de trabajo de profesionales con experiencia en este mercado.

NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
SARMIENTO Y FARIETA		68

ANALISIS		
<p>Esta empresa aunque con su equipo de trabajo de agentes inmobiliarios ha ganado participación en el mercado por tener y estar actualizados en la oferta de propiedades inmuebles ya sea para la venta o arriendo logrando la captación de una pequeña parte de la oferta el diseño de su página web es profesional y tiene un motor de búsqueda fácil de manejar con información detallada sobre los inmuebles que administra está ubicada en la Dirección: Carrera 31 # 45-91, piso 2 oficina 202, Barrio El Triunfo, Villavicencio, Colombia una zona con un tránsito y flujo de personas mediano, pero al momento de la búsqueda no está bien señalada pero será competencia para casa inmobiliaria.</p>		
MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS INMOBILIARIAS EN VILLAVICENCIO		
NOMBRE DE LA EMPRESA	LOGOTIPO	PROPIEDAD ES ACTIVAS
GLORIA AGUILERA NEGOCIOS INMOBILIARIOS	N/A	48
CORSO INMOBILIARIA		47
LA ESPERANZA INMOBILIARIA		54
TERRAZA INMOBILIARIA		22
INMOBILIARIA DEL ORIENTE		18
REMAX LLANOS		64

INMOBILIARIA SERVIESFI		21
INMOBILIARIA PROVISION DIVINA		14
INMOBILIARIA EL NUEVO SOL		128
ANALISIS INMOBILIARIA EL NUEVO SOL		
<p>Esta es una de las empresa medianas de más importancia como competencia para casa inmobiliaria ya que sus principales clientes potenciales son los estratos socioeconómicos medios tienen buena participación en el mercado pero es una empresa nueva en el mercado y está ubicada en la zona central de Villavicencio en la Carrera 33 A # 26 - 92, Nuevo Maizaro (Al respaldo del CC Unicentro) allí no es una zona tan estratégica ya que aunque si hay algo de tránsito y flujo de personas no es un lugar donde la gente valla a buscar vivienda o algún servicio inmobiliario pero si logran captar la atención de potenciales clientes ya que allí transita todo tipo de personas de todos los estratos socioeconómicos. Esta es una empresa con un buen diseño de su página web con un motor de búsqueda muy efectivo, con una descripción detallada de las propiedades inmuebles que administra.</p>		

Fuente: Investigación Propia

7.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA CONSUMIDOR O CLIENTE

Los primeros datos para demostrar que la demanda de vivienda y propiedades inmuebles supera a la oferta existente en el mercado en primer trimestre de 2015, la actividad de servicios inmobiliarios y de alquiler de vivienda creció en 3,1% respecto al mismo trimestre

de 2014. Este comportamiento se explica principalmente por el aumento en la producción de los servicios de alquiler de bienes raíces residenciales en 3,5%. Respecto al cuarto trimestre de 2014, la actividad creció en 1,0%, explicado por el crecimiento en la producción de los servicios de alquiler de bienes raíces residenciales en 1,1% y servicios de alquiler de bienes raíces no residenciales en 0,7%. En tanto que cayeron los servicios inmobiliarios a comisión o por contrato en 3,1%. (Estadística, 2016) Esto por lo mencionado anteriormente en la descripción del aumento de la oferta, pero esta oferta no ha sido suficiente para satisfacer el déficit de propiedades inmuebles.

Pero lo visto y mencionado en la oferta de vivienda y de edificaciones destinadas al uso no residencial muestra que esta disminuyó en los estratos socio económicos altos ahora se verá esto como se ha visto afectado en este año ya que en el primer trimestre de 2016, la actividad de servicios inmobiliarios y de alquiler de vivienda creció en 3,2% respecto al mismo trimestre de 2015. Este comportamiento se explica principalmente por el aumento en la producción de los servicios de alquiler de bienes raíces residenciales en 3,4%. Respecto al cuarto trimestre de 2015, la actividad subió en 0,9%, resultado que se debe principalmente al crecimiento en la producción de los servicios de alquiler de bienes raíces no residenciales en 1,3%. (Estadística, 2016) Aunque los precios de demanda y oferta de propiedades y de servicios inmobiliarios disminuyeron debido a la caída de los precios del petróleo esto generó que la demanda inmobiliaria disminuyera pero tan solo un poco.

Aunque la capacidad de compra de los hogares se ha incrementado paulatinamente. En primer lugar, la tasa de pobreza nacional se redujo de 28,5% en 2014 a 27,8% en 2015. el arrendamiento sigue siendo la segunda opción más usada por los hogares, después de la vivienda propia. Según la encuesta de calidad de vida de 2015, el 37,3% de los hogares

vive en arriendo, frente a un 41,6% de hogares que viven en vivienda propia y un 4,3% que están viviendo en una casa que están pagando. Esta información se corrobora con la siguiente ilustración ya que allí se encontrara como el ingreso real descontado la inflación ha aumentado por persona, en el Departamento del Meta se mantiene en 2015 en un 30%.

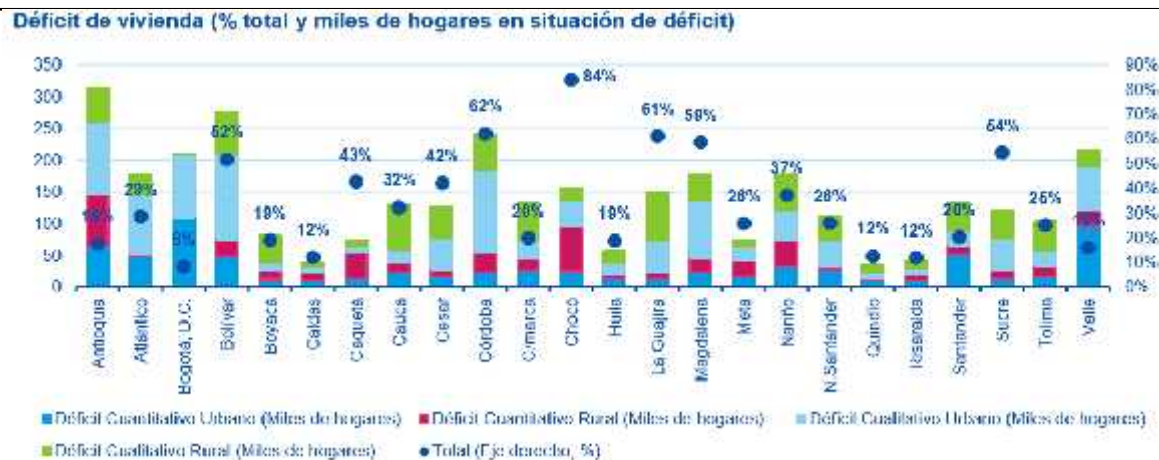
Ilustración 9 Aumento del ingreso real descontando inflación



La gente quiere y esta haciendo todo lo posible por comprar una vivienda o adquirir una propiedad inmueble, que colombiano no quiere su casa propia o que su grande o pequeña empresa su infraestructura no esté en una propiedad inmueble propia y si la demanda no está siendo atendida con la misma velocidad, entonces los precios tienden a subir, que es lo que se ha visto en los últimos años ya que estos ha aumentado en casi un 100% otro factor el cual es económico y ya se mencionó anteriormente en el análisis del entorno es que la situación económica del país ha sido positiva en términos generales en los últimos 10 años; entonces, la gente tiene más confianza en el sector real. Además de esto en la última década, una familia de clase media ha incrementado su poder adquisitivo en un 50 por

ciento. Entonces, con mayor poder adquisitivo la gente busca mejorar su calidad de vida teniendo una vivienda propia o un lugar seguro donde habitar.

Ilustración 10 Déficit de vivienda

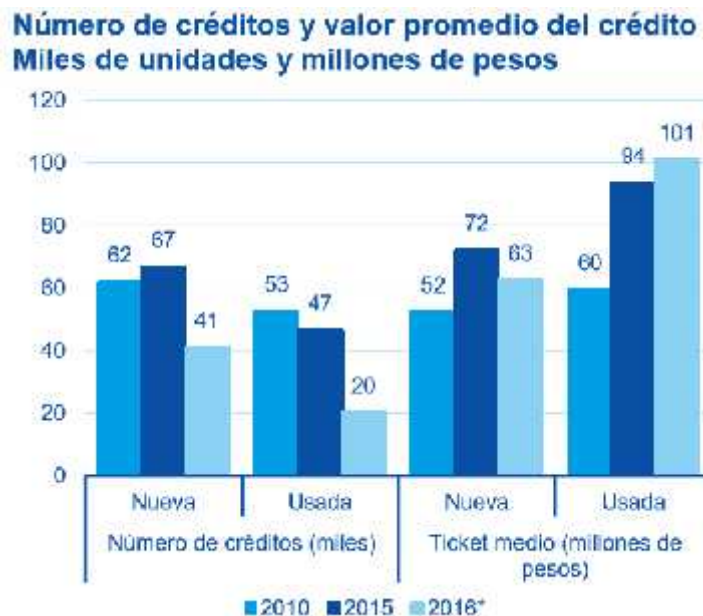


Fuente: BBVA Research con datos del DANE

Las ventas de vivienda en 2015 crecieron 7,2% anual en las seccionales medidas por Camacol, hasta 183.662 unidades, y 6,7% anual en las regiones con seguimiento de La Galería Inmobiliaria, hasta 152.573 unidades (Camacol, 2015) esto significa que la demanda sigue aumentando y se mantiene constante y como hay suficiente oferta para satisfacer esta demanda se genera un déficit el cual se puede ver reflejado en la anterior ilustración llamada déficit de vivienda que muestra como en el Departamento del Meta en donde el déficit en el sector urbano está en aproximadamente 10.000 viviendas mientras que en el sector rural está cerca de 25.000 propiedades lo que genera que este déficit se encuentre en un 25% por encima de la oferta. La demanda de vivienda en precios medios ósea los estratos socio económicos 2,3 y 4 se ha mantenido dinámica gracias y por los

apoyos públicos a la tasa de interés baja y en el caso de la vivienda de precios medios-bajos.

Ilustración 11 Numero de créditos y valor promedio



Fuente: BBVA Research con datos del DANE. *Datos acumulados a junio de 2016

En esta ilustración se puede observar como el número de créditos que se han otorgado para la compra de vivienda ya sea nueva o usada, y si se observa el lado izquierdo de la ilustración se acontece como este número ha disminuido tanto para vivienda nueva como para vivienda usada, pero si se observa el lado derecho de la ilustración esta muestra un dato muy curioso aunque el número de créditos otorgados a disminuido estos han aumentado en monto del crédito en valor promedio el cual está para este año en 100 millones de pesos colombianos.

Las siguientes ilustraciones aclararan de qué forma se han adquirido estos créditos y en qué tipo de vivienda se ha usado ya sea vivienda de interés social (VIS) o viviendas que no son de interés social (NO VIS)

Tabla 3 Número de viviendas financiadas, según entidades financiadoras II trimestre (2014-2016)

Años	II trimestre	Variación %	Año corrido a junio	Variación %	Doce meses a junio	Variación %
Total viviendas financiadas						
2014	31.314	3,0	64.315	2,9	137.885	10,1
2015	27.007	-13,8	55.074	-14,4	114.968	-16,6
2016	31.956	18,5	61.640	11,9	120.237	4,6
Fondo Nacional del Ahorro						
2014	4.207	-21,7	9.302	-12,8	20.228	-5,3
2015	2.902	-25,6	6.102	-33,8	13.537	-33,1
2016	3.441	15,2	5.950	-3,4	9.428	-30,4
Cajas y Fondos de Vivienda						
2014	122	212,8	222	188,3	516	333,6
2015	30	-75,4	68	-69,4	752	45,7
2016	101	235,7	137	101,3	275	-53,4
Banca Hipotecaria						
2014	26.985	10,7	54.791	5,9	117.141	12,8
2015	24.015	-11,0	48.844	-10,9	100.679	-14,1
2016	28.454	18,5	55.553	13,7	110.534	9,8

Fuente: Entidades Financiadoras de Vivienda, Cálculos DANE

Como se puede observar la mayor parte de créditos para vivienda son generalmente y mandan la parada la banca hipotecaria con un aproximado de 94% de créditos otorgados para vivienda allí también se puede observar el número de viviendas que han financiado las cuales también un pequeño número de créditos son otorgados por el fondo nacional del ahorro y las cajas y fondos de vivienda.

Ilustración 12 Número de viviendas de interés social financiadas II trimestre (2014-2016)

Años	II trimestre	Variación %	Año corrido a junio	Variación %	Doce meses a junio	Variación %
Total viviendas VIS financiadas						
2014	15.045	-2,6	31.693	5,5	65.771	3,4
2015	12.690	-15,7	26.710	-15,7	55.544	-15,5
2016	17.331	36,6	34.571	29,4	61.925	11,5
VIS nueva						
2014	11.529	5,2	24.142	11,6	48.679	6,4
2015	9.752	-15,4	20.871	-13,5	43.004	-11,7
2016	14.835	52,1	30.036	43,9	52.033	21,0
VIS usada						
2014	3.516	-21,8	7.551	-10,2	17.092	-4,4
2015	2.938	-16,4	5.839	-22,7	12.540	-26,6
2016	2.496	-15,0	4.535	-22,3	9.892	-21,1

Fuente: Entidades Financiadoras de Vivienda, Cálculos DANE

Así que en el primer semestre de 2016, se financiaron 34.571 soluciones de vivienda de interés social, de las cuales 30.036 unidades correspondieron a viviendas nuevas y 4.535 a usadas. Al comparar esta información con el mismo período de 2015, se observa que el total de viviendas financiadas aumentó 29,4%. La vivienda de interés social nueva creció 43,9% y la VIS usada disminuyó 22,3 (Estadística, 2016). Lo que muestra que estas viviendas de interés social por lo general son otorgados para vivienda nueva y en un mero muy mínimo para vivienda usada, aunque estas viviendas son otorgadas con la condiciones de que no sean vendidas o arrendadas durante un periodo de 5 años el cual es un periodo de mediano plazo, estas se convierten en una de los potenciales clientes de estratos socio económicos medios ya que de allí estas personas buscaran como vender o intercambiar sus propiedades en búsqueda de sus respectivas necesidades.

La cartera hipotecaria sigue teniendo los niveles de morosidad más bajos del sistema financiero. Mientras que en el total de la cartera, el índice de calidad se ubica en el 3,2%, la

cartera vencida en vivienda se ubica en 2,3%, muy parecido al nivel registrado al inicio del año 2015. Además, el plazo de la cartera hipotecaria se amplió en el último año, tanto en el período inicial contratado como en el plazo promedio actual. Ahora tienen 0,3 y 0,4 años más de vida que hace un año, ubicándose en 10 y 8 años, respectivamente. (RESEARCH, 2016)

Las tasas de interés han venido subiendo gradualmente en los pasados tres años, con una aceleración en los incrementos desde el tercer trimestre de 2015, momento en el cual el Banco de la República inició el ciclo de incremento de tasas. Con los últimos datos disponibles a mayo de 2016, la tasa de interés del crédito VIS se ubicó en 14,3% y la tasa para vivienda no VIS se ubicó en 12,4%. Esto significó un aumento de 379 puntos básicos en la vivienda VIS y de 207 puntos en la vivienda de mayor valor desde hace tres años. En promedio, la tasa de interés hipotecaria se ubica ahora en 12,8% y aumentó 239 puntos básicos desde mediados de 2013. Desde septiembre de 2015 hasta mayo de 2016, como respuesta a la política restrictiva del Banco de la República, las tasas VIS, NO VIS y total aumentaron 198, 167 y 181 puntos básicos, respectivamente (RESEARCH, 2016)

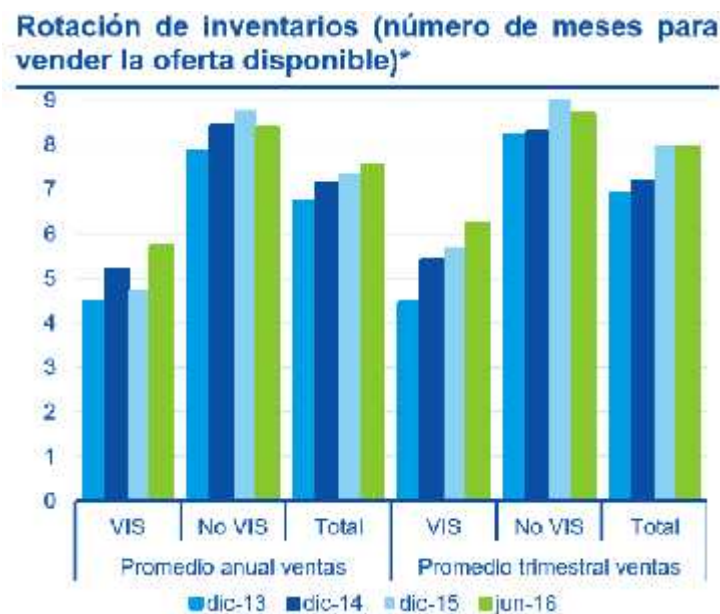
Ilustración 13 Accesibilidad a vivienda y esfuerzo



Fuente: BBVA Research con datos del DANE y SuperFinanciera. *Accesibilidad: número de años de ingreso completo (neto de impuestos) que invierte un hogar de ingreso promedio en comprar una vivienda de precio medio. Esfuerzo: porcentaje del ingreso de un hogar de ingreso promedio que invierte en el pago de la primera cuota hipotecaria de una vivienda de precio medio del país.

Como lo demuestra la anterior grafica esta indica que el esfuerzo de las familias para adquirir vivienda ya sea nueva o usada ha aumentado, junto con la capacidad de comprar vivienda la cual se revela que aproximadamente se tarde en presupuestar y realizar todo el trámite y plan de compra entre 2 a 4 años, estos para las viviendas adquiridas por medio del crédito.

Ilustración 14 Meses para vender la oferta



Fuente: BBVA Research con datos de Camacol. *Se usa el promedio de las ventas del último año y del último trimestre.

Aproximadamente el ciclo de la venta de una vivienda en oferta tiene como promedio para este año 5 a 6 meses esto en el caso de las vivienda de interés social (VIS) pero por que estas viviendas tardan poco en ser vendidas, la respuesta es simple si se analizan todos los datos vistos anteriormente, estos revelan que como los estratos socio económicos medios son los de mayor participación seguidos por los estratos bajos y por últimos los estratos altos, estos genera que las viviendas de interés social para las cuales son construidas sean adquiridas nuevas o usadas en un estrato socioeconómico medio que es allí donde se encuentra la mayoría de la población, pero este no es el único dato ya que años atrás se entregaron miles de viviendas de interés social éstas ya han cumplido el ciclo y ahora pueden ser vendidas convirtiéndose en oferta de vivienda ya que las personas que allí habitan buscan una mejor calidad de vida y buscan una mejor vivienda más grande y mejor distribuida.

Mientras que las viviendas que no son de interés social (NO VIS) tardan entre 8 a 9 meses están por lo general son de estratos socioeconómicos altos pero allí también se encuentran los estratos socioeconómicos medios viviendas las cuales no han sido adquiridas con ningún tipo de crédito, estas tardan un poco más en ser vendidas por que su precio son un poco más altos y lo que buscan los vendedores es sacar el mejor provecho de propiedad, aparte de esto estas viviendas están ubicadas en zonas centrales urbanas o zonas muy tranquilas cerca a zonas comerciales por esta razón los propietarios saben que tienen que esperar al mejor postor.

En conclusión la actividad inmobiliaria en Colombia ha mantenido un crecimiento sostenible en el último año. Esta es una de las principales conclusiones del análisis sobre la Situación Inmobiliaria en Colombia realizado por el Servicio de Estudios Económicos de

BBVA (RESEARCH, 2016); esto se debe gracias al aumento de los ingresos en los hogares colombianos, pues las condiciones de financiación también han mejorado, permitiéndoles a las familias el acceso a crédito para la compra de viviendas más fáciles de pagar.

Según datos revelados por el DANE (Estadística, 2016) en el último periodo del año 2014, cerca del 48% de los hogares en Colombia vive en una vivienda propia, mientras que el 5% se encuentra aun pagando el crédito hipotecario. En este sentido, la entidad señaló que el 32% de las familias vive en arriendo y el 17% bajo la modalidad de usufructo. Las cifras que se manejan mensualmente el sector de la construcción son de aproximadamente 40 billones de pesos, lo que representa cerca del 9% del PIB de Colombia. (Estadística, 2016)

Uno de los principales retos que enfrenta el sector inmobiliario es la escasez de suelo urbanizable, lo cual genera altos costos para los constructores que al final son transferidos a los precios de los inmuebles. Sin embargo en un informe realizado por Sandra Forero Ramírez presidenta de CAMACOL la proyección de la actividad edificadora el año 2015 continua en una celda de crecimiento pero no se puede estar ajenos al ajuste que pueda tener la economía, se proyecta que para destinos no residenciales como oficinas, bodegas, hoteles, entre otros, se cree que tendrá una proyección de crecimiento de 9.7% del PIB de edificaciones, según esto gracias al jalonamiento de las nuevas iniciativas de vivienda del gobierno para el año en curso.

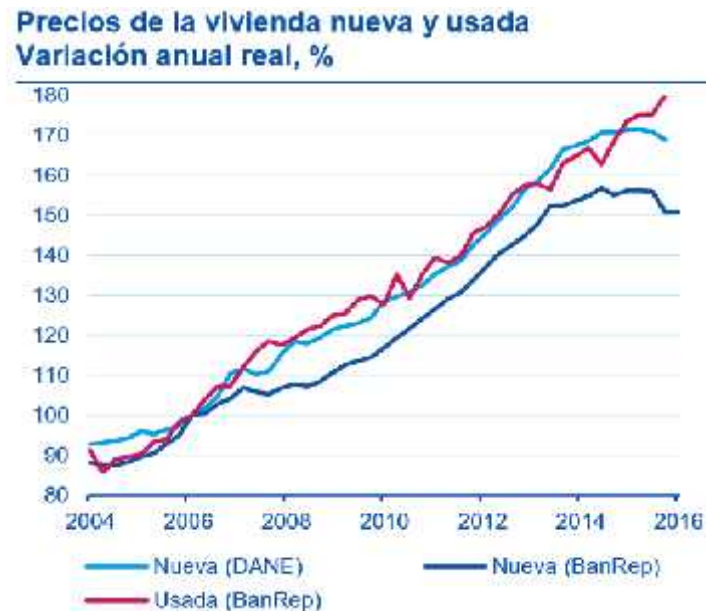
El crecimiento de la actividad edificadora también se le atribuye al hecho que los colombianos continúan accediendo al crédito hipotecario como una de las alternativas más cercanas para adquirir vivienda propia. Según (RESEARCH, 2016), los desembolsos de

crédito hipotecario en los primeros meses del año han tenido un crecimiento de 18,93% frente a los recursos entregados en el mismo periodo del año anterior con los cuales se financiaron 3.918 unidades habitacionales.

7.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

En la economía Colombiana los precios de la vivienda han mostrado un crecimiento sostenido desde 2004 según un estudio realizado por Luis Jairo Acevedo analista de SERFINCO (Jairo, 2014) , lo que podría generar una burbuja hipotecaria en Colombia. Pero con la implementación de los programas de gobierno, la construcción de la vivienda y el desarrollo de otros proyectos no residenciales impulsarían el crecimiento de la construcción lo que mitigaría el impacto de alto costo de la vivienda y brindaría la posibilidad que más Colombianos tengan la posibilidad de tener vivienda. Esto genera que la demanda de vivienda de precios bajos se apoya fundamentalmente en los planes públicos. Así que una reducción de estos planes (o una restricción de la oferta de suelo) se traduce en una menor dinámica de compra de los habitantes de ingresos bajos. Pero como se puede observar en las anteriores ilustraciones y con el plan mi casa ya antes mencionado por el ministerio de vivienda este se mantendrá estable y seguirá construyendo viviendas y generando oferta hasta 2019.

Ilustración 15 Precios de vivienda histórico, nueva y usada



Fuente: BBVA Research con datos del BanRep y DANE

Para darse una idea de cómo los precios de la vivienda han aumentado significativamente, al retomar el año 2004 de esta ilustración en donde una vivienda ubicada en x sector de la ciudad costaba aproximadamente 90 millones ahora esta misma propiedad la cual se a valorizado en los último 12 años cuesta aproximadamente 170 millones el doble de lo que costaba hace una década esta valorización rápida es por causa de que el lugar donde estaba ubicada esta vivienda ya tiene una mejor infraestructura ya queda cerca de una zona central de la ciudad y las grandes construcciones y centros comerciales construidos en los últimos años hacen que los barrios sean más poblados y comerciales, esto demuestra que la inversión en propiedad raíz en bienes inmuebles ya sea un lote, vivienda, bodega, oficinas o demás es la mejor opción para invertir ya que el terreno se valoriza rápidamente y el uso que se le puede dar para que este se valorice genera ingresos los cuales son muy mínimos a los costos que este genera.

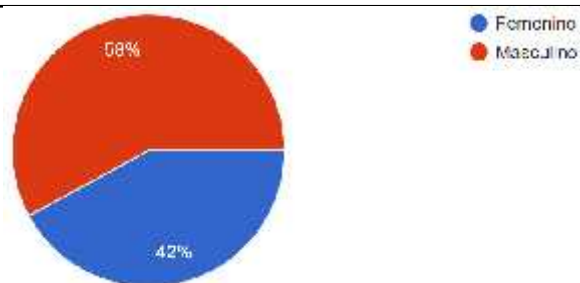
Así que en conclusión los precios de la vivienda se mantendrán creciendo a tasas similares a la inflación durante este año y ligeramente por encima a partir de 2017. Este crecimiento de los precios, aunque bajo, sumado a las mayores tasas de interés y el menor crecimiento de los ingresos, reducirá adicionalmente la capacidad de compra de los hogares, limitando su demanda y justificando, de nuevo, un ajuste en la oferta de viviendas de alto valor. Lo positivo es que estos menores crecimientos de los precios reducen aún más la probabilidad de sobre-valoración residencial, mejorando la salud del sector. Si bien, en contravía de unos costos de edificación crecientes, la menor dinámica de los precios reduce los márgenes de rentabilidad de los constructores, obligándolos a ser más selectivos con los proyectos, por ubicación, destino y precio. (RESEARCH, 2016).

7.4 RESULTADOS DE LA ENCUESTA

Con el propósito de determinar las preferencias y deseos de los futuros clientes con respecto al uso y opinión de los servicios inmobiliarios en la ciudad de Villavicencio, se adelantó una encuesta abierta a las personas de la ciudad y departamento, donde se centraran en la opinión conocer su estrato socioeconómico y si usarían o no algún servicio inmobiliario, si están dispuestos a adquirirlo si esta se los ofrece la ficha técnica de esta encuesta era principalmente, su población objetivo personas del estrato socioeconómico medio 2, 3 y 4 que tuvieran propiedades diferentes a las que tienen y habitan, o personas que buscan comprar propiedad entre otros, la muestra fue de 150 personas encuestadas dentro de un lapso de tiempo de 1 mes para encontrar a la población objetivo y la herramienta para la recolección de los datos fue google formularios, esta herramienta ha facilitado el trabajo ya que primero que todo ayuda en el aporte y apoyo en el desarrollo de las encuestas, evita el mal gasto de impresiones y gasto de papel aportando al medio

ambiente, y más importante recopila y grafica los resultados de forma muy clara ayudando en la comprensión de los resultados para así tomar decisiones a futuro.

Ilustración 16 Género de los encuestados



En los resultados se obtuvo que el 58% de la muestra tomada son personas de género masculino y el 42% de género femenino.

Ilustración 17 Edad y ciudad de origen de los encuestados



Según los resultados el 61% de los encuestados son personas entre los 20 y 40 años un dato importante ya que estas personas son potenciales clientes, están proyectando y estableciendo en esos momentos de sus vidas un hogar o en la búsqueda de una vivienda o lugar propio donde habitar, o si ya lo tienen es para ellos importante invertir en un bien raíz ya que de allí puede generar ingresos de alguna manera, el 87% de los encuestados están ubicados en la ciudad de Villavicencio y el restante no lo están pero son del Departamento

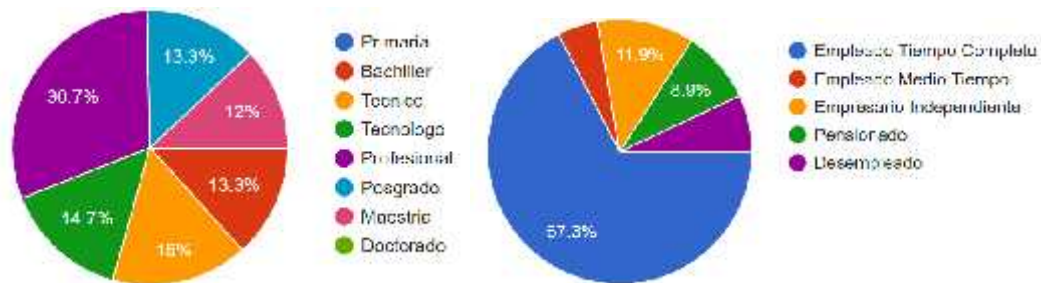
del Metay lugares cercanos a la ciudad interesados tal vez en radicarse o adquirir un bien inmueble en la ciudad.

Ilustración 18 Estrato socioeconómico y tipo de vivienda de los encuestados



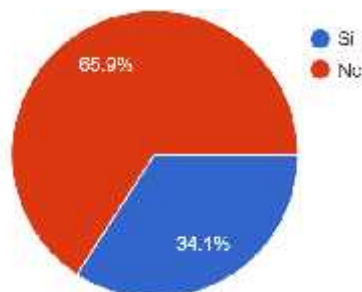
Al evaluar los resultados obtenidos en las preguntas asociadas con su estrato socioeconómico y su tipo de vivienda estos arrojaron un resultado que se esperaba que casi el 80% de los encuestados son personas del estrato socioeconómico 2, 3 y 4 un dato importante ya que es el mercado y cliente objetivo hacia quien va dirigido este plan de negocio, este dato está relacionado junto con el tipo de vivienda en donde ellos habitan lo cual revelo que el 45% de ellos tienen vivienda propia y un 31% vive en arriendo un dato que muestra que muchas personas viven en arriendo y que ahora en este tiempo con las ayudas del gobierno el desarrollo del país y la economía, se han dado cuenta que pueden pagar y adquirir una casa con las ayudas, facilidades y subsidios de las entidades financieras y el gobierno que es igual que cancelar un arriendo.

Ilustración 19 Formación y situación laboral de los encuestados



La formación de los encuestados dio como resultado que su gran mayoría del estrato socioeconómico medio, son profesionales, seguido por formación técnica y tecnológica un dato esperado debido al público hacia quien se dirige este proyecto, se encontró que parte de ellos se formó como especialistas en alguna área y han realizado alguna maestría, un dato que muestra que estas personas tienen poder más adquisitivo para adquirir e invertir en una propiedad raíz, ya que conjunto con los resultados de su situación laboral, el 67% afirman ser empleados de tiempo completo, algunos son empresarios independientes, y en relación con las personas mayores de 61 años estos y algunos otros tienen algún tipo de pensión ya sea por años de servicio o una pensión para estudiar entre otras.

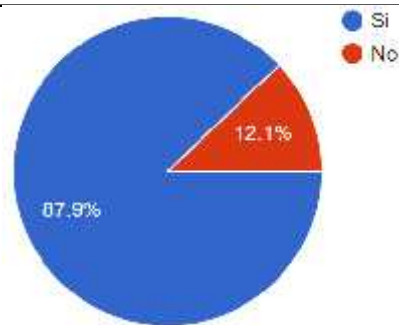
Ilustración 20 ¿Cuenta con una propiedad inmueble (Casa, Apartamento, Local, Edificio, Lote etc) aparte del lugar donde vive?



El resultado al interrogante de que si los encuestados cuentan con una propiedad inmueble aparte del lugar donde vive, es que el 65% dicen que no cuentan con una, pero el dato que interesa es el 34% de los encuestados que contestaron que si ya que ellos son

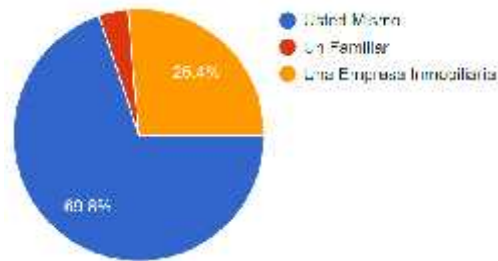
potenciales clientes por que al momento de que casa inmobiliaria ofrezca sus servicios a estas personas están dispuestas a permitirlo como se verá más adelante en los resultados de la encuesta, este resultado revela que las personas de estos estratos medios este porcentaje del sí tienen la capacidad e ingresos que le permiten o permitieron invertir en un bien inmueble.

Ilustración 21 ¿Estaría dispuesto a adquirir una propiedad inmueble a parte de la que tiene o adquirir una si aún no la tiene?



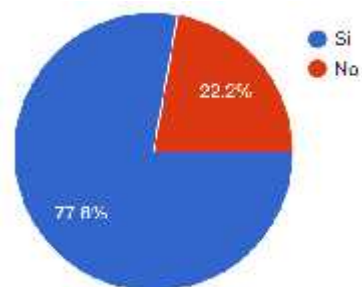
En relación con el resultado anterior las personas que no tienen un bien inmueble aparte de donde habitan es importante ya que el 87% de los encuestados estarían dispuestos a invertir en una propiedad raíz, este resultado es importante ya que ellos tienen todas las posibilidades y formas de financiar la adquisición de una propiedad como se mencionó anteriormente, el otro porcentaje de personas que dijeron que no estarían dispuestos que representa un 12%, esto se debe a que tal vez no tienen los ingresos suficientes o no quieren endeudarse de alguna forma, estos resultados fueron adquiridos analizando las encuestas de forma individual.

Ilustración 22 ¿Quién administra esta propiedad inmueble? y



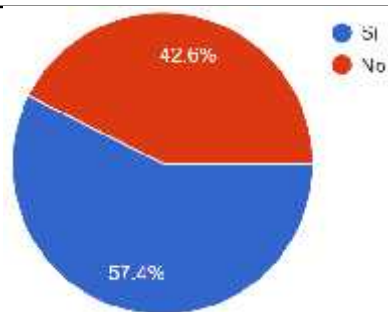
Según el 34% de los encuestados que contestaron que tenían una propiedad inmueble aparte del lugar donde viven estos revelaron que el 70% de ellos decide administrar este bien raíz ellos mismos esto se debe a que su gran mayoría toma la decisión de arrendar su propiedad y ellos mismo se encargan del pápelo y del cobro, esto es importante ya que como se verá en la siguiente ilustración ellos estarían dispuestos a dejar todo este trámite a una empresa de servicios inmobiliarios y allí es donde casa inmobiliaria entrara a penetrar en el mercado facilitándole la vida a sus clientes, el otro 26,4% dejan que una empresa se encargue de su inmueble estos datos fueron sacados del análisis de forma individual y las personas que deciden que una empresa de servicios inmobiliarios se encargue de si propiedad raíz son las personas de estratos 4, 5 y 6 personas con gran cantidad de ingresos que aprovechan los servicios y confían en empresas inmobiliarias.

Ilustración 23 ¿Estaría dispuesto a que una empresa inmobiliaria administre su propiedad?



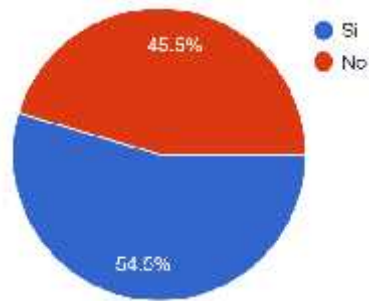
Los encuestados quienes tiene una propiedad inmueble aparte del lugar donde viven, contestaron al interrogante relacionado con que si estarían dispuestos a que una empresa de servicios inmobiliarios administrara sus bienes raíces ellos afirmaron a que si estarían dispuestos, este dato es importante ya que primero las personas encuestadas están dentro del rango de estrato medio, segundo el 34% de ellos tienen una propiedad inmueble que ellos administran pero estarían dispuesto a ceder la administración a una empresa inmobiliaria y este es el mercado en que casa inmobiliaria entrara con fuerza usando todas las estrategias diferentes a continuación en el siguiente estudio técnico.

Ilustración 24 ¿Conoce los servicios de una empresa inmobiliaria?



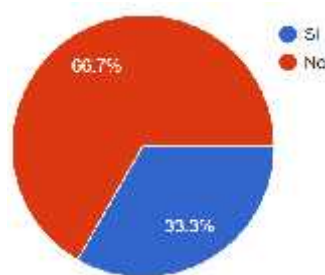
El 57% de los encuestados afirman que si conocen todos los servicios que una empresa inmobiliaria ofrece y un 42% de ellos no conocen todos los servicios que estas empresas conocen, esto se debe en general a que las empresas pueden confundir muchas veces con su nombre y el mercado en general y en especial los del estrato socioeconómico medio no conocen estos servicios porque simplemente las inmobiliarias no se los han ofrecido como se evidencia en la siguiente ilustración.

Ilustración 25 ¿Le han ofrecido los servicios de una empresa inmobiliaria?



Esta ilustración en relación con la anterior revela que según los resultados de las encuestas el 54% de las personas encuestadas si les han ofrecido algún servicio inmobiliario, esto se debe a que las personas que tienen una propiedad y la tienen en arriendo o en venta las empresas se comunican con estas personas y ofrecen sus servicios por esta razón las personas las conocen, se relaciona ya que el otro porcentaje de personas que no conocen estos servicios son casi las mismas a las cuales no se los han ofrecido.

Ilustración 26 ¿Ha usado los servicios de una empresa inmobiliaria?



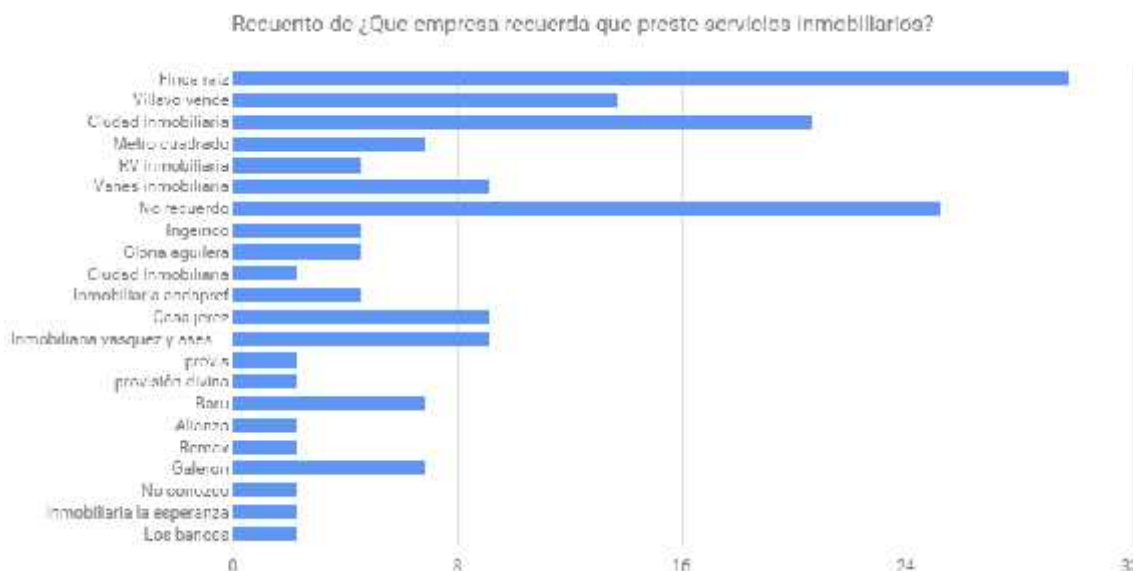
Al momento de evaluar los resultados estos revelaron que el 33% de las personas encuestadas han usado algún servicio inmobiliario, estos se relacionan con los resultados anteriores ya que así como las personas les han ofrecido ellas entran dentro del 33% de las que han accedido a usar el servicio, y que como los conocen saben sus porcentajes y acceden a ellos, ósea se refiere a que las personas del estrato medio si están dispuestas a usar este servicio si casa inmobiliaria le ofrece un excelente servicio a los mejores precios.

Ilustración 27 ¿Qué servicio de una empresa inmobiliaria a usado?



Parte de los resultados revelados en la encuesta se encontró que las personas que han usado algún servicio de una empresa inmobiliaria dijeron que el servicio que más han usado es la administración de un inmueble para la venta, lo cual se ajusta a lo visto anteriormente, y que las personas quienes tienen una propiedad raíz buscan venderla para así poder invertir ya sea en otra que ellos consideran en mejores condiciones, de mayor valor o es más viable para ellos, otra parte afirma haber usado varios de estos servicios representado en un 42% de los encuestados.

Ilustración 28 ¿Qué empresa recuerda que preste servicios inmobiliarios?



Al momento de analizar estos resultados, sobre que empresa inmobiliaria recuerdan los encuestados, estos afirman reconocer como primera a finca raíz, y era de esperarse ya que esta empresa es la más reconocida a nivel nacional y más por sus anuncios en televisión los cuales han logrado que se genere reconocimiento en el mercado inmobiliario, que también actúa claramente en Villavicencio por medio de oficinas de inmobiliarias ya establecidas. La segunda opinión de los encuestados es que no recuerdan una empresa que preste servicios inmobiliarios aunque si reconocían sus servicios.

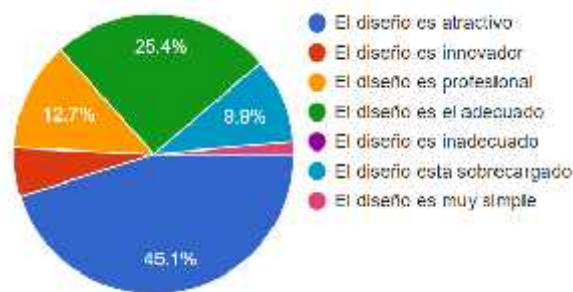
Se tiene como la más reconocida en el mercado inmobiliario establecida y originaria de Villavicencio a la empresa ciudad inmobiliaria la cual fue reconocida por los encuestados, esta empresa como ya fue analizada anteriormente era de esperarse ya que trabaja con parte del mercado inmobiliario del estrato socioeconómico medio en especial con los arriendos, seguida por la empresa villavo vende que se ha posicionado en la redes sociales y su página web sofisticada, otras empresas que fueron significantes para los encuestados fueron, vanes inmobiliaria, casa jerez inmobiliaria e inmobiliaria vasquez y asesores.

Ilustración 29 Para este proyecto que le parece el nombre "Casa Inmobiliaria S.A.S" para la empresa



En esta parte de la encuesta se buscó la opinión de los encuestados respecto al nombre de la empresa el cual se asignó como Casa Inmobiliaria S.A.S, y que según la opinión de los encuestados este es un nombre adecuado que muestra de que es la empresa, y debido a esto las personas quienes conocen los servicios inmobiliarios, ya se podrán hacer una idea de los servicios que casa inmobiliaria les ofrecerá.

Ilustración 30 ¿qué le parece este logotipo?



Por último se tiene la opinión de los encuestados frente al logotipo diseñado para casa inmobiliaria en donde el resultado fue que el 45% de los encuestados opinaron que es un diseño atractivo, adecuado para la aplicación de una empresa de servicios inmobiliarios en este caso Casa Inmobiliaria, el 12% de ellos opinaron que es un diseño profesional junto con un 10% de ellos que opinaron que es un diseño sobrecargado.

La percepciones que se obtuvieron al realizar la encuesta, es que el proyecto va dirigido a un mercado el cual está dispuesto a adquirir bienes inmuebles y que estos están dispuestos a adquirir algún servicio inmobiliario, se obtuvo una clara opinión sobre el nombre y el logotipo de casa inmobiliaria, todos estos datos en su mayoría fueron analizados de manera individual y general para así poder tener una visión más clara de lo que buscan los clientes, al visualizar los resúmenes de las preguntas permitió filtrar, comprar y mostrar una imagen más clara del mercado y de este nicho de mercado

8 ESTUDIO TECNICO

8.1 DESCRIPCIÓN DEL ESTUDIO TÉCNICO

Esta parte del proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria donde se realizara el estudio técnico, el cual es fundamental para el desarrollo y ejecución de este plan, ya que es donde se estudiara el tamaño del proyecto el cual será determinado por las características y variables vistas a continuación como: Los equipos, muebles y enceres óptimos para la infraestructura del proyecto. La distribución y proceso productivo, los clientes potenciales y demás aspectos que darán, definirán: Donde, se establecerá casa inmobiliaria por medio de la macro localización y micro localización. Cuanto, será el tamaño del proyecto la inversión y otros aspectos. Como por medio de la distribución el marketing publicidad con que los equipos muebles y enceres necesarios para la infraestructura, el proceso productivo de casa inmobiliaria, el objetivo de este estudio es definir todas las características mencionadas anteriormente.

8.2 TAMAÑO DEL PROYECTO

La determinación del tamaño de este proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria se responde por medio del análisis interrelacionado de una gran cantidad de variables vistas en este estudio como lo es la demanda, disponibilidad de insumos, alternativas tecnológicas, localización y plan estratégico comercial de desarrollo futuro de la empresa que se crearía con este plan. El tamaño y capacidad de este proyecto en particular, se debe principalmente a la porción de demanda insatisfecha vista anteriormente en el estudio de mercado la cual revelo que mucha gente demanda vivienda y muchos de ellos buscan los medios para adquirir una ya sea por medio de una empresa de servicios inmobiliarios o una búsqueda

privada esta demanda se pretende sea cubierta por el proyecto de pre-inversión casa inmobiliaria.

La capacidad financiera del proyecto está dada por el aporte de los socios y propietarios de este proyecto de pre-inversión los cuales han decidido invertir capital propio por partes iguales para hacer realidad la ejecución de este plan negocio casa inmobiliaria, no solo invertirán en el sino que también actuaran como verdaderos socios profesionales aportando con conocimientos en la administración y la toma de decisiones así como también como apoyo y siendo empleados de su propia empresa.

Las características tecnológicas de este plan se definieron y seleccionaron para cumplir y satisfacer los requerimientos para el cumplimiento de los objetivos de este plan y así mismo lograr que el proyecto sea viable, estos equipos y muebles y enceres así como el hardware y software que son necesarios para poder realizar el proceso productivo del negocio y efectuar una excelente prestación del servicio, y para poder garantizar un excelente servicio se tuvieron en cuenta los siguientes parámetros al momento de invertir en la tecnología, muebles y enceres como adquirir lo último en tecnología, los más atractivos e innovadores, que llamen la atención del cliente y que generen comodidad y confianza al momento de utilizarlos.

Al momento de analizar las diferentes variables para el tamaño del proyecto, se tiene en cuenta la demanda presente y en la futura, pues a partir de esto se puede determinar qué tan rentable está siendo la empresa y así poder establecer el tamaño de la misma. Por otra parte existen otros factores que determinan el tamaño del proyecto así como lo es la tecnología ya que es la que permite la facilidad de ofrecer los diferentes servicios y todo esto será aplicado como ya se ha mencionado anteriormente en una sola instalación donde se

aplicaran todas las demás variables para la ejecución del proyecto, así mismo se tienen en cuenta todos los aspectos económicos, políticos, sociales, tecnológicos y ecológicos mencionados anteriormente.

8.3 CAPACIDAD INSTALADA

Teniendo en cuenta todos los recursos disponibles, por la experiencia, conocimientos y habilidades de los asesores inmobiliarios que este proyecto tendrá se logró determinar el potencial máximo de ingresos dados por los datos analizados en el estudio de mercado donde como primero, en la ciudad de Villavicencio como lo muestra los estudios económicos de Camacol en 2013 (CAMACOL, 2013) se lanzaron, iniciaron y están en venta 7.000 viviendas de las cuales 2.663 están disponibles para la venta, de las cuales el 70% son del estrato socioeconómico medio 2,3 y 4 mercado hacia el cual se dirige este proyecto, de allí se puede determinar que un asesor puede tener la capacidad de administrar 10 viviendas en oferta de venta mensualmente dándole a estas la dedicación de tiempo, dinero y promoción correcta para la búsqueda del cliente adecuado en el menor tiempo posible y reducirlo a un punto de 4 meses ya que como se observa en la ilustración número 14 el tiempo de rotación de una propiedad en venta es de 8 a 10 meses, aparte de esto las dadas por citas orientadas directamente por la administración de casa inmobiliaria, un asesor puede tener infinidad de propiedades administradas pero no logrará darles la dedicación necesaria para reducir el tiempo de la venta.

Por otro lado un asesor logra administrar un promedio de 3 propiedades, de las cuales generará ingresos mensuales debido a su canon de arrendamiento logrado por un contrato de arrendamiento esto se debe a que al momento de arrendar este proceso es rápido y

sencillo, en donde el asesor no le lleva mucho tiempo y dinero al promocionar la propiedad en cuestión administrada para poner en alquiler.

Por ultimo un asesor logra efectuar 2 avalúos mensuales ya debido a sus cargas dadas por las ventas y el poco tiempo que le queda a un asesor este podrá efectuar estos avalúos al mes ya que requieren un informe detallado de la propiedad en cuestión al ser evaluada, y estos avalúos no son muy demandados pero la poca demanda que existe debe ser por un asesor certificado los cuales tendrán lugar y estarán certificados en casa inmobiliaria.

Concluye así se espera que el mercado crezca en un 20% en la cantidad de oferta disponible:

Tabla 4 Capacidad Instalada

CAPACIDAD INSTALADA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Oferta Disponible En El mercado	2.663	3.196	3.835	4.602	5.522
De Los Cuales El 70% Son De Estrato 2,3 y 4	1.864	2.237	2.684	3.221	3.865
Se Espera Captar Un 50% Del Mercado	932	1118	1342	1611	1933
Lograr Dos Ventas Cada 45 días	12	12	12	12	12
Administración De Una Propiedad Para Alquiler	3	3	3	3	3
Avalúos Efectuados	24	24	24	24	24

8.4 ENTORNO DEL PROYECTO

8.4.1 MACRO-LOCALIZACIÓN

La zona general donde se establecerá casa inmobiliaria será en el centro del país en el Departamento del Meta en su capital la ciudad de Villavicencio, una zona urbana con gran facilidad de acceso vía terrestre cerca la capital de Colombia con bajos costos de transporte.

La ciudad cuenta con disponibilidad de grandes extensiones de tierra, para la construcción de diferentes bienes inmuebles como lo son viviendas, apartamentos,

conjuntos residenciales, edificios etc. Llamada la puerta al llano por ser la ciudad que tiene la vía más accesible a la ciudad de donde pueden encontrar las diferentes vías para el llano.

Además de contar con todos los servicios públicos disponibles agua, luz, energía eléctrica así como también combustible, junto con todos los medios de comunicación como ya se mencionó grandes extensiones de tierra a un bajo costo claro que esto ha venido cambiando últimamente donde los terrenos se han venido valorizando y un clima caliente todo esto con el apoyo y la protección para la conservación de medio ambiente.

8.4.2 MICRO-LOCALIZACIÓN

Se Consideró por parte de los inversionistas de este proyecto de pre-inversión que la localización óptima para este proyecto está en el sector comercial de la ciudad de Villavicencio.

La empresa inmobiliaria estará ubicada en el centro de Villavicencio, teniendo en cuenta que allí es donde se localiza el comercio de la ciudad con gran flujo de personas y posibles clientes, sin embargo para definir la ubicación exacta de la empresa es necesario identificar la potencialidad de esa zona, es decir, cómo son los clientes que por ahí transitan (¿cuántos años tienen, a qué se dedican, cuál es su ingreso promedio? y demás variables) y así reunir esa información para elegir la sede idónea, para la ubicación de esta empresa inmobiliaria.

Esta es una zona urbana con facilidad de acceso, con facilidad de movilidad de medios transportes, ubicada en la zona más comercial de la ciudad cerca a centro de salud el hospital, bomberos, policía nacional, centros comerciales universidades, restaurantes entidades bancarias, y por esta razón como ya se mencionó anteriormente hay una alta movilidad de personas en este sector.

Se cuenta con todos los servicios públicos con un costo del terreno alto, un terreno estable, con medios de comunicaciones accesibles y disponibles en todo momento con facilidad de adecuar o encontrar una oficina ideal para las instalaciones.

8.5 DISTRIBUCIÓN DEL PRODUCTO

8.5.1 SERVICIOS

8.5.1.1 VENTAS

En relación a corretaje por la venta de un inmueble normalmente se cobra el 2,5% hasta el 5% dependiendo del avalúo o de la venta real del inmueble, cuando se hace la permuta entre bienes se saca el promedio del avalúo entre los dos bienes inmuebles y luego su correspondiente porcentaje.

Casa inmobiliaria estará comprometida con brindar a los clientes una cuidadosa y eficiente administración de su inmueble. Contando con asesores profesionales en la comercialización de bienes inmuebles, manejando un completo portafolio de servicios, siempre asesorando al cliente en la compra o venta de inmuebles. A continuación la siguiente ilustración que muestra los porcentajes establecidos dependiendo el avalúo del inmueble. Véase en los anexos los modelos de contrato de compraventa, formato que casa inmobiliaria utilizara para la correcta y debida operación del servicio tanto para el propietario como para el comprador un documento que muestra la seriedad y da confianza al cliente.

Tabla 5 Tabla De Porcentajes De Cobro Por Venta Dependiendo El Avalúo De La Propiedad

Tabla De Porcentajes De Cobro Por Venta Dependiendo El Avaluo De La Propiedad		
AVALUO ENTRE (Valor En Peso Colombiano)		Porcentaje De Cobro
\$ -	\$ 100.000.000	2,5%
\$ 100.000.000	\$ 200.000.000	3%
\$ 200.000.000	\$ 300.000.000	3,5%
\$ 300.000.000	\$ 400.000.000	4%
\$ 400.000.000	\$ 500.000.000	4,5%
\$ 500.000.000	∞	5%

8.5.1.2 ARRENDAMIENTOS

Los arrendamientos normalmente su administración se cobra un porcentaje del 12% al 14% del canon mensual ósea del costo mensual del arrendamiento, pero casa inmobiliaria se cobrara la tarifa mínima legal del 12% del canon mensual o se pueden llegar a acuerdos con el cliente dueño del inmueble de una forma que él se sienta cómodo con la oferta que se le ofrece. No se tendrá que preocupar por contratos ni inconvenientes con el inquilino ya que casa inmobiliaria se encargara de todo, este porcentaje incluye un seguro de arrendamiento el cual estará con el respaldo de Seguros Bolívar del Grupo Bolívar empresa escogida por casa inmobiliaria ya que ofrece excelentes garantías, y Fianza Crédito Inmobiliario ya que si el inquilino no paga por el pago de su arrendamiento “Nosotros le pagamos”, hasta la desocupación del inmueble. Con la aseguradora (Seguros Bolívar) el cliente no deberá pagar ningún trámite jurídico que haya que iniciar por el incumplimiento del contrato con el inquilino. Véase en los anexos los modelos de contrato de arrendamiento tanto para vivienda como para comercial, formato que inmobiliaria utilizara para la correcta y debida operación del servicio tanto para el arrendador como para el arrendatario un documento que muestra la seriedad y da confianza al cliente.

Tabla 6 Porcentajes y Tarifa De Arrendamientos

SERVICIO	VALOR
Administración de Inmuebles	10% más IVA, del Canon Mensual, incluyendo administración.
Seguro de Arrendamiento	2% IVA incluido, del Canon Mensual, incluyendo administración.
Trámites a Propietarios	10.000 pesos colombianos

8.5.1.3 AVALÚOS

Los asesores inmobiliarios estarán capacitados y certificados por el registro nacional de evaluadores R.N.A los cuales tendrán las habilidades y capacidades para ejercer estos avalúos los cuales según el estudio de mercado tienen también una gran demanda ya que últimamente las personas y entidades financieras en especial realizan el avalúo de un inmueble antes de ejecutar y como un proceso preliminar de la venta o administración de un inmueble. El cobro del avalúo de un inmueble por lo general en el mercado se cobra del 1,7 x 1000 pero en casa inmobiliaria para darle mejor comodidad al cliente se cobrara el 1,5 x 1000. Véase en los anexos los pasos que los asesores inmobiliarios abran llevado a cabo para su respectiva certificación como evaluador ante el registro nacional de evaluadores (R.N.A), así como también se encontrara una guía de lo que se debe presentar en el informe al momento de realizar un avalúo a una propiedad, estar certificado es un requisito esencial y normativo ya que así dará confianza y reconocimiento a Casa Inmobiliaria. No solo esto también ampliara el mercado ya que al estar certificado se prestara el servicio de avalúos a

los bienes inmuebles el principal mercado donde más se generaran ingresos será en los avalúos a viviendas, locales comerciales, edificaciones, terrenos y demás.

Tabla 7 Cobro Por Avalúo

Tabla De Cobro Por Avaluo	
1 x 1000	
1,5	1000

8.5.1.4 SERVICIOS AL PROPIETARIO

-)] Promoción del inmueble en diferentes medios especializados como páginas web, clasificados ya sea periódico o volantes entre otros portales especializados en propiedad raíz.
 -)] Publicación del inmueble en la página web, Facebook, Twitter y YouTube.
 -)] Asesores en ventas altamente calificadas y con gran experiencia en el negocio.
 -)] Orientación técnica y jurídica para establecer el precio de su propiedad.
 -)] Asesoría Jurídica dentro del proceso de compra y venta del inmueble.
1. Elaboración de la promesa y gestión ante notarios y oficinas de registro.

8.5.1.5 SERVICIOS AL COMPRADOR

-)] Amplia oferta de alternativas inmobiliarias en la ciudad.
-)] Profesionales del sector inmobiliario de la ciudad para encontrar su inmueble en el menor tiempo posible.
-)] La página web contara con un completo motor de búsqueda de inmueble efectivo y simple, facilitado con la ubicación de google mapas.

Tabla 8 Resumen Servicios Porcentajes y Observación

Presupuesto, Porcentajes De Ingresos Por Servicios			
Descripción	Cobro porcentual		Observación
Ventas	2,5% al 5% Pro = 3,75%		Comisión Por La Actividad Comercial Inmobiliaria Por Una Venta De Propiedad
Administración De Propiedad	12%		Del Canon Mensual Incluyendo Póliza Que Asegura La Propiedad y El Pago Al Propietario Del Inmueble
Avalúos	1,5 x 1000		Por Propiedad Avaluada
Incremento En Ingresos	2 0% a 5%	Semes tral	Este Incremento Se Vera Reflejado En El Avaluó De La Propiedad Vendida, Administrada o Avaluada Durante Los 2 Primeros Años

8.6 MERCADO POTENCIAL DE CASA INMOBILIARIA

8.6.1 TIPO DE CLIENTE

En la actividad inmobiliaria cuando se habla de Cliente, se debe siempre distinguir a quien se refiere. Cliente/Propietario que es que desea vender su Inmueble, y Cliente/Comprador que es el que desea comprar un inmueble. Ambos tienen características y perfiles diferentes.

personas que deseen adquirir una propiedad (casas, apartamentos, bodegas, consultorios, fincas, lote o casa-lote y locales comerciales) o la valuación de Bienes raíces, venta, compra, administración, arrendamiento y consultoría inmobiliaria; dirigidas para tanto para el cliente propietario como para el comprador ajustando casa inmobiliaria para cada necesidad, de igual forma se brindara asesoramiento para adquirir su crédito hipotecario, y la asesoría para culminar con los procesos de inscripción en registros públicos de la propiedad.

Identificación de los futuros clientes:

- J Familia nuclear (padre, madre e hijos)
- J Familia extensa (padre, madre, hijos o generaciones anteriores como abuelos).
- J Familia monoparentales (solo padre y madre sin hijos)
- J Familia homoparental (parejas homosexuales con hijos)

Factores para calificar a los clientes en perspectivas:

- J Capacidad económica
- J Autoridad para decidir la compra
- J Accesibilidad y disposición de comprar
- J Perspectiva de crecimiento y desarrollo

Servicios Post-ventas (Actividades):

- J Verificación de que se cumplan los tiempos y condiciones del contrato.
- J Verificación de una entrega correcta.
- J Instalación.
- J Asesoramiento para un uso apropiado.
- J Garantías en caso de fallas de fábrica.

Servicios y soporte técnico.

Posibilidad de cambio o devoluciones en caso de no satisfacer las expectativas del cliente.

Descuentos especiales para futuras compras.

8.7 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

El objetivo será como prioridad dar a conocer La organización, también se incluirá de una manera clara y precisa cuáles son los servicios, cual es el costo de aquellos servicios, la ubicación geográfica en donde podrán contactar y encontrar.

El siguiente paso será contactar a la agencia de publicidad a la cual se le brindara toda la información necesaria sobre la empresa, esta información es necesaria para cumplir el objetivo de la campaña publicitaria entonces se le brindara toda la información sobre los servicios, el costo de cada servicio y de qué manera puede contactar a casa inmobiliaria así como también una dirección ubicación de la compañía para que se acerquen y sean asesorados por casa inmobiliaria.

El paso a seguir será que entre casa inmobiliaria y la agencia de publicidad contratada elaboren un mensaje claro y preciso el cual por medio de las diferentes estrategias de comunicación las cuales son (volantes, pancartas, vallas, radio, periódico, tv etc.) Para que por cualquiera de estos medios los clientes y demás personas graben el mensaje y tengan siempre en cuenta a casa inmobiliaria para la administración de sus bienes inmuebles.

El siguiente y último paso será establecer el presupuesto escoger por cual o cuales de los diferentes medios de comunicación se dará a conocer La organización, para empezar el lanzamiento y control de la campaña publicitaria.

El cliente busca que la empresa inmobiliaria entienda sus necesidades, que inspire confianza, que busque la mejor opción que se acomode al presupuesto del cliente, que traiga compradores a la mesa, que cuente con excelentes relaciones: bancarias, notariales, institucionales, gremiales, de aseguradoras, empresariales, sociales, etc; que se tenga conocimiento pleno en el mercado en aspectos como el avalúo inventario, contratos,

descuentos, comisiones garantías, equipamiento, cliente ,producto y nicho, estrategias de marketing , que tenga código de ética

El proyecto de la inmobiliaria va contar con gran uso de las TIC´S tales como:

- J) Página Web y redes sociales: Debido a la efectividad y rapidez que llega la información al cliente y también a que este servicio de compra, renta y venta de bienes inmuebles también va dirigido a personas que no vivienda en Villavicencio pero quieren adquirir estos bienes en la ciudad.
- J) Comunicación telefónica: Si el cliente que quiere arrendar o comprar una vivienda y no tiene tiempo para dirigirse a la oficina lo puede hacer por vía telefónica, y será atendido de la mejor manera. O se puede apartar una cita con el cliente donde este lo desea donde un asesor comercial le dará la respectiva asesoría.

8.8 PROCESO PRODUCTIVO

La comunicación entre el sector de la construcción y el inmobiliario es fundamental puesto que es un mecanismo importante a la hora de promover la construcción de viviendas, definiéndose a la inmobiliaria como la es la empresa que promueve la obra, compra terrenos, la realización de ideas y encarga el proyecto de edificación a un arquitecto, y finalmente se encarga de la venta de los pisos, locales, etc. y la constructora es la empresa que realiza la obra conforme al proyecto recibido y debe entregarla en el plazo estipulado por la inmobiliaria, esta continua comunicación proporciona una fuente de estabilidad y seguridad para el sector puesto que la rigurosa evaluación de los riesgos asociados al desarrollo de los proyectos y las exigencias técnicas, financieras y administrativas de las partes que intervienen en los mismos, han hecho de la fiducia

inmobiliaria el mecanismo idóneo para fomentar la formalidad empresarial en la a actividad edificadora.

Todo esto se representada en el siguiente flujograma, que reflejara como es todo el proceso desde conseguir clientes, la entrada de clientes, hasta el seguimiento y salida de los clientes.

Ilustración 31 Flujograma del proceso productivo