

Asesoramiento para mejorar las ventas de la vivienda VIS en la inmobiliaria

DAB S.A.S. en Armenia - Quindío

Juan Sebastián Delgado Muñoz¹

Jeisson Fernando Molina Montaña²

Diego Javier Beltrán Torres³

Asesor, Andrés López



Especialización en Gerencia, facultad de ciencias económicas y Empresariales

Universidad La Gran Colombia

Bogotá D.C.

¹ Especialización en gerencia- jdelgadam1@ulagrancolombia.edu.co

² Especialización en gerencia- jeisson.molina@ulagrancolombia.edu.co

³ Especialización en gerencia- dbeltrant2@ulagrancolombia.edu.co

2024

Resumen

El presente artículo tiene como finalidad tratar el mercado del sector inmobiliario, específicamente sobre la vivienda de interés social más conocida en Colombia como vivienda VIS. En el panorama actual se refleja a nivel nacional un desistimiento o un freno de compra en este sector por factores políticos, sociales y económicos. Por lo anterior, el siguiente estudio se ha enfocado en una inmobiliaria de la ciudad de Armenia, llamada DAB S.A.S, la cual tiene una larga trayectoria en el mercado local y se enfrenta a esa problemática de venta de viviendas VIS. En razón de ello, se busca a través de fuentes teóricas de tipo internacional y nacional para entender esta coyuntura a profundidad. De esta forma, se implementó varios tipos de metodologías que ayudan a encontrar aproximaciones más precisas y certeras para un análisis concreto de esta situación de este mercado. Los modelos implementados fueron las matrices DOFA y CANVAS, los cuales ayudan a hacer un análisis cualitativo de la empresa para encontrar sus puntos fuertes y débiles. Por otro lado, la metodología de las encuestas permitió hacer una recopilación valiosa de información en la que se preguntaba tanto a clientes y trabajadores de la Inmobiliaria sus opiniones, dudas y sugerencias sobre el mercado VIS. Claramente este fue un enfoque cuantitativo. Finalmente, el objetivo de este proceso es analizar los resultados que permiten desarrollar observaciones y recomendaciones para un asesoramiento de mejora de capacitación del personal y planes financieros sobre este mercado, así poder atraer a más clientes para una consolidación exitosa de la compra de estas viviendas.

Palabras clave: *Vivienda de interés social, desistimiento, inmobiliaria, encuestas, asesoramiento*

Abstract

The purpose of this article is to deal with the real estate market, specifically with social housing , better known in Colombia as VIS housing. In the current scenario is reflected at national level a desistance or a brake of purchase in this sector by various political, social and economic factors. Therefore, the following study has focused on a real estate company in the city of Armenia, called DAB S.A.S, which has a long history in the local market and faces the problem of selling VIS housing. For this reason, it is based on international and national theoretical sources to understand this situation in depth. In accordance with the last-mentioned, several types of methodologies helped to find more accurate approaches for a concrete analysis of this market situation. The models that were implemented the SWOT and CANVAS matrices, which help to make a qualitative analysis of the company to find its strengths and weaknesses. On the other hand, the survey methodology allowed for a valuable collection of information in which both clients and employees of the real estate company were asked their opinions, doubts and suggestions about the housing social market. Clearly this was a quantitative approach. Finally, the objective of this process is based in an analyze of the results that allow us to develop observations and recommendations to improve staff training and financial plans for this market, in order to attract more clients for a successful consolidation of the purchase of these homes.

Keywords: *Social housing, dismissal, real state agency, surveys, council*

**Asesoramiento para mejorar las ventas de la vivienda VIS en la inmobiliaria
DAB S.A.S. en Armenia - Quindío**

De acuerdo al Departamento Administrativo Nacional de Estadística en Colombia la construcción es de los sectores que más aporta en el Precio Interno Bruto (PIB), para el año 2022 presentó el 4.59% y para el año 2023 fue del 4.47% (DANE, 2023), razón por la cual, este sector ha aumentado su importancia frente a otros sectores en los últimos años debido a ser impulsor de crecimiento y desarrollo en la economía colombiana. La contribución a nivel de construcción de vivienda al PIB se ve reflejada en generación de empleo, inversión de infraestructura y estímulo del consumo de materiales, equipos y servicios.

Es meritorio registrar que, la adquisición de vivienda se considera en Colombia como un derecho fundamental según lo establecido principalmente en el título II de la Constitución Política de Colombia de 1991, el artículo 51 establece lo siguiente:

Todos los colombianos tienen derecho a la vivienda digna. El Estado fijará las condiciones necesarias para hacer efectivo este derecho y promoverá planes de vivienda de interés social, sistemas adecuados de financiación a largo plazo y formas asociativas de ejecución de estos programas de vivienda.

Ahora bien, resulta importante mencionar la ley 3 de 1984 conocida como ley de subsidio familiar de vivienda, esta estableció el Sistema de Vivienda de Interés Social (VIS) con el objetivo de facilitar el acceso a vivienda a familias de bajos ingresos en el país.

De acuerdo a lo anterior, la adquisición de vivienda de interés social se ha convertido en un mercado dinámico para diferentes empresas en el territorio colombiano fundamentada en la misma necesidad de las personas en acceder a una vivienda digna. La oportunidad de negocio se enmarca en el conocimiento de la legislación colombiana y las políticas gubernamentales enmarcada en variables como lo son: programas de vivienda de interés social (VIS), subsidios de vivienda, accesos a créditos y financiamiento, y la evolución de las políticas.

No obstante, la Cámara colombiana de construcción registró en el año 2023 en el territorio colombiano una contracción del 44.9% en ventas de vivienda en contraste con el periodo inmediatamente anterior, de este porcentaje en total el 49.7% corresponden a viviendas de interés social (VIS) (Camacol, 2024). Asimismo, la misma organización registró entre el periodo comprendido de enero y octubre de 2023, las 97.000 viviendas nuevas que se dejaron de vender, 77.000 corresponden a viviendas VIS, igualmente, para el mismo periodo los desistimientos de compra de este tipo de vivienda fueron de 26.000 del total de 33.000 efectuados, presentado una cifra de crecimiento del 128% de desistimiento para el segmento VIS.

En la particularidad de la ciudad de Armenia, según el Observatorio Técnico Catastral (2019) realizó el informe del análisis del mercado inmobiliario en el periodo comprendido entre 2019 y 2022 en el cual se destacan las siguientes cifras, en primer lugar, en promedio 1.810 unidades inician su construcción por año, sin embargo, esta cifra entre enero y noviembre de 2022 se incrementó en 2.396 inmuebles, en segundo lugar, el 54% de las construcciones son viviendas VIS, el 46% corresponde a vivienda NO VIS, en tercer lugar, en el periodo de 2018 a 2022 se vendieron en promedio 3.387 unidades, de estas el

60% corresponden al sector de interés social y el 40% restante vivienda NO VIS, sin embargo, entre enero y noviembre de 2022 se comercializaron 2.417 unidades prediales, lo cual ha presentado una reducción del 30% con el mismo periodo del año 2021.

El presente documento se encuentra encaminado en identificar las causas generadas durante el 2020 y 2023 que incidieron en la deserción de los posibles clientes de compra de vivienda VIS en las empresas inmobiliarias y para este caso en particular hacia la empresa DAB S.A.S., en la ciudad Armenia, Quindío, fundada en 2007, brinda servicios de consultoría y herramientas tecnológicas para vender o rentar propiedades.

Para la presente investigación, el objetivo general está enfocado en el asesoramiento a la empresa inmobiliaria DAB S.A.S en el mercado de vivienda social y por consiguiente impulsar su desarrollo con fundamentos administrativos como guía para lograr una buena eficiencia en dicho sector.

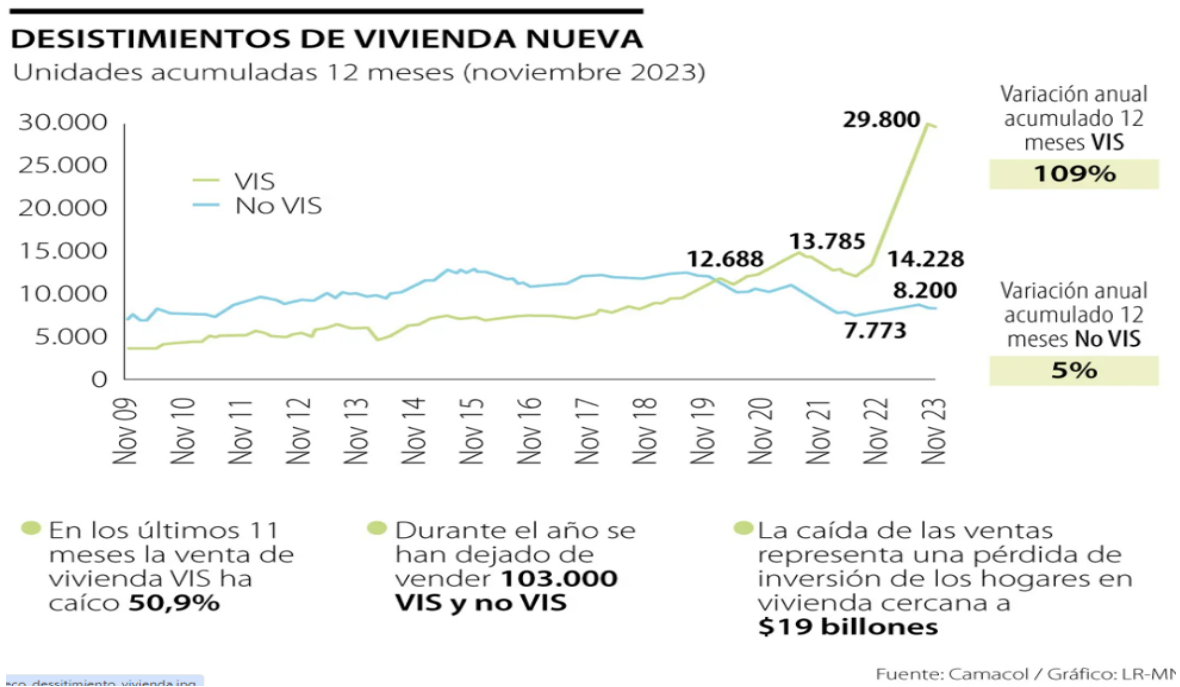
En razón a lo anterior, se busca evaluar las características más importantes de la empresa inmobiliaria D.A.B. S.A.S a través de la matriz DOFA. También realizar el análisis de negocio por medio de la tecnología Bussiness Model Canvas y por último aplicar una encuesta a los clientes y los empleados pertenecientes a dicha inmobiliaria.

Por lo anterior, se tomarán fuentes oficiales tales como el periódico La República, el cual menciona las ventas de vivienda VIS en el año 2023 han presentado un incremento de desistimiento en su compra de 14.228 unidades a 29.800 unidades, es decir se ha presentado un aumento porcentual del 109%, adicionalmente, se han presentado contracciones del 50.9% en las ventas de este tipo de viviendas en el mismo periodo evaluado (La República, 2023).

Ahora bien, las anteriores estadísticas son representadas en la **Figura 1**.

Figura 1

Desistimientos de vivienda VIS y NO VIS, periodos de noviembre de 2009 a noviembre de 2023.



Nota: Tomado de periódico La República, 2023. (<https://www.larepublica.co/economia/se-completo-una-caida-de-50-9-en-las-ventas-de-vivienda-vis-en-2023-3767789>)

De acuerdo a la figura 1 se puede denotar que, durante noviembre de 2009 a noviembre de 2022 se presentó un comportamiento creciente lineal con pequeños picos que desaceleraron el desistimiento de compra de vivienda nueva VIS, sin embargo, de noviembre de 2022 a noviembre de 2023 se presentó un crecimiento exponencial, según el periódico La República y de acuerdo a una muestra representativa de 1.929 proyectos se debe

principalmente a Mi Casa Ya (31%), temas relacionados con el crédito (25%) y razones relacionadas con el proyecto (16%) (La República, 2023).

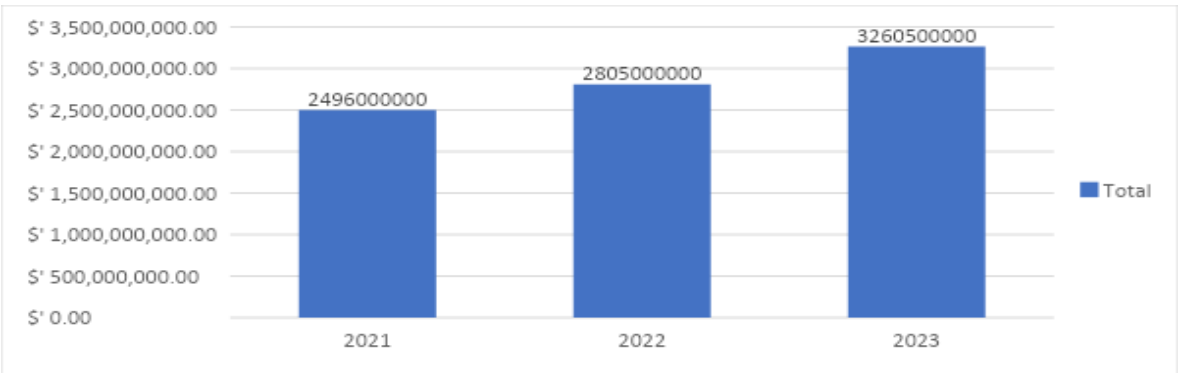
En el territorio colombiano, el precio de la vivienda de interés social (VIS) es directamente proporcional al salario mínimo legal vigente según el año de adquisición o adjudicación, así, el artículo 85 de la ley 1995 de 2019 establece lo siguiente:

De conformidad con lo previsto en el artículo 91 de la Ley 388 de 1997, la vivienda de interés social es aquella que se desarrolla para garantizar el derecho a la vivienda de los hogares de menores ingresos, que cumple con los estándares de calidad en diseño urbanístico, arquitectónico y de construcción sostenible, y cuyo valor no exceda ciento treinta y cinco salarios mínimos mensuales legales vigentes (135 SMMLV). Excepcionalmente, para las aglomeraciones urbanas definidas por el CONPES y cuya población supere un millón (1.000.000) de habitantes, el Gobierno nacional podrá establecer como precio máximo de la vivienda de interés social la suma de ciento cincuenta salarios mínimos mensuales legales vigentes (150 SMMLV). Para el caso de los municipios que hacen parte de dichas aglomeraciones, el valor aplicará únicamente para aquellos en que el Gobierno nacional demuestre presiones en el valor del suelo, que generan dificultades en la provisión de vivienda de interés social. El valor máximo de la Vivienda de Interés Prioritario, será de noventa salarios mínimos mensuales legales vigentes (90 SMMLV)

Para el caso particular de la empresa inmobiliaria DAB S.A.S., de acuerdo a los registros se presenta en la **Figura 2** las ventas realizadas en la ciudad de Armenia en los años 2021, 2022 y 2023:

Figura 2

Valor acumulado en ventas por DAB S.A.S., periodos de 2021, 2022 y 2023.

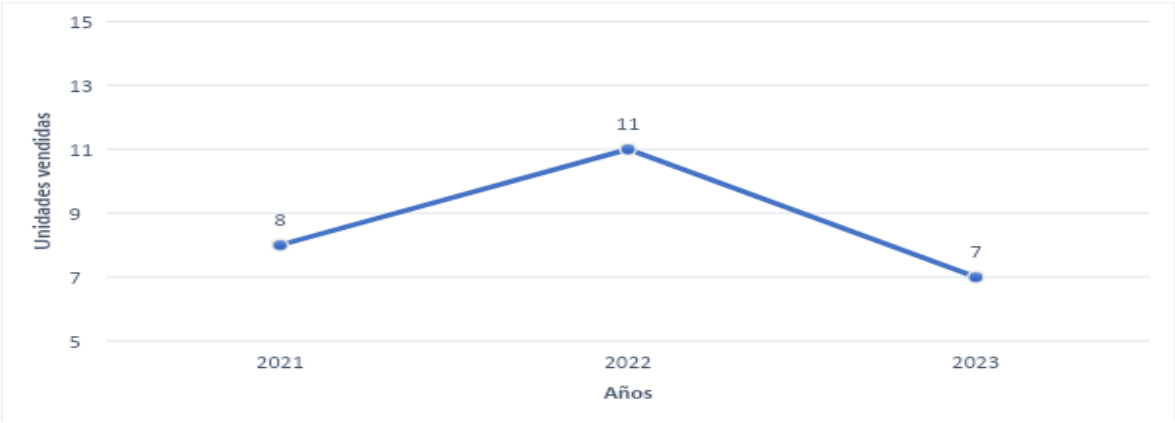


Elaboración propia.

Si bien es cierto que, se ha presentado un aumento del valor acumulado de las ventas realizadas en el año 2023 en contraste con los años 2021 y 2022, resulta importar denotar que, la cantidad de unidades ha presentado un déficit, esto se puede constatar en la

Figura 3

Unidades prediales vendidas por DAB S.A.S., periodos de 2021, 2022 y 2023.



Elaboración propia.

De acuerdo a la figura 3, se puede apreciar que las ventas de la inmobiliaria DAB S.A.S., en el año 2023 presentaron un decrecimiento del 63.6%. En línea de lo anterior, se presenta la figura 4 de acuerdo al valor de venta de los predios vendidos.

Figura 4

Precio de predios vendidos por DAB S.A.S., periodos de 2021, 2022 y 2023.

PRECIO PREDIO		2021	2022	2023	TOTAL, GENERAL
\$	81.000.000,00		1		1
\$	85.000.000,00			1	1
\$	100.000.000,00		1		1
\$	120.000.000,00		1		1
\$	145.000.000,00	4			4
\$	150.000.000,00			1	1
\$	165.500.000,00			1	1
\$	170.000.000,00		1		1
\$	175.000.000,00	1			1
\$	188.000.000,00	1			1

PRECIO PREDIO	2021	2022	2023	TOTAL, GENERAL
\$ 220.000.000,00			1	1
\$ 240.000.000,00			1	1
\$ 245.000.000,00		1		1
\$ 250.000.000,00		1		1
\$ 256.000.000,00		1		1
\$ 270.000.000,00		1		1
\$ 310.000.000,00		1		1
\$ 368.000.000,00		1		1
\$ 500.000.000,00			1	1
\$ 635.000.000,00		1		1
\$ 670.000.000,00	1			1
\$ 883.000.000,00	1			1
\$ 1.900.000.000,00			1	1
Total, general	8	11	7	26

Elaboración propia.

De acuerdo a la Figura 4 se puede inferir que, de los 26 predios vendidos 5 corresponden a valor tope VIS, ahora bien y como es registrado en la Figura 5 se presenta el valor de vivienda VIS de acuerdo a los años 2021, 2022 y 2023.

Figura 5

Cantidad de viviendas vendidas por DAB S.A.S. tope VIS, periodos de 2021, 2022 y 2023.

AÑO	SMMLV	FACTOR	VALOR VIS	Ventas VIS
		MULTIPLICADOR		
2021	\$ 908.526,00	135	\$ 122.651.010,00	0
2022	\$ 1.000.000,00	135	\$ 135.000.000,00	3
2023	\$ 1.160.000,00	135	\$ 156.600.000,00	2

Elaboración propia

Claramente se puede concluir que la empresa DAB S.A.S a pesar de tener entre sus objetivos estratégicos la venta de vivienda VIS, este tipo de mercado solamente evidenció una venta de 5 predios de los 26 predios vendidos entre los años 2021 y 2023, es decir el 19.23%, sumado a la contracción del mercado en la venta de este tipo de unidades habitacionales a nivel nacional.

MARCO TEÓRICO

Desistimiento

Este término es comúnmente usado en el ámbito inmobiliario y se entendería precisamente como el resultado de una variedad de factores, tales como económicos, confianza del consumidor, cambios personales y condiciones financieras. Las causas más frecuentes radican en la voluntad del cliente quien desiste por varias razones de tipo económico al no poder tener suficientes recursos a la hora demostrarlo o por pérdida de su actividad laboral. Sumando a ello la falta de legalización de las ventas de parte de las inmobiliarias (Mesa & Sarmiento, 2023).

Este fenómeno suele observarse tanto a nivel internacional como nacional debido a las diferentes dinámicas de la economía mundial y local, las cuales impactan en el poder adquisitivo de las personas para comprar una vivienda como es registrado por Campbell & Cocco (2007.p.1):

La volatilidad de los precios de la vivienda, tanto a nivel local como nacional, es un factor significativo que puede generar alarma en los compradores, dificultando la decisión de continuar con la idea de ser propietarios de un inmueble propio.

En el sector nacional colombiano, el freno en la compra de viviendas en el año 2023, anunciado por el Presidente de Camacol en una entrevista a un medio de comunicación que informó Semana (2023.p.1):

Se debió a la suspensión de los desembolsos de subsidios como Mi Casa Ya. Esto impactó directamente en los colombianos que deseaban adquirir una vivienda, ya sea de interés social o no, y muchos desistieron de su compra, generando efectos de baja en este mercado.

En vista a lo anterior se busca comprender dicha problemática nacional y local que afecta a la ciudad de Armenia.

Teorías de incentivo para la compra de vivienda VIS

Es aquí que los modelos tecnológicos de análisis de datos pueden ayudar muchos a cuantificar las variables otorgando más precisión a la hora de decidir sobre los proyectos de esta envergadura. Un ejemplo claro de otro sistema que tuvo buenas aceptaciones a la hora de analizar datos del mercado inmobiliario es el sistema llamado Statihouse® que utiliza grandes cantidades de datos de Internet, que incluye ciencia de datos y aplicaciones web

para caracterizar estadísticamente propiedades en venta y predecir sus ofertas en un rango de tiempo real. Lo cual permite el uso de grandes cantidades de datos de manera eficiente. (Pérez Rave, 2019).

En consecuencia a lo anterior se busca complementar con dos matrices DOFA y CANVAS para un análisis acertado respecto al mejoramiento de las empresas inmobiliarias en sus respectivas áreas. Como el de inmobiliaria Unisa, la cual se analizó con la matriz DOFA que dio recomendaciones sobre el ámbito de marketing digital como lo indica Carvajal (2023) sobre la identificación de necesidades internas y externas de la Empresa. Posteriormente se elaboran o diseñaron estrategias que se ajustaran a las necesidades digitales de la organización, para finalmente establecer un plan de acción y así presupuestos pertinentes para llevar a cabo las estrategias digitales.

Otro caso es en una inmobiliaria de Chile, donde se aplicó el modelo CANVAS y para segmentar la población evidenciando que “ el 71% prefiere vivir en casa que en departamento. La preferencia más alta por departamentos está dentro del grupo de los Millennials, mientras que el 98% del segmento etario por sobre 45 años prefiere vivir en casa”(Sanchez, 2019.p.22). Este análisis es de vital importancia ya que el estudio a la población orienta a un análisis específico sobre el comportamiento de los diversos tipos de consumidores que podrían ser potenciales compradores de propiedades.

Todos estos referentes promueven analizar y crear estrategias que permitirán impulsar la venta de la vivienda VIS por parte de la inmobiliaria DAB S.A.S y frenar el actual desistimiento. Lo cual daría mejor optimización de servicios y ganancias logrando posicionarse como una empresa ejemplo a seguir a nivel regional y nacional.

Por último, se toma un referente de estudios cuantitativos, para obtener una información más precisa a la hora de elaborar encuestas que serán dirigidas a este sector inmobiliario. En este sentido la investigadora española Abascal (2005), establece el muestreo aleatorio simple como un procedimiento el cual está basado en determinar una muestra (n) de una población de tamaño (N) de forma aleatoria, es decir, el proceso es de azar, sin embargo, es relevante disponer de información en relación a la población para lograr una buena compilación de datos.

Todos estos referentes promueven analizar y crear estrategias que permitirán impulsar la venta de la vivienda VIS por parte de la inmobiliaria DAB S.A.S y frenar el actual desistimiento. Lo cual daría mejor optimización de servicios y ganancias logrando posicionarse como una empresa ejemplo a seguir a nivel regional y nacional.

Estado del arte

Internacional

En su investigación de un modelo de gestión comercial para aumentar las ventas en viviendas de interés público de la constructora Arq. Jaime Amancha ubicada en Ecuador, de esta forma la investigación se desarrolló aplicando tres métodos propuestos por Amancha (2020):

En línea de lo anterior y para aplicar la metodología de gestión comercial fue necesario la realización de tres (3) fases: Análisis estratégico para evaluar los factores internos y externos a través de la matriz DOFA. Estudio del negocio a través de la metodología Business Model Canvas. Desarrollo de estrategia comercial a través de un diseño manual de marca, estrategia digital de comunicación e indicadores de control.

Finalmente, el modelo de gestión comercial desarrollado en la investigación fue sujeto a validación de expertos para verificar el cumplimiento del objetivo del caso de estudio.

En Guayaquil se realizó una metodología de análisis basada en encuestas y entrevistas permitieron arrojar diferentes resultados, uno de los instrumentos usados fue una encuesta de diez preguntas sobre el tipo de preferencia de urbanización que les gustaría vivir y el nivel adquisitivo para tomar decisiones, de esta forma Arena & Pastrana (2019.p.7) registra lo siguiente:

La primera hizo relación del tipo de vivienda donde habita; la segunda buscó enfocarse si le gustaría vivir en una urbanización privada; la tercera si considera que la variable principal a la hora de adquirir una vivienda es el precio.

Claramente este método permite resultados de tipo cuantitativo en los que la población fue medida de acuerdo a sus necesidades y decisiones a la hora de adquirir un nuevo hogar.

En esta tercera investigación realizada en la escuela de negocios de indonesia se implementó el modelo Canvas en el mercado de inmuebles, que registró lo siguiente “nueve elementos mediante entrevistas directas con personas clave de la empresa, observaciones grupos de discusión y cuestionarios. Estos elementos están correlacionados y proporcionan una ilustración o descripción de la situación actual de la empresa” (Akbar et al, 2019.p.3).

Este análisis de diversos métodos proporcionó una observación detallada de la empresa que fue nutrido con varias fuentes de referentes de investigación lo que permitió

establecer los puntos de declive de la empresa y al mismo tiempo recomendaciones estratégicas para la segmentación de clientes.

Nacional

En la investigación denominada “Construcción de VIS y VIP en Colombia: ventajas o desventajas de la financiación para las constructoras inmobiliarias: Estudio de Caso Constructora Calcamar Ltda” (Bueno, 2023.p.1), se destaca la importancia de identificar las ventajas y desventajas que enfrentan las constructoras al desarrollar proyectos de vivienda social . Se evidencia que la financiación inmobiliaria pierde el propósito principal de promover y fortalecer la construcción de dichos proyectos, exponiendo a las constructoras a riesgos financieros significativos. Además, se señala, que el buen crecimiento de la industria de la construcción y el apoyo gubernamental a la vivienda pública se han visto socavados, lo que genera incertidumbre tanto para el sector como para las familias beneficiarias de estos programas. Esta información es crucial para comprender los desafíos y oportunidades en el desarrollo de proyectos de vivienda social en Colombia y para tomar decisiones informadas sobre el ámbito de la construcción inmobiliaria.

En este referente se realizó un proceso de investigación de análisis de datos en un formato de encuesta que permitió una rectificación y sinterización de datos de la Inmobiliaria Independiente respecto a los inmuebles generalmente ofertados y la población de clientes. Este tipo de herramienta es Google forms , la cual permitió la elaboración de 37 encuestas dirigidas a los clientes arrojando porcentajes claros de los rangos de edad entre una población de 18 a 51 años según sus necesidades (Valderrama & Mendez, 2022)

Por lo anterior se pudo establecer lo siguiente “Los clientes necesitan conocer los detalles y las características que posee la o las propiedades en las que están interesados” y “Los clientes necesitan una asesoría inmobiliaria personalizada, pues se sienten más cómodos y mejor atendidos” (Valderrama & Mendez, 2022.p.41). Por ende, este tipo de procedimientos son útiles para obtener información precisa y actualizada de los requerimientos del mercado y de que tipo de población es consumidora

Por otro lado, se toma de una fuente “ la herramienta financiera que permita la decisión, identificando oportunidades en el sector inmobiliario que se ajusten a las recomendaciones y/o resultados que ella arroje, modelando las diferentes alternativas existentes en el mercado mediante”, (Niño & Arenas, 2019, p. 6). Esta proporciona a la población información comprensible sobre los costos del préstamo, especialmente en el contexto del crecimiento poblacional y la demanda de vivienda en Bogotá, donde se refleja una escasez de terrenos y el aumento de precios como factores relevantes. Un aspecto significativo es la posibilidad de atraer nuevos compradores, como personas que viven en arriendo, al permitirles comparar el costo de su arrendamiento con las opciones de financiamiento para la adquisición de una vivienda propia. Su aplicación arroja “opciones de financiación para compra de vivienda en Bogotá en el año 2019 para hogares con ingreso entre 2 y 6 smmlv ” (Niño & Arenas, 2019, p. 6).

Metodología

El objetivo de esta metodología es analizar el desistimiento de la vivienda VIS que afecta a la inmobiliaria D.A.B S.A.S. Por lo cual, se emplea una metodología mixta que se

aplicará una combinación de métodos cuantitativos y cualitativos, proporcionando una visión amplia que permita evaluar las condiciones actuales del mercado de la vivienda VIS. Por lo tanto se pretende tomar dos perspectivas principales la primera de los consumidores o “clientes”. La segunda la de la inmobiliaria en cuestión con toda su planta organizacional “con todos sus empleados”.

Iniciando por la parte cuantitativa, está enfocado en un “muestreo aleatorio simple”, así se logra la recopilación de información de una manera más tangible y numérica de los datos. Estas serán obtenidas a través de encuestas, permitiendo cuantificar las preferencias de una población determinada de la ciudad de Armenia. La primera de clientes y sus circunstancias que influencia su decisión para comprar. De la misma manera se realizará a los empleados quienes manifestaran sus capacidades y opiniones frente a esta temática. Por otro lado, las matrices DOFA y CANVAS tienen un enfoque claramente cualitativo, que busca un análisis profundo de las condiciones internas y externas que atraviesa la inmobiliaria actualmente para mostrar sus amenazas y fortalezas frente al desistimiento de este mercado de vivienda pública.

El segundo tipo de muestreo será a conveniencia y de tipo cualitativo, en razón de ser una metodología simple y económica. Por lo tanto, este se realizará mediante una técnica probabilística para seleccionar a los participantes de la encuesta que serán clientes y trabajadores. Evidentemente garantizara a cada individuo dentro del grupo de estudio que tenga una oportunidad de ser elegido en las mismas condiciones de igualdad que los otros, así se permitirá que exista una reducción del sesgo y que los resultados sean generalizables a toda la población de interés como clientes y trabajadores de la inmobiliaria (Arevalo & Pastrana, 2019) . Por otro lado, se continuará con el mismo muestreo pero este será a juicio

y cualitativo, en razón de las matrices DOFA Y CANVAS que serán implementadas, allí se selecciona el personal específico que pueda ofrecer la información necesaria de las operaciones de la inmobiliaria, para así lograr un análisis detallado (Amancha, 2020) .

Concorde con lo anterior las fuentes serán primarias, los instrumentos en utilizar serán tres. El primero consiste en un formato de encuesta de tipo cuantitativo con 2 formatos de google form para 2 tipos de población con un total de 15 preguntas que serán de opción múltiple con una única respuesta, permitiendo así un resultado de tipo numérico. La segunda será una matriz DOFA de tipo cualitativo que será realizada con la información que dará la empresa de sus distintas áreas, permitiendo un análisis de tipo subjetivo para exponer las falencias y ventajas que tiene la empresa. El tercero será la matriz CANVA la cual será ejecutada de forma similar que la matriz DOFA.

A partir de la implementación de la matriz DOFA según la Figura 6 como lo indica el primer objetivo, se pudo determinar que la empresa DAB SAS destaca la relevancia de su marca reconocida en el territorio cafetero, su red de agentes altamente capacitados y la experiencia consolidada en el mercado como fortalezas clave. Estos elementos les brindan una posición sólida para aprovechar oportunidades como el crecimiento continuo del mercado inmobiliario, la adopción de avances El enfoque cualitativo de la metodología Canvas de la entidad Century 21 sede DAB SAS se centra en comprender a profundidad las necesidades, expectativas y experiencias de sus diferentes segmentos de clientes, como los compradores de bienes raíces residenciales, vendedores de propiedades, inversionistas y personas en busca de alquileres tecnológicos para mejorar la gestión de propiedades, la expansión a mercados internacionales y la creciente demanda de propiedades sostenibles. Sin embargo, deben abordar desafíos como la dependencia excesiva de la economía local, las

limitaciones tecnológicas, la fuerte competencia y la exigencia de diversificar servicios para mitigar posibles debilidades y enfrentar amenazas como cambios legislativos, fluctuaciones económicas, riesgos naturales y la saturación del mercado en ciertas áreas geográficas.

Figura 6

Matriz DOFA empresa DAB S.A.S



Elaboración propia

Este análisis cualitativo proporciona una visión detallada de cómo la organización DAB SAS puede capitalizar sus fortalezas y oportunidades, mientras gestiona eficazmente sus debilidades y amenazas para mantener su competitividad y crecimiento sostenible en el sector inmobiliario.

Basándonos en ello, el segundo objetivo se nombra la metodología Business Canvas registrada en la Figura 7 aplicada bajo un enfoque cualitativo en la entidad Century 21 sede DAB SAS ubicada en la urbe de Armenia Quindío, se centra en comprender a profundidad las necesidades, expectativas y experiencias de sus diferentes segmentos de clientes, como los compradores de bienes raíces residenciales, vendedores de propiedades, inversionistas y personas en búsqueda de alquileres.

Nos centramos en las debilidades según DOFA para dar mejor visibilidad del planteamiento del problema partimos de la dependencia de subsidios gubernamentales donde La inmobiliaria puede depender en gran medida de los subsidios y programas gubernamentales para impulsar las ventas de viviendas VIS. Esto podría ser una debilidad si los cambios en las políticas gubernamentales afectan la disponibilidad o los términos de estos subsidios.

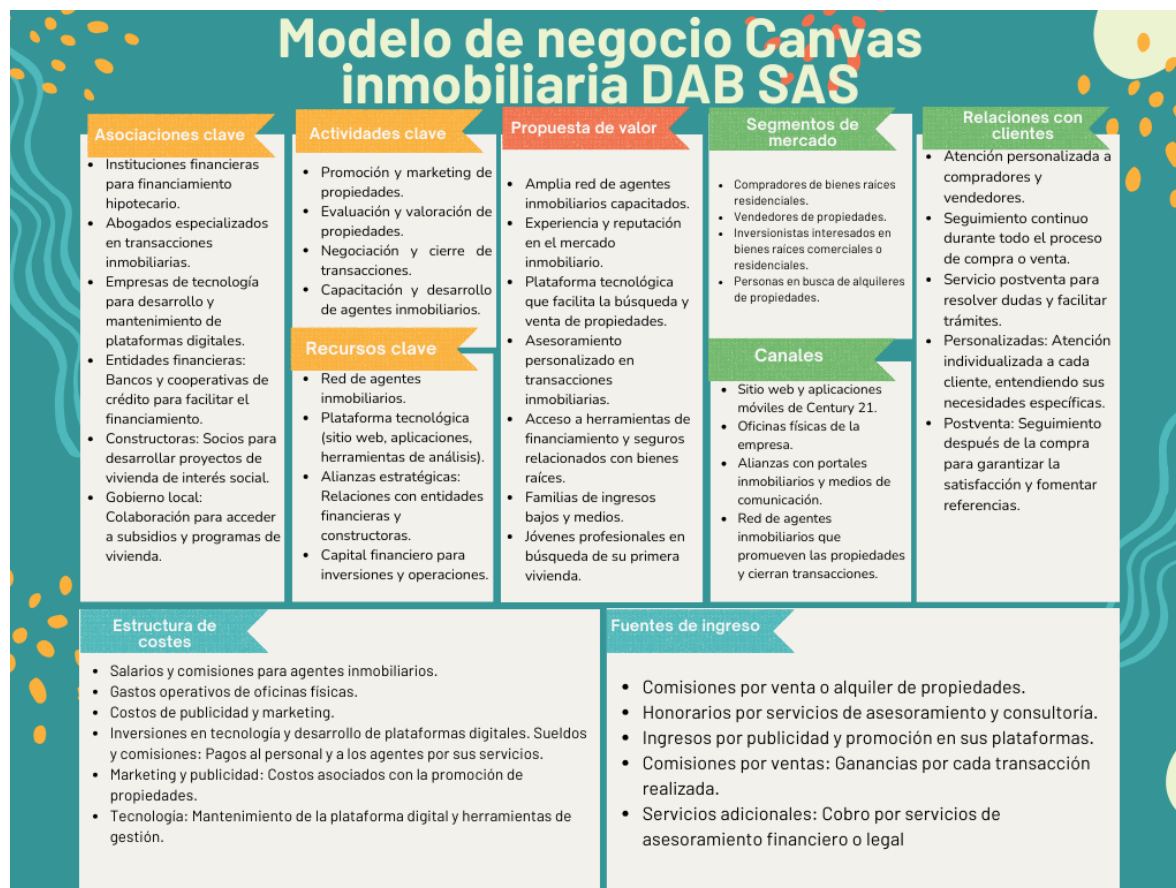
La competencia con programas gubernamentales es directa con programas gubernamentales de vivienda de interés social podría representar una debilidad. Estos programas suelen ofrecer opciones más económicas y pueden tener un alcance más amplio, lo que dificulta la diferenciación y la captación de clientes por parte de la inmobiliaria.

Para la sensibilidad económica la demanda de viviendas de interés social puede ser altamente sensible a los ciclos económicos y a las condiciones del mercado. Una

desaceleración económica podría reducir la capacidad adquisitiva de los compradores y afectar negativamente las ventas.

Figura 7

Matriz CANVAS empresa DAB S.A.S



Elaboración propia.

Esta metodología busca analizar detalladamente la respuesta de valor ofrecida, que incluye una amplia red de agentes inmobiliarios capacitados, experiencia y reputación en el mercado, una plataforma tecnológica avanzada y asesoramiento personalizado, además se centra en los canales de distribución, como el sitio web, aplicaciones móviles, oficinas físicas y alianzas estratégicas, relaciones con los clientes son esenciales brindando atención personalizada, seguimiento continuo y servicio postventa, las fuentes de ingresos y recursos clave se identifican para sustentar el modelo de negocio, mientras que las actividades clave y aliados estratégicos se definen para garantizar operaciones efectivas y eficientes, por último se considera la estructura de costos, que abarca salarios, gastos operativos, inversión en

tecnología y marketing, todo con el objetivo de mejorar la rentabilidad y el desempeño de la entidad en el mercado inmobiliario

La encuesta utilizó el método probabilístico de selección de muestra más conocido como “muestreo aleatorio simple” ya mencionado anteriormente de forma general. Así se eligió una población disponible y fácil de medir, por ende los clientes y trabajadores de la inmobiliaria D.A.B S.A.S del departamento del Quindío ubicada en la ciudad de Armenia en el barrio Granada, entre edades de 18 y 55 años. Por ello se aplicará la siguiente formula tomada de un segmento de población que serán los empleados y clientes de la compañía.

$$\bullet \quad n = \frac{N * Z^2 * P * Q}{(n-1) * E^2 + Z^2 * P * Q}$$

- n = es el tamaño de la muestra necesario.
- N = es el tamaño de la población = 14
- Z = coeficiente de confiabilidad = 1.645
- P = proporción estimada de la población que tiene la característica que se está estudiando = 0.5
- E = margen de error deseado = 0.10

$$\bullet \quad n = \frac{14 * 0.5 * 0.5 * 1.645^2}{(14-1) * 0.10^2 + 1.645^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$\bullet \quad \frac{9.47}{0.13+0.677} = 12 \square\square\square\square\square\square\square\square$$

Reflexión

La inmobiliaria D.A.B S.A.S es percibida bajo estos tres tipos de instrumentos de Matriz FODA, CANVA y encuestas, para lograr dar un diagnóstico apropiado frente al desistimiento del sector de la vivienda de interés social.

Después de analizar detenidamente las metodologías Canvas y FODA aplicadas a Century 21 sede DAB SAS en Armenia, Quindío, se puede concluir lo siguiente:

La empresa cuenta con una serie de fortalezas significativas, como su reconocida marca a nivel global, una red extensa de agentes inmobiliarios capacitados, una experiencia consolidada en el mercado y acceso a recursos financieros para inversiones estratégicas. Estas fortalezas les brindan una base sólida para competir en el mercado inmobiliario local e internacional.

Además, las oportunidades identificadas, como el crecimiento continuo del mercado inmobiliario, los progresos en tecnología y la necesidad creciente de propiedades sostenibles, ofrecen un terreno fértil para el crecimiento y la expansión de la empresa.

Sin embargo, es importante abordar las debilidades y amenazas identificadas. Las debilidades, como la dependencia excesiva de la economía local y las limitaciones tecnológicas, requieren acciones para diversificar los servicios ofrecidos y mejorar la infraestructura tecnológica. Por otro lado, las amenazas, como los cambios en la legislación inmobiliaria y las fluctuaciones económicas, subrayan la necesidad de una gestión cuidadosa del riesgo y una adaptación ágil a los cambios del entorno.

En términos de estrategia, Century 21 sede DAB SAS puede aprovechar sus fortalezas para capitalizar las oportunidades identificadas, al mismo tiempo que aborda proactivamente sus debilidades y minimiza las amenazas. Esto puede lograrse mediante la ampliación de su

alcance en el mercado global, la inversión en tecnología con el fin de obtener eficiencia y una oferta de servicios diferenciados para satisfacer las demandas cambiantes de los clientes.

Las encuestas permitieron arrojar resultados interesantes en los cuales reflejan dos sectores de población que juegan un papel importante en la venta de vivienda de este sector. Primero, los clientes suelen ser una población joven con ingresos que inferiores o levemente superiores a un salario mínimo, los cuales buscan más las opciones de este tipo de vivienda, pero se refleja a la vez su falta de conocimiento para su adquisición y de asesoramiento de la inmobiliaria respecto a temas financieros que permitan adquirirla. Por otro lado el personal de D.A.B S.A.S cuenta con la capacidad una buena capacidad de manejo tecnológico de los programas o apps del sector, pero carece de información y capacitación para atender los clientes que buscan las viviendas VIS, claramente se mostraron a favor de reforzar los conocimientos y sus competencias en este sector específico del mercado inmobiliario. Todo lo anterior refleja una necesidad de mejorar los planes de la empresa para responder correctamente a este sector que tanta demanda tiene. Por lo tanto aprovechar el alto conocimiento tecnológico para potenciar la difusión de información práctica para los clientes, segundo capacitaciones al personal para este tipo de mercado y tercero planes financieros atractivos para los clientes.

Conclusión

La investigación arroja una serie de conclusiones importantes sobre el mercado de vivienda de interés social (VIS) en Colombia y la situación específica de la empresa inmobiliaria D.A.B S.A.S.

A partir de los datos recopilados y los análisis realizados, se pueden extraer los siguientes puntos clave:

La contracción del mercado de vivienda VIS arroja un contexto de contracción en las ventas de vivienda de interés social a nivel nacional, como lo demuestran las estadísticas presentadas en el artículo. Esto evidencia un alza significativa en el número de desistimientos de compra y una disminución en la comercialización de este tipo de unidades habitacionales.

Los desafíos específicos de D.A.B S.A.S a pesar de tener como uno de sus objetivos estratégicos la venta de vivienda de interés social, la empresa D.A.B S.A.S enfrenta dificultades para cumplir con este objetivo. Se destaca que solo el 19.23% de las ventas realizadas entre 2021 y 2023 corresponden a viviendas de interés social, lo que indica una brecha entre la intención de la empresa y su desempeño en este segmento de mercado.

La necesidad de estrategias adaptadas donde la metodología empleada en la investigación, que combina enfoques cuantitativos y cualitativos, proporciona una visión amplia de la situación del mercado VIS y las capacidades de la empresa. Los resultados de las encuestas muestran una demanda existente por parte de una población joven con ingresos bajos, pero también revelan una falta de conocimiento y asesoramiento tanto por parte de los clientes como del personal de la empresa.

Oportunidades y desafíos identificados donde se identifican oportunidades para la empresa, como su reconocida marca, red de agentes capacitados y experiencia en el mercado.

Sin embargo, también se señalan debilidades, como la dependencia de subsidios gubernamentales y la competencia con programas de vivienda estatales. Además, se destaca la sensibilidad económica de este mercado a los ciclos económicos y condiciones del mercado.

Recomendaciones para D.A.B S.A.S A , a partir de los resultados de la investigación, se sugiere que la empresa implemente estrategias específicas para mejorar su desempeño en este sector de vivienda. Estas estrategias podrían incluir el desarrollo de planes de financiamiento atractivos para los clientes, la capacitación del personal en temas específicos relacionados con la vivienda VIS y la mejora de la comunicación y asesoramiento para los clientes interesados en este tipo de vivienda, la investigación destaca la necesidad de que la empresa inmobiliaria D.A.B S.A.S adapte sus estrategias y capacidades para responder de manera efectiva a las demandas y desafíos del mercado de vivienda de interés social en Colombia.

Referencias

Abascal, E., & Esteban, I. G. (2005). *Análisis de encuestas*. ESIC Editorial.

https://books.google.com.co/books?id=qFczOOiwRSgC&printsec=frontcover&hl=es&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false

Akbar KY, Daryanto A, Hannan S. Property business development strategy with business model canvas (case study of PT XYZ). *International Journal of*

Research and Review. 2019; 6(8):525-532.

https://www.ijrrjournal.com/IJRR_Vol.6_Issue.8_Aug2019/IJRR0068.pdf

Amancha & Rodrigo. (2020). *Modelo de gestión comercial para el incremento de las ventas de viviendas de interés público de la constructora Arq. Jaime Amancha* [Tesis de Maestría, Universidad Católica del Ecuador].

https://rraae.cedia.edu.ec/Record/PUCESA_e2cedbceb0cc73c56b61427a212894d4

Arevalo, Karina & Pastrana, Edgar. (2019). *Propuestas para el mejoramiento de la gestión financiera. Caso de estudio Inmobiliarias de Guayaquil. | Revista Publicando*. 492-502.

https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/278/pdf_150

Arias Guerrero, M. C., Aristizábal Osorio, R., & Saa Rodriguez, L. D. (2013). *Identificación De Los Factores De Riesgo Y Riesgos Asociados A La Construcción De Vivienda De Interés Social (Vis), En Empresas Constructoras En La Ciudad De Armenia Quindío, En El Año 2013* [Monografía, Universidad del Quindío].

<https://bdigital.uniquindio.edu.co/handle/001/4129>

Baena, A., & Olaya, C. (2013). Quality social housing in Colombia: Towards an integral solution. *Sistemas y Telemática*, 11(24), 9.

<https://doi.org/10.18046/syt.v11i24.1521>

Baumgärtner, D. E. (2023). *Las rentas del suelo y su impacto en el desarrollo de Vivienda de Interés Social (VIS) en Colombia: Caso de estudio Bogotá D.C. (2005 a 2022)* [Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Javeriana].

<http://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/65109>

Camacol - Cámara Colombiana de la Construcción. (2023). *Más de 30.000 hogares han desistido de la compra de su vivienda nueva en el 2023—Camacol.*

Cámara Colombiana de la Construcción.

<https://camacol.co/prensa/noticias/mas-de-30000-hogares-han-desistido-de-la-compra-de-su-vivienda-nueva-en-el-2023>

Cámara Colombiana de la Construcción. (2024). *El 2023 cerró con una caída del 49,7 % en las ventas de vivienda de interés social—Camacol.* Camacol -

Cámara Colombiana de la Construcción.

<https://camacol.co/prensa/noticias/el-2023-cerro-con-una-caida-del-497-en-las-ventas-de-vivienda-de-interes-social>

Campbell, J. Y., & Cocco, J. F. (2007). How do house prices affect consumption?

Evidence from micro data. *Journal of Monetary Economics*, 54(3), 591-621.

<https://doi.org/10.1016/j.jmoneco.2005.10.016>

Carvajal, A. M. (2023). *DISEÑO DE UNA PROPUESTA DE PLAN DE*

MARKETING DIGITAL PARA UNISA INMOBILIARIA [Tesis de pregrado,

Universidad Autónoma de Occidente].

<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/548738a9-0b0f-4ed1-ba43-5fd2771e2819/content>

Cifuentes, C. A. V., Hernández, C. A. R., & Lozano, J. C. S. (2019).

CONSTRUCCIÓN DE UN PROYECTO DE VIVIENDA DE INTERÉS SOCIAL (VIS) CON SISTEMAS AUTO SOSTENIBLES EN EL MUNICIPIO DE RICAURTE – VIVE SOSTENIBLE [Tesis de especialización, Universidad Piloto de Colombia].

<https://repository.unipiloto.edu.co/handle/20.500.12277/6443>

Delgadillo, V. (2021). Financiarización de la vivienda y de la (re)producción del espacio urbano. *Revista INVI*, 36(103), Article 103.

<https://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/65203>

Díaz, K. T., & Pardo, J. A. A. (2011). *HISTORIA Y DESARROLLO DEL MODELO DE VIVIENDA DE INTERES SOCIAL: COMPARACION ENTRE COLUMBUS, GA Y BOGOTA, COLOMBIA* [Ensayo, Universidad Minuto de DIOS].

https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/1657/1/TA_DiazkarenTatiana_2012.pdf

Espinosa, A. O., Puentes, L. D. B., & Vela, J. A. R. (2022). *Análisis del horizonte del sector de la construcción de vivienda VIS en Bogotá para el año 2022* [Seminario, Universidad EAN].

<https://repository.universidadean.edu.co/bitstream/handle/10882/11753/OspinaArmando2022.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

García-Ubaque, C., Henao-Trujillo, C. A., & Vaca-Bohórquez, M. (2014).

Instrumentos de gestion de suelo para vivienda de interes social en

colombia: Análisis de caso. *DYNA*, 81(184), 217-224.

<https://doi.org/10.15446/dyna.v81n184.37899>

Gil Sánchez, L. (2016). *Bases de datos para la toma de decisiones y la detección de oportunidades inmobiliarias: Factibilidad de implementación en la ciudad de Armenia, Quindío, Colombia* [Tesis de Maestría, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/143313/base-de-datos-para-la-toma-de-decisiones.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Gomez Calderon, J. A., & Pedraza Hernandez, M. P. (2023). *Análisis de viabilidad en proyectos inmobiliarios VIS sostenibles en la ciudad de Bogotá D.C. para el año 2023* [Tesis de maestría, Universidad EAN].

<https://repository.universidadean.edu.co/handle/10882/12912>

González Devis, A. M. (2021). *Desequilibrio en el contrato de arrendamiento de vivienda urbana en Barranquilla*. [Tesis de Grado, Universidad de la Costa].

<https://hdl.handle.net/11323/9198>

Martinez Rosero, S. L. (2018). *Plan de mejoramiento empresarial para la empresa EcoHogar de la ciudad de Armenia* [Tesis de Grado, Universidad de

Quindio]. <https://bdigital.uniquindio.edu.co/handle/001/6540>

Maya Echeverri, J. L. (2012). *Plan de negocios para la creación de una inmobiliaria virtual en la ciudad de Armenia* [Tesis de Grado, Universidad

del Quindio]. <https://bdigital.uniquindio.edu.co/handle/001/2033>

Meneses, M. F., & Sánchez, C. E. (2024). *ANÁLISIS DE LA CARTERA Y DEL MERCADO INMOBILIARIO EN COLOMBIA*. Banco de la Republica.

<https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/7c1d663c-78b9-4a59-921e-f107d95d3dac/content>

Mesa, P & Sarmiento, N. (2023). Modelo de propensión de negocios exitosos en proyectos de edificación de vivienda en una empresa del sector de la construcción [Tesis de Maestria, Universidad del Rosario].

<https://repository.urosario.edu.co/server/api/core/bitstreams/d7c4a8fd-0ac5-4e3d-aadc-78f2c9bc5cab/content>

Niño, A. & Arenas, A. (2019). *Evaluación de las opciones de financiación para compra de vivienda en Bogotá en el año 2019* [Tesis de Especialización, Corporación universitaria Minuto de Dios].

<https://repository.uniminuto.edu/jspui/handle/10656/9872>

Nova Cañón, P. C., & Bueno Henao, V. (2023). *Construcción de VIS y VIP en Colombia: Ventajas o desventajas de la financiación para las constructoras inmobiliarias: Estudio de caso constructora CALCAMAR LTDA* [Tesis de Especialización, Universidad Libre].

<http://repository.unilibre.edu.co/handle/10901/25713>

Observatorio Técnico Catastral - OTC. (2019). *ANÁLISIS DEL MERCADO INMOBILIARIO ARMENIA- QUINDÍO 2019—2022*.

https://www.catastrobogota.gov.co/sites/default/files/archivos/Estudio%20Armenia_v3.pdf

Oñate, A. Z., & Jaramillo, R. A. G. (2018). *ECO ALDEA. VIVIENDA DE INTERES SOCIAL, UNA VIVIENDA PENSADA ECO VILLAGE. SOCIAL INTERES THOUSING, A HOME THOUGHT* [Tesis de Grado, Universidad Piloto].

<https://repository.unipiloto.edu.co/bitstream/handle/20.500.12277/9229/00004877.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Pérez Rave, J. I. (2019). Statihouse[®]: Desarrollo tecnológico basado en ciencia de datos para explorar estadísticamente el sector inmobiliario. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 27(1), 113-130.

<https://doi.org/10.4067/S0718-33052019000100113>

Salazar Madrid, D., & Vieco, C. J. (2019). *Evolución de las cifras de subsidio de vivienda 2009—2019 y su impacto en las ventas de la vivienda nueva en Colombia* [Tesis de Grado, Tecnológico de Antioquia- Intsitución universitaria]. <https://dspace.tdea.edu.co/handle/tda/527>

Vergara, J. A., Suarez, J. A., & Colon, S. R. (2017). *Diagnóstico Estratégico Inmobiliaria Century 21 S&S – Año 2017* [Tesis de Grado, Corporación Universitaria del Caribe].

<https://repositorio.cecar.edu.co/server/api/core/bitstreams/cf5785da-7678-4bf2-a46c-1b834cf8663e/content>

Sánchez, P. B. I., Eyzaguirre, A. V. N., Carrasco, D. A. E., & Rodenas, G. O. D. (2019). *PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA LÍNEA DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA GPR CONSTRUCTORA & INMOBILIARIA* [Tesis de Maestría, Universidad de Chile].

<https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/174913/Plan-de-negocio->

Semana. (2023). *El desistimiento a la compra de vivienda: Un flagelo para la economía del sector constructor en Bogotá y la región*. Semana.

<https://www.semana.com/nacion/articulo/el-desistimiento-a-la-compra-de-vivienda-un-flagelo-para-la-economia-del-sector-constructor-en-bogota-y-la-region/202325/>

Valderama, J. A. G., & Mendez, M. (2022). *SISTEMA INTERACTIVO PARA LA*

GESTIÓN DE PROPIEDADES Y CLIENTES DE UNA INMOBILIARIA

INDEPENDIENTE [Tesis de Grado, Universidad Autonoma de Occidente].

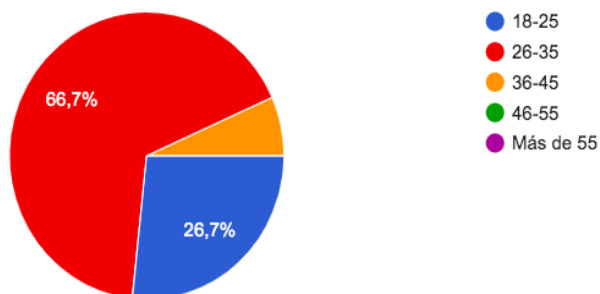
<https://red.uao.edu.co/server/api/core/bitstreams/f17f8e17-57d8-4949-b5eb-4473c6205883/content>

A continuación, se presentan las preguntas más representativas de la encuesta.

Pregunta 1

¿Cuál es su rango de edad?

15 respuestas

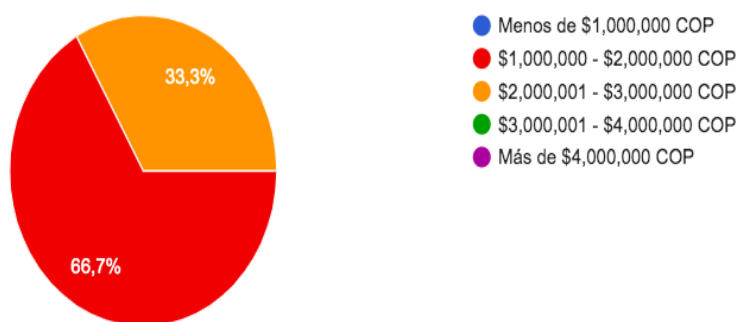


Elaboración propia.

Pregunta 3

¿Cuál es su nivel de ingresos mensuales?

15 respuestas

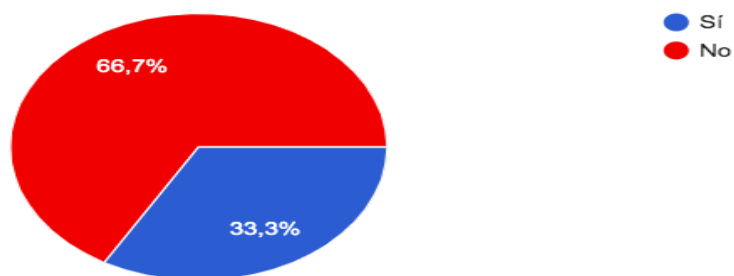


Elaboración propia.

Pregunta 8

¿Ha intentado adquirir una vivienda de interés social anteriormente?

15 respuestas

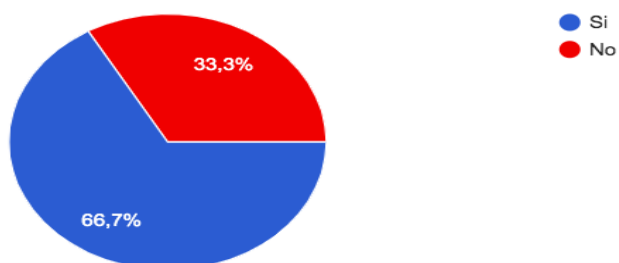


Elaboración propia.

Pregunta 13

¿Tiene conocimiento de los requisitos que se necesitan para adquirir una vivienda de interés social?

15 respuestas

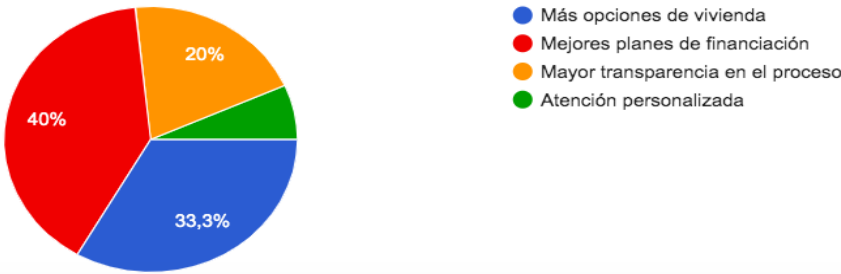


Elaboración propia.

Pregunta 15

¿Qué mejoraría en el proceso de compra de vivienda de interés social (VIS) ofrecido actualmente por las inmobiliarias?

15 respuestas



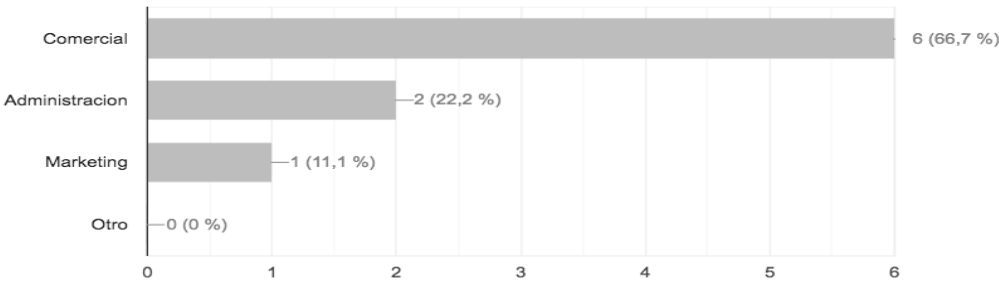
Elaboración propia.

Segunda Encuesta

Pregunta 2

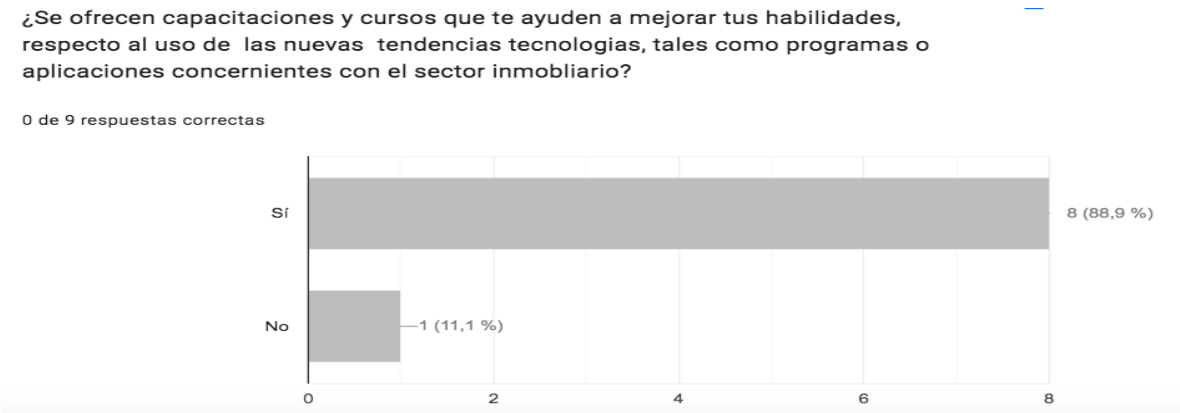
¿En qué área trabajas?

0 de 9 respuestas correctas



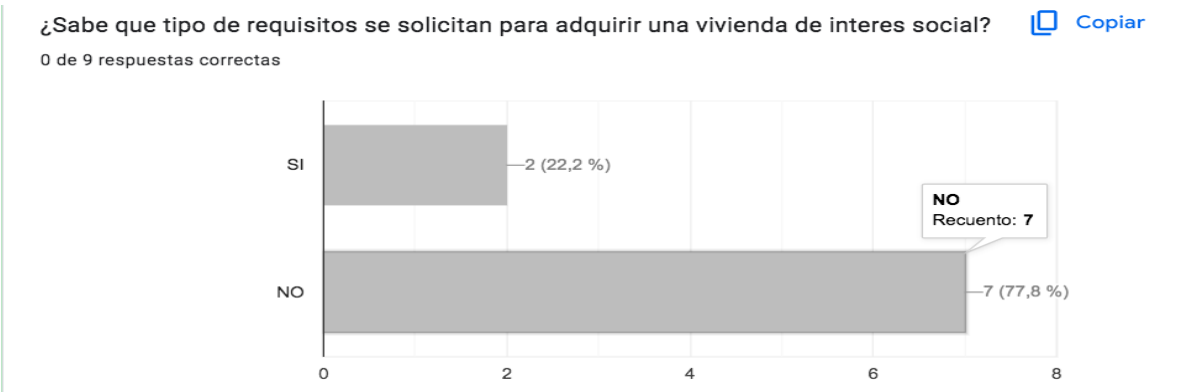
Elaboración propia.

Pregunta 7



Elaboración propia.

Pregunta 11

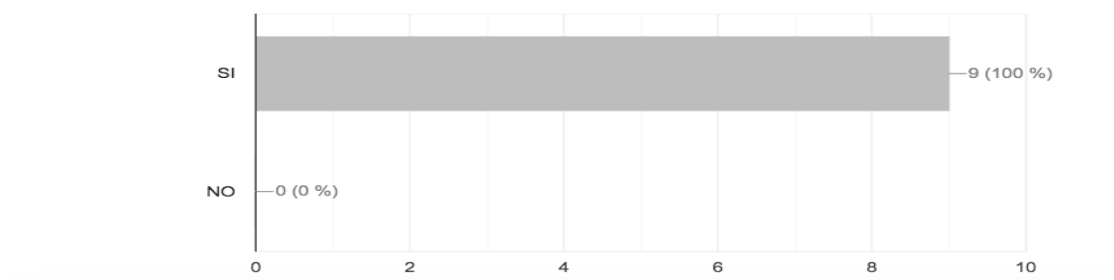


Elaboración propia.

Pregunta 14

¿Cree usted que la inmobiliaria debería implementar capacitaciones de vivienda de interés social?

0 de 9 respuestas correctas

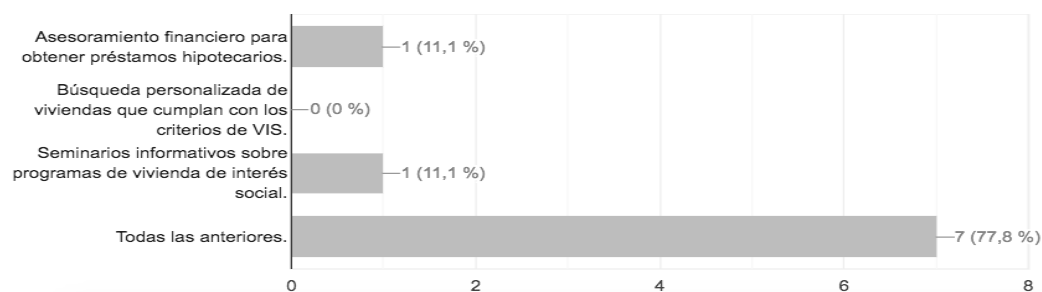


Elaboración propia.

Pregunta 15

¿Qué servicios adicionales crees que se podría ofrecer para apoyar a aquellos interesados en adquirir vivienda de interés social?

0 de 9 respuestas correctas



Elaboración propia.