



UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

**MODELO DE NEGOCIO PARA LA ASESORÍA INMOBILIARIA EN
COMPRA DE INMUEBLES NUEVOS PARA VIVIENDA
“COLABORADOR INMOBILIARIO EN CASA SEGURA**

Investigadores:

Laura Tatiana Leguizamón Urrego

Leidy Diana González Henao

Para optar al Título de Especialista en Gerencia





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

Constructora Colpatria S.A.



VIVIENDA



OTRAS EDIFICACIONES



INFRAESTRUCTURA Y
CONCESIONES



URBANA MÉXICO



URBANA PERÚ



COLPATRIA
CONSTRUCTORA

Todo es Posible





VIVIENDA

Qué es un Desistido?

Negocio que se da por terminado por incumplimiento de una de las partes (Vendedor – Comprador).

Constructora Colpatria S.A.

Año	2015	2016	2017
Ventas por Año en Pesos	\$ 262.213.473.404	\$ 217.105.514.850	\$ 82.350.634.887
Ventas por Año en Unidades	1888 Unidades	959 Unidades	408 Unidades
Desistidos por Año de venta	258 Unidades	183 Unidades	19 Unidades
Porcentaje (%) de unidades desistidas	14%	19%	0.5%
Unidades desistidas <u>con sanción</u> por año de venta	48 – 18%	58 – 32%	11 – 58%
Unidades desistidas <u>Sin sanción</u> por año de venta	210 – 82%	125 – 68%	8 – 42%

Precio de venta VIS \$99.591.000

Sanción 7% Promesa: \$6.971.377 del precio de venta
Sanción 50% Dineros depositados en Encargo Fiduciario: \$5.000.000

Precio de venta VIS \$400.000.000

Sanción 20% Promesa: \$80.000.000 del precio de venta
Sanción 50% Dineros depositados Encargo Fiduciario : \$40.000.000





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia
Fundada en 1951

Pregunta de Investigación

¿Qué modelo de negocio se debe considerar para diseñar una empresa de asesoría inmobiliaria en la ciudad de Bogotá?





OBJETIVO GENERAL

Diseñar un modelo de negocio en consultoría y asesoría inmobiliaria que informe a los compradores de vivienda nueva VIS y NO VIS en Bogotá en el 2017

OBJETIVOS ESPECIFICOS

1. Diagnosticar el comportamiento del sector de consultoría y asesoría y construcción en Bogotá.
2. Proponer un modelo de negocio basado en el modelo Canvas, orientado a la asesoría de compradores de vivienda nueva que permita una compra efectiva
3. Validar el modelo de negocio a través de un método de encuesta directa a personas que estén involucradas en el tema de venta de vivienda





CAPITULO I

Marco Teórico

- Teoría General de Sistemas

Marco Legal

- Guía para el consumidor en el sector vivienda

Tipo de Estudio

Diseño de la Investigación

Población y muestra

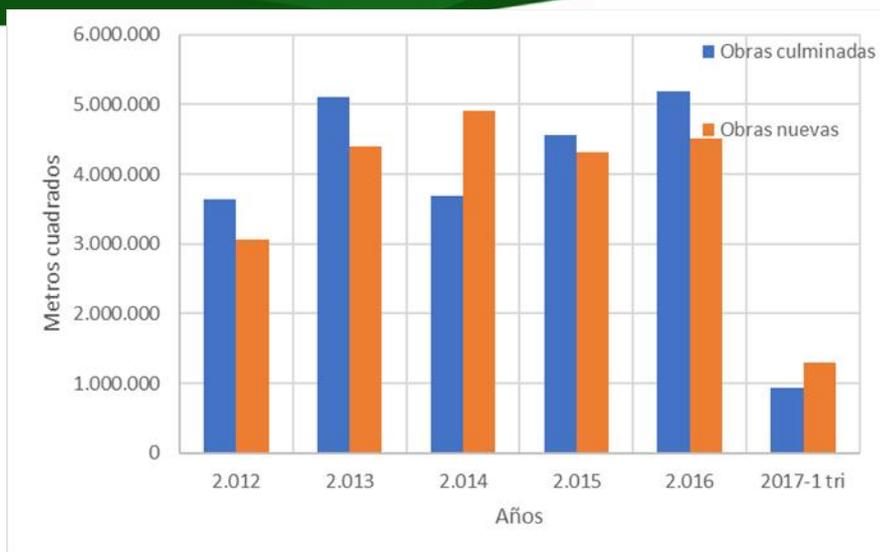
Fuentes de obtención de la información





CAPITULO II

**Metros cuadrados construidos en
entre en el periodo 2012-2017-1**



Fuente: DANE Censo de Edificaciones – CEED

**Ranking Constructoras Colombia
según su Utilidad Neta**

RÁNKING 2014	RÁNKING 2013	RAZÁN SOCIAL	UTILIDAD NETA (Millones de \$)		VAR (%)
			2013	2014	
1	2	AMARILO S.A.S	\$ 57.932	\$ 66.618	15,0%
2	4	CONSTRUCTORA BOLIVAR BOGOTA S A	\$ 49.683	\$ 54.816	10,3%
3	3	CONSTRUCTORA COLPATRIA S A	\$ 52.596	\$ 54.097	2,9%
4	1	CONSTRUCTORA CAPITAL BOGOTA S A S	\$ 59.443	\$ 36.894	-37,9%
5	6	CONSTRUCTORA LAS GALIAS S A	\$ 22.076	\$ 25.047	13,5%
6	8	MARVAL S.A.	\$ 15.843	\$ 24.571	55,1%
7	7	INVERSIONES ALCABAMA S.A.	\$ 19.811	\$ 24.109	21,7%
8	5	CUSEZAR S A	\$ 24.938	\$ 15.549	-37,6%
9	10	CONSTRUCTORA BOLIVAR CALI S.A.	\$ 10.028	\$ 14.900	48,6%
10	9	CONMIL S.A.S.	\$ 14.020	\$ 13.512	-3,6%

Fuente: Superintendencia de Sociedades



CAPITULO III

PROPONER UN MODELO DE NEGOCIO BASADO EN EL MODELO CANVAS, ORIENTADO A LA ASESORÍA DE COMPRADORES DE VIVIENDA NUEVA



El negocio es Viable y continua con la compra

El cliente no es viable de Crédito, no demuestra ingresos suficientes y/o no tiene capacidad de pago cuota inicial

Colaborador Inmobiliario En Casa Segura

1. Financiero (plan para disminuir deudas y mejorar capacidad de endeudamiento)

2. Centrales de Riesgo (acuerdos de pago que logren mejorar calificación y Score)

3. Convenios con Constructoras, Bancos y Caja de compensación





CAPITULO III

PROPONER UN MODELO DE NEGOCIO BASADO EN EL MODELO CANVAS, ORIENTADO A LA ASESORÍA DE COMPRADORES DE VIVIENDA NUEVA

MATRIZ DOFA			
FORTALEZAS	DEBILIDADES	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1 Producto innovador	El sector Inmobiliario y constructor fuerte y consolidado	Hacer convenios con Bancos, Cajas de compensación y Constructoras que mejoren tramites	Sin respaldo de entidades ajenas pero involucradas en el proceso de compra
2 Experiencia laboral en el segmento por parte de los integrantes del equipo	Poca inversion economica	Aprovechamiento el desconocimiento de los compradores	Segmento desconocido
3 Interes preliminar de los futuros usuarios	Competencia directa de otros segmentos	Consolidar mercado	Podria llegar a ser competencia de Constructoras directamente
4 Creacion de nuevo segmento inmobiliario tradicional	Desconfianza de los usuarios	Obtener recursos estatales	Usuarios no viables de credito, sin capacidad de endeudamiento o pago de cuota inicial
5 Atencion inmediata y personalizada	Poco respaldo de imagen	Convenios de descuentos por compra o referidos	Desconocimiento jurídico

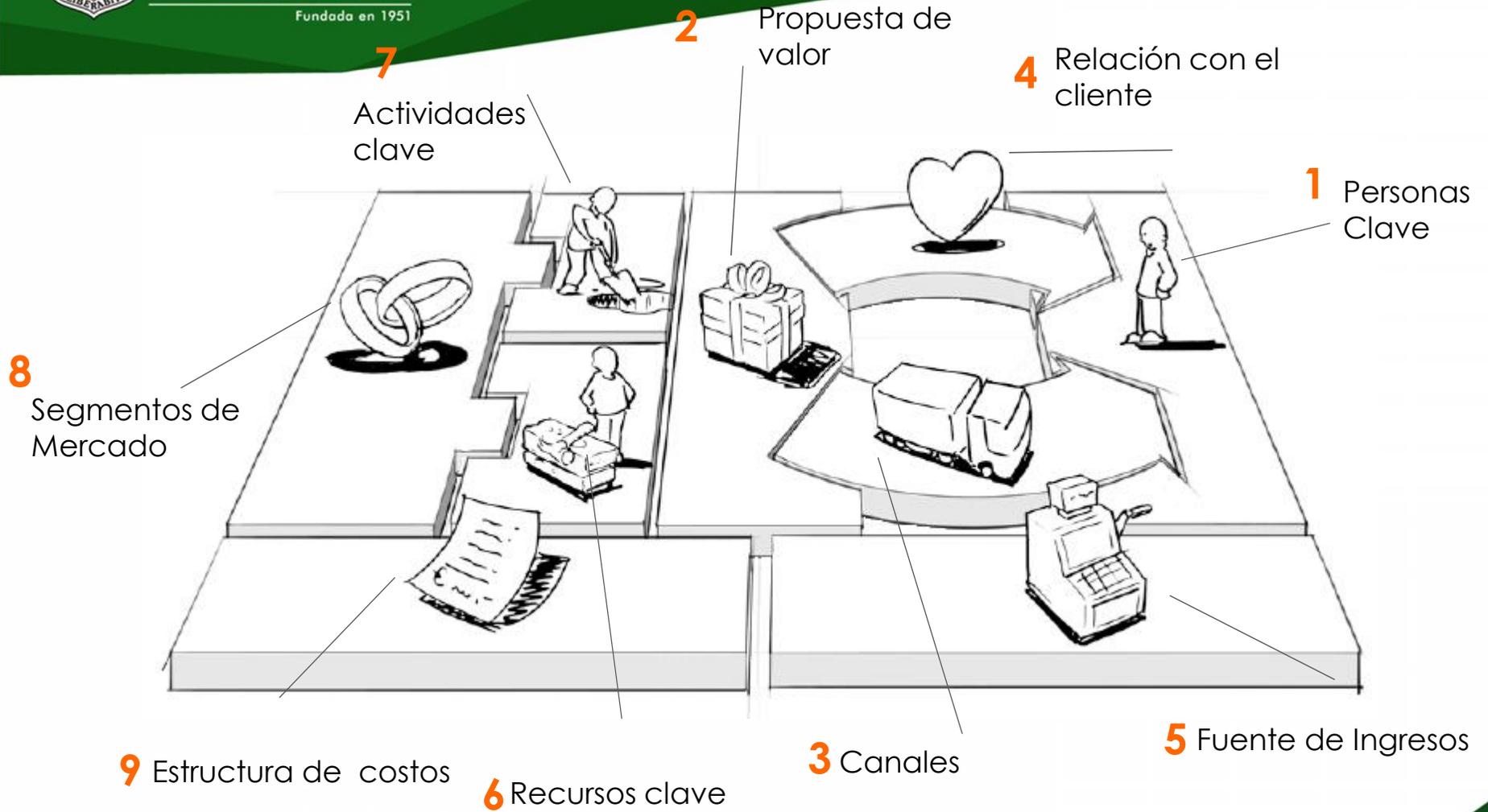
Fuente: Elaboración propia

Presentar el producto a entidades bancarias, cajas de compensación que logre convenios

Ofrecer el producto a Constructoras que logre trabajar con los usuarios antes de cerrar o re direccionar negocios

Presentar el producto a entidades publicas que puedan darle respaldo económico







CAPITULO III VALIDAR EL MODELO DE NEGOCIO

Margen: 10%
Nivel de confianza: 99%
Poblacion: 252

Tamaño de muestra: 100

Ecuacion Estadistica para Proporciones poblacionales

n= Tamaño de la muestra
Z= Nivel de confianza deseado
p= Proporción de la población con la característica deseada (éxito)
q= Proporción de la población sin la característica deseada (fracaso)
e= Nivel de error dispuesto a cometer
N= Tamaño de la población

$$n = \frac{z^2(p \cdot q)}{e^2 + \frac{z^2(p \cdot q)}{N}}$$

1.- Aspectos sobre el servicio

2.- Distribución e información sobre el producto

3.- Puntos débiles

4.- Intención de compra

5.- Comentarios

9. ¿Y su edad?

*10. - Mencione la Constructora que visitaría en primera instancia si estuviese comprando apartamento en Bogotá





CAPITULO IV

Análisis financiero

Descripción	Unidad Medida	Precio de Venta
ASESORÍA INMOBILIARIA EN COMPRA DE INMUEBLES NUEVOS	HORA	\$90.000,00

Descripción	Unidad Medida	Costo Unitario
Mantenimiento de equipos	MES	\$200.000,00
Papelería y gastos legales	MES	\$600.000,00
Profesional asesor	MES	\$3.000.000,00
Renta de Oficina	MES	\$3.000.000,00
Otros profesionales de apoyo	HORAS	\$50.000,00

Ventas proyectadas en pesos para los primeros cinco años

Ventas en Unidades	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ASESORÍA INMOBILIARIA EN COMPRA DE INMUEBLES NUEVOS	5.937	7.124	8.549	10.259	12.311

Fuente: Elaboración propia





Utilidad proyectada a 5 años

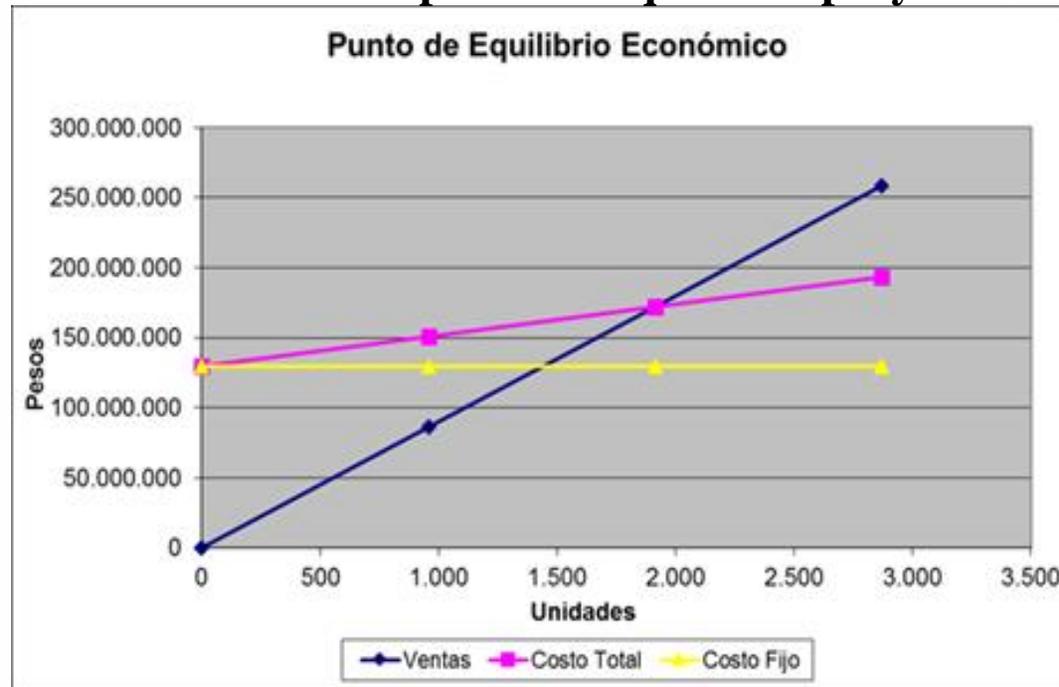
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	534.336.780	641.204.136	769.444.964	923.333.956	1.108.000.748
Costo de Ventas	132.759.654	159.311.585	191.173.902	229.408.682	275.290.419
Utilidad Bruta	401.577.126	481.892.551	578.271.062	693.925.274	832.710.329
Gastos de producción Fijos	102.152.600	122.313.520	146.386.624	175.154.349	209.555.619
Sueldos de Administración	0	30.000.000	30.000.000	60.000.000	60.000.000
Sueldos Comerciales	0	21.600.000	21.600.000	43.200.000	43.200.000
Cargas Sociales	0	24.177.348	24.177.348	48.354.696	48.354.696
Publicidad	24.000.000	28.800.000	34.560.000	41.472.000	49.766.400
Fletes	0	0	0	0	0
Impuestos y tasas	0	0	0	0	0
Varios	2.400.000	2.880.000	3.456.000	4.147.200	4.976.640
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0
Total Otros Gastos	128.552.600	229.770.868	260.179.972	372.328.245	415.853.355
Utilidad Antes de Intereses e Impuestos	273.024.526	252.121.683	318.091.090	321.597.029	416.856.974
Intereses	792.775	14.335	0	0	0
Utilidad Antes de Impuestos	272.231.751	252.107.348	318.091.090	321.597.029	416.856.974
Impuesto a las Ganancias	21.778.540	20.168.588	25.447.287	25.727.762	33.348.558
Utilidad Después de Impuestos	250.453.211	231.938.760	292.643.803	295.869.267	383.508.416

Fuente: Elaboración propia





Grafica punto de equilibrio proyectado



Equilibrio Unidades	1.912
Equilibrio en Pesos	\$172.106.394





Flujo de fondos proyectado a 5 años

Flujo de Fondos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas	495.544.544	633.445.689	760.134.827	912.161.792	1.094.594.151
Egresos por Compras M.P.	132.759.654	147.745.747	188.860.734	226.632.881	271.959.457
Sueldos y Cargas	79.983.956	187.382.868	209.703.972	312.266.645	344.409.035
Otros Gastos de Producción	8.200.000	9.760.000	11.512.000	13.494.400	15.753.280
Otros Gastos de Adm. Y Ventas	26.400.000	31.680.000	38.016.000	45.619.200	54.743.040
Impuesto a las Ganancias		21.778.540	20.168.588	25.447.287	25.727.762
Total Egresos Operativos	247.343.610	398.347.155	468.261.294	623.460.413	712.592.574
Diferencia Operativa	248.200.934	235.098.534	291.873.533	288.701.379	382.001.577
Inversiones	6.690.000				
Flujo Financiero					
Prestamo	15.000.000				
Devolución del Prestamo	-13.257.404	-2.549.706	0	0	0
Total Flujo Financiero	1.742.596	-2.549.706	0	0	0
Diferencia Ingresos - Egresos	243.253.530	232.548.828	291.873.533	288.701.379	382.001.577
Aporte del Emprendedor	0				
Flujo de Fondos	243.253.530	475.802.358	767.675.891	1.056.377.270	1.438.378.847

Fuente: Elaboración propia





APORTES

LA INFORMÁTICA Y EL E-COMERCE

GESTIÓN ADMINISTRATIVA

FUNDAMENTACIÓN INVESTIGATIVA

FINANZAS Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

FILOSOFÍA EMPRESARIAL

ELECTIVA NO DISCIPLINAR: GESTIÓN DE COSTOS Y PRESUPUESTOS

ELECTIVA DISCIPLINAR II: HABILIDADES GERENCIALES

GESTIÓN DE MERCADOS Y CLIENTES

GERENCIA DE PROYECTOS - MICROSOFT PROJECT

FUNDAMENTOS DE ADMINISTRACIÓN, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA Y COMPETITIVIDAD PARA EL CAMBIO

FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA

ELECTIVA DISCIPLINAR I: COACHING EMPRESARIAL

ANÁLISIS, PLANEACIÓN Y GESTIÓN FINANCIERA

ADMINISTRACIÓN DE LA CADENA DE VALOR





UNIVERSIDAD
La Gran Colombia

Fundada en 1951



<https://lauratatianaleguiz.wixsite.com/asesoriainmobiliaria>





CONCLUSIONES

- Este modelo de negocio surge de la cantidad de desistimientos presentados por Constructora Colpatria S.A, y en vista del impacto que este ocasiona en la economía familiar, surge la necesidad de asesorar a los compradores de vivienda nueva en Bogotá en su elección de compra, “constructora, entidad de crédito, beneficios, etc.” y de más aspectos que hagan parte de una compra determinada; el desconociendo de los compradores confirma la necesidad misma de la aplicación del modelo de negocio aquí propuesto.
- Este modelo de negocio no hace parte del segmento inmobiliario, si bien su inventario siempre se tratara de un inmueble, la idea principal es ubicar a los clientes en la mejor compra (Constructora), según su necesidad, poder adquisitivo y capacidad de pago.
- Este modelo de negocio se contemplan las dificultades financieras de los clientes y se ofrecerá el producto acorde a la necesidad de los mismo, relacionado con el mejoramiento de Score, aumento de capacidad de endeudamiento y disminución de deudas que afecten los dos factores antes mencionados.
- Este modelo de negocio será un beneficio adicional a las Constructoras pues se entregará un prospecto de cliente ideal y viable para comprar inmueble, así se disminuirá el porcentaje (%) de negocios desistidos en un periodo de tiempo.
- Este modelo de negocio fue desarrollado bajo el Método Canvas, el cual permitió describir y aplicar los componentes del mismo, entregando como resultado la información más importante del modelo de negocio.

LAURA –DIANA
UNA CADA UNA Y EMPIEZAS TU





CONCLUSIONES

- Una empresa de carácter como esta se creará bajo las normas legales aplicables a las empresas de tipo “SAS – SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADAS” bajo la ley 1258 de 2008.
- El objetivo específico uno (1) fue desarrollado en el capítulo dos (2) de esta investigación, en el cual se identificó que en los últimos años la constitución las empresas relacionadas con las actividades de asesorías y consultorías han aumentado exponencialmente. Por otro lado, en el sector de construcción de vivienda en Bogotá se ha terminado cada año una cantidad considerable de metros cuadrados, siendo aún incapaz de cubrir la demanda en cuestión de vivienda de la creciente población Bogotá.
- El objetivo específico 2 y 3 se desarrollaron en el capítulo tres (3), en el cual se aplicó el Modelo Canvas, Análisis DOFA y la validación del modelo de negocio a través de encuesta directa, lo que deja información importante relacionada con las variables más importantes a tener en cuenta, las estrategias con mayor probabilidad de éxito y la aceptación del producto como idea de negocio viable.





BIBLIOGRAFIA

- CAMACOL. (2016). *Camacol Bogota y Cundinamarca*. Obtenido de <http://ww2.camacolcundinamarca.co/>
- CECARM. (2006). *Uso de Internet y Situación del Comercio Electrónico en el sector Inmobiliario de la Región de Murcia*.
- centrodeinnovacionbbva. (2016). *centrodeinnovacionbbva*. Obtenido de <http://www.centrodeinnovacionbbva.com/>
- CONGRESO DE COLOMBIA. (2016). Ley 1780 de 2016
- EcuRed. (07 de 04 de 2017). *Ecured Conocimiento con todos y para todos*. Obtenido de Ecured Conocimiento con todos y para todos: www.ecured.cu/Enfoque_sistemico
- Empresa, P. y. (07 de 04 de 2017). *psicologia y Empresa*. Obtenido de psicologia y Empresa: sicolgiayempresa.com/las-organizaciones-conceptos.html
- Ministerio de vivienda. (2016). *MINVIVIENDA*. Obtenido de <http://www.minvivienda.gov.co/>
- Naghi Namakforoosh, M. (2000). *Metodología de la investigación*. Editorial Limusa.
- Ortiz Uribe, F. G. (2003). *Diccionario de metodología de la investigación científica*. Editorial Limusa.
- Portafolio . (Octubre de 2015). *¿Por qué la burbuja inmobiliaria se desinfla?* *Portafolio* .
- Psychological, A. A. (2010). *Manual de Publicaciones*. Mexico: El manual Moderno.
- Revista Dinero. (2014). Crecimiento continuo. *Dinero*.
- Revista Dinero. (2016). *¿Por qué las empresas necesitan de la consultoría?* *Dinero*.
- Rodríguez Moguel, E. (2005). *Metodología de la Investigación*. Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Superintendencia de Sociedades. (2015). *SUPERINTENDENCIA DE SOCIEDADES*. Obtenido de <http://www.supersociedades.gov.co/Paginas/default.aspx>

