

ESTUDIO ESTRATEGICO DE MERCADOS PARA LA VIABILIDAD DE LA
CREACION DE EMPRESAS INMOBILIARIAS EN LA LOCALIDAD DE
SANTAFE UPZ SAGRADO CORAZON EN EL CENTRO DE BOGOTA D.C.

Yefer Manuel Padilla Castro

Daniel Osorio Marín

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

Facultad de Postgrados

BOGOTÁ D.C. Julio de 2018

ESTUDIO ESTRATEGICO DE MERCADOS PARA LA VIABILIDAD DE LA
CREACION DE EMPRESAS INMOBILIARIAS EN LA LOCALIDAD DE
SANTAFE UPZ SAGRADO CORAZON EN EL CENTRO DE BOGOTA D.C.

Autores:

YEFER MANUEL PADILLA CASTRO

DANIEL OSORIO MARIN

Tutor investigativo:

Dra. Patricia Hernández B.

Trabajo de grado, para optar al título de Especialistas en Gerencia y Mercadeo

UNIVERSIDAD LA GRAN COLOMBIA

Facultad de Postgrados

BOGOTÁ D.C. Julio de 2018

TABLA DE CONTENIDO

1	TITULO
2	LINEA DE INVESTIGACIÓN
	2.1- Sublínea de investigación
3	ANTECEDENTES
4	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA
	4.1- Pregunta problema
5	HIPOTESIS
6	OBJETIVOS
	6.1- Objetivo general
	6.2- Objetivos específicos
7	JUSTIFICACIÓN
8	MARCOS REFERENCIALES
	8.1 MARCO CONCEPTUAL & CONTEXTUAL
9	DISEÑO METODOLOGICO
10	RESULTADOS
10.1	Análisis del entorno socioeconómico de la localidad de Santafé UPZ sagrado corazón, del sector inmobiliario.
10.2	Estudio de viabilidad de la población versus los servicios inmobiliarios
10.3	Diseño estratégico para la creación de futuras empresas del sector inmobiliario en la localidad de estudio.
11	CONCLUSIONES
12	BIBLIOGRAFIA

1. ESTUDIO ESTRATEGICO DE MERCADOS PARA LA VIABILIDAD DE LA CREACION DE EMPRESAS INMOBILIARIAS EN LA LOCALIDAD DE SANTAFE UPZ SAGRADO CORAZON EN EL CENTRO DE BOGOTA D.C.

2. LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

El presente trabajo se basa en la línea de investigación “criterio de compensación con justicia distributiva como soporte de la responsabilidad social, política, económica y ambiental” que la Universidad Gran Colombia tiene. Desde esta perspectiva, puede decirse que el trabajo abarca algunos aspectos contenidos en esta línea, tales como: el social y el económico.

Desde el campo social, la presente investigación pretende aportar significativamente. Con el ánimo de ayudar a las personas eligiendo el tipo de inmueble, sea vivienda u oficina, que más satisfaga sus necesidades, se cree que evaluar la usabilidad de las inmobiliarias, producto final de la investigación, aportará a la sociedad mediante la promoción de la dignidad de las personas, con un excelente acompañamiento para poder elegir el lugar donde desee vivir o desee trabajar. En definitiva, a los dueños de inmuebles, se les ofrecerá la gestión necesaria para comercializar sus propiedades y a los compradores, la mejor asesoría y acompañamiento para adquirirlos.

En el campo económico, la investigación al arrojar resultados de un análisis de mercado de usabilidad en el sector inmobiliario, puede aportar conclusiones valiosas para futuras investigaciones. Asimismo, teniendo en cuenta que el producto final será un concepto de usabilidad de empresas inmobiliaria, esto puede significar un aporte a la economía del país mediante la generación de empleo.

2.1.SUBLÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Respecto a las sublíneas de investigación se considera que la que se adecua al presente trabajo es la denominada “*Desarrollo Económico y Calidad de Vida*”, teniendo en cuenta los ejes económico y social; partiendo, asimismo, de la función ética y solidaria que esta promueve mediante los valores de justicia, libertad, bienestar y calidad de vida.

3. ANTECEDENTES

Toda tarea investigativa exige hacer una lectura crítica del objeto de la investigación, por lo tanto, es necesario hacer una reflexión epistemológica de lo que se ha dicho sobre éste, abarcando teorías, tratados, ideas, conceptos y posturas es posible fundamentar aquello que se desea investigar, de este modo, los resultados puedan generar aportes vitales para el conocimiento científico, por medio de aprendizajes y saberes nuevos.

En definitiva, el propósito de los antecedentes es indagar sobre investigaciones que se han hecho respecto al problema planteado, para identificar tendencias, posturas y metodologías que contribuyan a la coherencia del marco conceptual y así reconocer posibles vacíos del conocimiento. En las páginas siguientes se argumentará de manera sencilla las investigaciones que se han hecho alrededor de empresa inmobiliaria, estudio de mercados y oferta y demanda de las mismas en Colombia y principalmente en la ciudad de Bogotá.

Para Iniciar es necesario hacer una acotación sobre lo que se entiende por sector inmobiliario, por su parte, González Rodríguez (2009) expone que este se encuentra relacionado “con uno de los artefactos u objetos culturales que forman parte fundamental de la vida en sociedad como lo son las edificaciones en las cuales se llevan a cabo la mayoría de las actividades que desarrollan los individuos en sociedad” (p. 26). Esto quiere decir que los objetos del sector inmobiliario son principalmente las viviendas, lugar más óptimo para el descanso de las personas. Por eso, a lo largo de la vida una persona tiene el deseo ardiente de que en algún momento de su existencia obtendrá su casa propia, ya que ésta le dará la seguridad de un descanso tranquilo y sin preocupación al momento de su jubilación. En este sentido, si las inmobiliarias son las encargadas de prever a la sociedad de una vivienda digna para vivir, se puede decir que la principal función de toda

inmobiliaria es ofrecer los mejores servicios a sus clientes en el proceso de la obtención de su vivienda propia.

Por su parte el crecimiento demográfico demuestra que cada vez más incrementa el número de personas en la tierra, principalmente en algunos países y ciudades específicas. En contraposición a esto, los desplazamientos y las migraciones traen como consecuencia lo que se llama sobrepoblación en algunos lugares, allí los gobiernos optan por tomar medidas de mejoramientos del Plan de Ordenamiento Territorial.

Cada ciudad y cada gobierno encargado de la misma se preocupan por reorganizar su propio POT. Lo cual genera controversia y un problema para los mismos contratistas encargados de construir inmuebles en las ciudades, debido a que, en un cambio de gobierno, las políticas pueden variar y dar un giro inesperado causando dificultades a los encargados de construcciones inmobiliarias en su propio trabajo. Por ejemplo, en la ciudad de Bogotá, el pasado gobierno tuvo una dificultad con este plan. El alcalde de entonces, Gustavo Petro, decidió modificarlo por Decreto, actuación jurídica que fue muy criticada por diferentes gremios y entidades gubernamentales del orden nacional, causando para el año 2014, una inseguridad, incertidumbre y desconfianza en el sector de la construcción en la ciudad de Bogotá. (Cf. Durán Téllez & Huertas Tamayo, 2014).

En el sector inmobiliario, influyen muchos aspectos de orden territorial. Desde el punto de vista vial, cuando un gobierno no tiene una solución propicia para el tema de movilidad de su población, el sector inmobiliario también presenta fallas. De esta manera Durán Téllez & Huertas Tamayo concluyen que “en la búsqueda de un equilibrio en la calidad de vida de las personas con las restricciones presupuestales existentes, hacen que las personas prefieran ubicarse lo más cerca posible de sus lugares de trabajo, dejando de lado otras preferencias como espacio (m²) y zonas verdes” (p. 47). Se interpreta que por cuestión de facilidad, las personas prefieren buscar su vivienda en la zona de la ciudad con más opciones de acceso vial para poder movilizarse. En este orden de ideas, las mismas inmobiliarias de la ciudad han optado por promover proyectos de construcción en sectores ya antes construidos. De modo que gran parte de la ciudad esta siendo intervenida por estas entidades que se encargan de demoler edificios antiguos para la construcción de magnas edificaciones.

Por citar, en la ciudad de Bogotá, durante los años 2016 y 2017, se han evidenciado, en las localidades de Usaquén y Chapinero, demoliciones que darán lugar a nuevas áreas. Lo cual quiere decir que es la dinámica propia de una ciudad densa y con demanda por suelo. (Distrital, 2017, pág. 10) Todos estos aspectos arrojan ideas

importantes al proyecto de investigación presente.

Hasta aquí se han podido extrapolar tres ideas fundamentales que aportan al proyecto de investigación presente. La primera sostiene que las inmobiliarias son las encargadas de ofrecer el mejor servicio de apoyo y acompañamiento en la búsqueda de una vivienda para las personas. La segunda se puede definir como aquella importancia que tiene el gobierno para el sector inmobiliario de cada ciudad, quien puede ayudar o estancar proyectos inmobiliarios de acuerdo a sus propuestas políticas. La tercera idea tiene que ver con la valorización de los inmuebles, también afectada por las políticas de gobierno, debido a que por falta un excelente plan de movilidad para la ciudad las inmobiliarias constructoras han intervenido antiguas edificaciones de la zona centro para construir grandes edificios, trayendo como consecuencia un valor agregado al inmueble.

Ahora bien, si en la ciudad se evidencia un incremento en el precio de los bienes inmuebles, esto representa una menor capacidad de adquisición de los mismos por parte de la población. Es por eso que quienes más invierten en propiedades de finca raíz son los estratos más altos, ejemplo claro de la actualidad, las localidades Usaquén y Chapinero de la ciudad de Bogotá, donde habitan las personas de mejor estrato social. Por su parte, para los estratos más bajos, el gobierno también ha intervenido y ofrecido propuestas alternativas a su necesidad de vivienda propia. Poniendo al servicio algunos proyectos de vivienda asequibles para ellos.

Por su parte Cediél Sánchez & Velásquez Vega (2015) intentan determinar lo que está sucediendo con los precios de la vivienda en Bogotá. En su artículo “¿Hay una burbuja inmobiliaria en Bogotá? Un estudio por segmentos de mercado” expresan allí que “El análisis de los hechos estilizados indica que hay sobreoferta de vivienda en los estratos 4, 5 y 6, y que las ventas superan las necesidades de los hogares respectivos” (p. 254), y añaden que “en el caso de los estratos 1, 2 y 3 se constata que hay déficit de vivienda, pues la formación de nuevos hogares es bastante superior a la oferta de vivienda nueva” (P. 255).

Para la presente investigación estas estadísticas aportan significativamente. Hay que decir que la localidad de Santa Fe es una localidad ubicada en todo el centro de la ciudad de Bogotá. Sin embargo, es una de las localidades con mayor variación en la estratificación social. Aunque, para muchos es la localidad más importante porque en ella se encuentran las instancias gubernamentales, también cuenta con sectores de un estrato social bajo. En cuanto a vivienda hay que decir que en cada estrato de la localidad hay una oferta para ésta. Por eso, desde el punto de vista de las ventas de vivienda, en los

estratos altos de la localidad superan las necesidades de los hogares y por otra parte en los estratos bajos hay un déficit de vivienda. Muy probablemente las inmobiliarias constructoras están poniendo los ojos en la localidad para proponer novedosos e importantes proyectos de construcción como es el ejemplo de complejos arquitectónicos como Bd Bacata y el edificio Atrio.

4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Construir empresa en la actualidad es una de las tareas más exigentes y a la vez casi la única alternativa para construir fortuna. La mayoría de los expertos en el ámbito empresarial apuntan a que una de las características más importantes y necesarias para consolidar una gran empresa es el liderazgo. Detrás de esta cualidad vienen un cumulo de cualidades que también son indispensables a la hora de ejecutar proyectos empresariales, por ejemplo, la visión, el carácter, la comunicación, entre otros.

La visión del empresario debe ir de la mano de una idea genuina y con la suficiente capacidad de perdurar en el tiempo. Tener una idea en mente y hacer de la misma un gran proyecto empresarial implica plantearse desde el primer momento una misión clara y con la suficiente capacidad de beneficiar a la humanidad. Esta misión ha de desarrollarse ejecutando una serie de acciones sencillas y contundentes a la vez. En primera instancia es necesario plantear el objetivo principal que va a realizar la empresa, por medio del ofrecimiento de sus servicios, pues, la misión ha de responder a una necesidad de la humanidad, sea esta un bien o un servicio.

Asimismo, construir empresa es saber consolidar excelentes equipos de trabajo, proponer productos y/o servicios innovadores, y gestionar la apertura de un mercado para fidelizar la mayor cantidad de clientes. Al lograr la consolidación de estos tres puntos se puede afirmar que existe empresa. En Colombia se evidencian, especialmente, las microempresas, que en su mayoría inician desde abajo, esto es, similar a un negocio familiar y que así no se consolide legalmente desde el comienzo, puede catalogarse como empresa. No obstante, hacer empresa desde el punto de vista legal, exige cumplir con una serie de requisitos gubernamentales, los cuales también dependen y varían, en cuanto a valor, de acuerdo al contexto y lugar donde la empresa gestiona sus oficinas principales.

Dentro de toda ciudad existen sectores privilegiados o específicos para la apertura de empresas. En ocasiones son llamados como sectores industriales o también sectores comerciales, dependiendo de la clase de proyecto. En Colombia la mayoría de ciudades cuentan con un sector privilegiado para el comercio, sector el cual siempre es nombrado con la categoría de “centro”. En Bogotá, Distrito Capital de Colombia, el “centro” se encuentra ubicado en la localidad Santa Fe. La localidad número tres de la ciudad. Esta se considera como una de las principales, teniendo en cuenta, por mencionar algunos aspectos, que es la que incluye todos los edificios del poder gubernamental del país, el tradicional barrio comercial de San Victorino y los dos cerros orientales más representativos de la ciudad, Monserrate y Guadalupe. En la actualidad, el centro de la ciudad de Bogotá cuenta con grandes proyectos de inversión en infraestructura y es una de las localidades beneficiadas en la renovación urbana contemplada en el plan centro ampliado de Bogotá, con gran proyección de crecimiento.

Por su parte, las inmobiliarias son empresas que se dedican por lo general a la venta, el alquiler y la administración de viviendas, locales u oficinas. En Colombia existen miles de inmobiliarias dedicadas a ofrecer este tipo de servicios. La web arroja un resultado sorprendente sobre la cantidad de estas en el país. El sector inmobiliario o finca raíz, como muchos la llaman, es una de las mejores formas de construir riqueza en el mundo. Por eso magnates en el tema y expertos en temas financieros recomiendan este estilo de negocio para generar una libertad financiera sustanciosa.

Con este orden de ideas se pretende evaluar la usabilidad de consolidar futuras empresas inmobiliarias en un sector específico de la ciudad de Bogotá, más precisamente, la localidad de Santa Fe Upz Sagrado Corazón, centro de la ciudad. En consecuencia, la idea es ofrecer los mejores y excelentes servicios inmobiliarios a los habitantes del sector, de modo que, a los inversionistas, dueños de inmuebles, se les ofrezca la gestión necesaria para comercializar sus propiedades y a los compradores, la mejor asesoría y acompañamiento. Así las cosas, observar y analizar el contexto es la primera fase del proyecto empresarial, donde se tenga en cuenta el entorno socioeconómico de la localidad y la dinámica del sector inmobiliario.

4.1. PREGUNTA PROBLEMA

Siguiendo la reflexión planteada en la descripción del problema se cree pertinente partir de la pregunta ¿Cuál es la viabilidad para la creación de empresas inmobiliarias en la localidad de Santafé UPZ sagrado corazón en el centro de Bogotá, especializada en la gestión de propiedades? para iniciar el proceso de investigación y con éste generar un impacto social colombiano.

5. HIPOTESIS

La presente investigación pretende hacer un estudio estratégico de mercado para obtener la viabilidad de la consolidación de una empresa inmobiliaria en la localidad de Santa Fe de la ciudad de Bogotá. En este orden de ideas se espera que, al analizar el entorno socioeconómico de la localidad de Santa fe, se compruebe la importancia de la misma teniendo en cuenta sus ventajas y desventajas. Esto preverá estadísticamente la población a quien pueden ir dirigidos los servicios que preste la inmobiliaria. Seguidamente, proponer de manera estratégica, los servicios que la inmobiliaria ofrecerá, desarrollando un análisis asequible a la población, todo gracias a los resultados que la investigación arroje respecto al mercado existente en la actualidad.

6. OBJETIVOS

6.1. Objetivo general

Desarrollar el diagnostico estratégico de la usabilidad del sector inmobiliario en la localidad de santa fe UPZ sagrado corazón en el centro de Bogotá D.C para la posible creación de empresas inmobiliarias, especializada en la Gestión de propiedades.

6.2.Objetivos específicos

- Analizar el entorno socioeconómico de la localidad de Santafé UPZ sagrado corazón del sector inmobiliario.
- Determinar la viabilidad de la población versus los servicios inmobiliarios
- Elaboración del diseño estratégico para la creación de futuras empresas del sector inmobiliario en la localidad de estudio.

7. JUSTIFICACION

Las personas siempre buscan estar y sentirse bien en todos sus aspectos de la vida. Incansablemente pretenden mejorar su calidad de vida y satisfacer, de la mejor manera posible, sus necesidades básicas. En su mayoría, las personas desean obtener su casa propia por cuestión de seguridad. En la actualidad existe un interés de la población por la inversión en bienes raíces, pues es un sector con tendencias a la valorización y sostenibilidad de los precios a través del tiempo. La reestructuración de la ciudad, impulsa la renovación de zonas específicas para proyectos urbanísticos, principalmente en la zona nororiente de la Capital.

Bogotá, la ciudad más representativa e importante de Colombia, presenta gran afluencia de foráneos y personas en su zona centro, principalmente en la localidad Santa Fe. Asimismo, dado que en los últimos años se han desarrollado novedosos proyectos de infraestructura se cree que se avecina una excelente oportunidad de inversión, ante el crecimiento y la oferta de inmuebles de carácter comercial y residencial. Una oportunidad que se quiere explotar a través de la evaluación de usabilidad de futuras empresas inmobiliaria que, por un lado, responda a las necesidades de los inversionistas, dueños de inmuebles, que buscan una gestión optima sin riesgo de perder su dinero a causa del mal manejo administrativo. Y por el otro, ofrezca un proceso de acompañamiento y asesoría en la compra de proyectos inmobiliarios a posibles inversionistas en finca raíz.

Por tanto, teniendo en cuenta que las inmobiliarias tienen la misión básica de ayudar a las personas, sea en el asesoramiento de compra o en la gestión de venta. Se cree que las futuras empresas pueden aportar significativamente a la sociedad y generar un impacto socioeconómico y en miras a mejorar la calidad de vida de las personas. No

obstante, antes de consolidar cualquiera empresa como tal, es necesario hacer un análisis profundo sobre la oferta y demanda del mercado de inmuebles, principalmente dentro del sector donde se pretende establecer.

En Colombia, es común que cada año aparezcan proyectos empresariales innovadores y únicos, pero, por desgracia, al término de un año fracasan. Estadísticamente se dice que en el país solo una de cada diez empresas perdura en el tiempo. Esto se debe quizás a la falta de conocimiento y un buen análisis de viabilidad de los proyectos. Hacer un estudio de mercados es una de las primeras fases que debe tener todo proyecto empresarial en mente. Analizar la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta la oferta del producto o bien a ofrecer, el contexto donde se entable, y la población que se pretende impactar y fidelizar como clientes.

Partiendo de estas dos ideas, es decir, la importancia de las inmobiliarias dentro de la población y la necesidad fundamentar los proyectos empresariales con estudios previos, se plantea el presente estudio estratégico de mercados, el cual se enfoca en estudiar una muestra específica de población, ubicada en un sector concreto de la ciudad y asimismo pretende observar la usabilidad del mercado de las inmobiliarias.

El proyecto investigativo busca aportar el conocimiento necesario para establecer el montaje de futuras empresas inmobiliarias en la Upz sagrado corazón. Estos aportes pueden servir de referencia para investigaciones futuras respecto a la oferta de bienes raíces de la ciudad de Bogotá. Asimismo, pretende ser una fuente de referencia para los inversionistas, dueños de inmuebles que aún se encuentran en modo construcción de sus proyectos de infraestructura en la zona centro de la Capital.

8. MARCOS REFERENCIALES

El presente capítulo aborda las categorías que permitirán la consolidación epistemológica de la presente investigación. El rastreo de la información se realizó por medio de un acercamiento directo a las obras de los autores mencionados con el fin de fundamentar los puntos clave del marco teórico.

De esta manera son cuatro las categorías que se desprenden del problema y de los objetivos planteados, a saber: Viabilidad, Estudios de Mercados, Empresa inmobiliaria y Localidad de Santa Fe. Estos conceptos guiarán la lectura de las páginas siguientes, asimismo es importante aclarar que el conjunto de los mismos responde de manera

explícita e implícita a la realidad abordada en el planteamiento del problema, al fundamentar tanto la comprensión de los mismos, como la importancia que tienen para la investigación.

1. Viabilidad

A nivel general se conoce la palabra viabilidad como una cualidad que se desprende del concepto viable. Al realizar la indagación en un diccionario se entiende que la palabra viable es un dicho de un camino o vía. En este orden de ideas, al aplicar el concepto de viabilidad a la presente investigación es necesario decir que aquello que se pretende es verificar un camino emprendedor, entendiendo éste como la idea de evaluar la consolidación de futuras empresas inmobiliarias.

Al hablar de un análisis de viabilidad, se puede entender como aquel estudio que intenta predecir el eventual éxito o fracaso de un proyecto. En este sentido, la presente investigación pretende prever el éxito o fracaso de la usabilidad de futuras empresas inmobiliarias que se tienen en mente en la localidad de Santa Fe de la ciudad de Bogotá Upz Sagrado Corazón.

Por su parte el director del Centro de Desarrollo Económico (CDE) del Recinto Universitario de Mayagüez, José Vega, afirma que “un estudio de viabilidad consiste en la recopilación, análisis y evaluación de diferentes tipos de información con el propósito de determinar si se debe establecer o no una empresa que conlleve riesgos económicos” (pág. 1). Vega también afirma que existen cuatro estilos de viabilidad: la conceptual, la operacional, la de mercado y la económica. Cada una específica, de manera clara, el proceso de viabilidad de cada proyecto, lo cual quiere decir que cada proyecto evidencia este proceso.

El primero, viabilidad conceptual, tiene que ver con hacer un análisis crítico de las fortalezas y debilidades de la propuesta. El segundo, viabilidad operacional, se encarga de enumerar las necesidades físicas, recursos humanos, infraestructura, margo legal de la empresa que se tiene en mente. El tercero, viabilidad del mercado, lee la realidad del contexto mercantil, la proyección en ventas y el potencial del producto que se piensa ofrecer. Y el cuarto, viabilidad económica, también visto como análisis financiero,

proyectando el flujo de efectivo con el producto que se desea ofrecer a la comunidad, la cantidad de egresos necesarios y la proyección de ingresos a recibir.

En resumen, el plan de viabilidad pretende ser un estudio referente para saber si la idea de negocio es posible o no. Para esto es necesario hacer un análisis exhaustivo, teniendo en cuenta los cuatro grados de viabilidad que ha de desarrollarse para un excelente estudio de viabilidad.

2. Estudio De Mercados

Un estudio de mercado es una actividad que tiene como finalidad la toma de una decisión específica, respecto a una situación de mercado. En definitiva, es una herramienta de mercadeo que permite y facilita la obtención de datos necesarios para proponer estrategias de marketing de un bien o servicio.

En primer lugar, es necesario especificar el significado de mercado. El cual consiste en el conjunto de compradores y vendedores de un producto o servicio específico, en este orden de ideas al hablar de un estudio de mercado se afirma que éste “debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de mediano plazo y a qué precio están dispuestos a obtenerlo” Por consiguiente, el estudio de mercado va a indicar si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente.

En definitiva, el estudio de mercado es algo necesario para el éxito de una nueva empresa y por eso, según Geoffrey (2003), autores como Philip Kotler afirman que el estudio de mercado “consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (p. 120). Con esto se puede decir que la presente investigación pretende hacer estas cuatro tareas sistemáticamente para hallar la mejor estrategia de mercado de las futuras inmobiliarias que se tiene en mente.

3. Empresa Inmobiliaria

Las empresas inmobiliarias están dedicadas a la compra, venta y gestión de propiedades, tales como casas, departamentos, oficinas, locales, entre otros. También existen empresas inmobiliarias dedicadas a la construcción de este tipo de inmuebles. Cada empresa se dedica a planear y desarrollar proyectos teniendo en cuenta aspectos culturales, geográficos y demográficos de un lugar específico. En la presente investigación se pretende tener como resultado la usabilidad de futuras empresas inmobiliaria. De acuerdo a los resultados arrojados por la indagación se tiene el objetivo de poner al servicio de la comunidad, ubicada en la localidad de Santa fe de Bogotá upz Sagrado Corazon, proyectos de emprendimiento que responda a las necesidades de la población en cuanto al sector inmobiliario se refiere.

A manera de definición, González Rodríguez, L. afirma que:

El sector inmobiliario está relacionado con uno de los artefactos u objetos culturales que forman parte fundamental de la vida en sociedad como lo son las edificaciones en las cuales se llevan a cabo la mayoría de las actividades que desarrollan los individuos en sociedad, tanto en el ámbito de la vida familiar como en el de la actividad económica, política y religiosa entre otros aspectos (p. 26).

Por consiguiente, el sector inmobiliario cobra gran importancia dentro de toda sociedad, de allí se desprende la necesidad de hacer un análisis riguroso de la viabilidad de futuros proyectos inmobiliarios que se tienen en mente. Por ende, el estudio de mercado dentro del sector inmobiliario debe estar enmarcado por una observación detallada del sector y los posibles clientes a quienes se les ofrecerá los mejores y excelentes servicios inmobiliarios.

4. Localidad de Santa Fe

La ciudad de Bogotá está dividida en 19 localidades urbanas y una rural. Dentro de estas 20, en la posición No. 3 se encuentra la localidad de Santa Fe. La cual,

“se ubica en el centro de la capital; limita al norte con la localidad de Chapinero a través de la avenida 39, al occidente con las localidades de los Mártires y Teusaquillo a través de la avenida Caracas, al oriente con los Cerros Orientales y al sur con la localidad de San Cristóbal mediante la avenida calle 1ra” (Cogua Moreno & Orjuela Hernández, 2013, p. 5)

La localidad de Santa Fe cuenta con 31 barrios en su totalidad, además por su ubicación y su importancia dentro de la capital del país contiene también interesantes sitios de interés cultural, para ser más exactos se ubican 717 inmuebles de este tipo, de los cuales 136 se clasifican en Conservación Integral, 10 en Conservación Monumental, 561 en Conservación Tipológica, 5 en Restitución Parcial y 5 en Restitución Total (Bogotá, 2011, pág. 21)

Dentro del sector comercial, para el año 2005 eran 17.946 establecimientos económicos de los cuales el 44,3% se dedicaba a las actividades del sector servicios, el 41,6% al comercio y el 6,0% de industria (Bogotá, 2011, pág. 106).

9. DISEÑO METODOLOGICO

La metodología tiene como principio fundamental especificar la naturaleza global de la investigación y la estructura de la misma, mediante la formulación de un plan general con su respectivo cronograma de actividades que lleva al investigador a encontrar respuestas a los interrogantes planteados y así mismo, a la articulación conceptual, epistemológica, y ruta metodológica en relación al tema en cuestión para llegar a proponer alternativas de solución y de cambio. La ruta metodológica consiste en definir estrategias básicas que se adoptarán para generar información confiable e interpretable. La definición y especificación del diseño a desarrollar en el ejercicio investigativo, “constituye una importante actividad dentro de la misma, la cual es denominada momento metodológico del proceso” (Bautista, 2011, p. 23).

En este orden de ideas a continuación se expone y se argumenta cada uno de los elementos metodológicos que se emplearán en la presente investigación:

Enfoque de la investigación: Triangulada (mixta)

Para responder a la naturaleza de la investigación y la complejidad del tema, se observa la necesidad de recurrir al enfoque de la triangulación y así dar solución a los objetivos planteados en la investigación. El enfoque de la triangulación permite concientizar al investigador sobre la complejidad de la realidad y sus problemas

sociales, los cuales están en permanente cambio. Para hacer el análisis se recurrirá a un ejercicio descriptivo, hermenéutico y exploratorio.

La metodología se estableció teniendo en cuenta elementos, perspectivas teóricas y epistemológicas de análisis desde los dos enfoques, tanto cualitativo como cuantitativo. Para lo cual se utilizarán técnicas como: la encuesta, la entrevista de profundización, análisis estadísticos e indicadores que sustentan la viabilidad de usabilidad para la creación de empresas inmobiliarias en la ciudad de Bogotá. En lo que respecta a las estrategias metodológicas de los dos enfoques Gallego (2013) propone:

1. La triangulación de datos, que utiliza datos de distintas fuentes, con diversas estrategias u obtenidos en diferentes entornos o momentos para comprender una misma realidad.

2. Triangulación metodológica, que usa distintos métodos o técnicas de recogida de datos para obtener una información más completa.

En suma, se realizará un análisis a partir de procesos inductivos y deductivos en los diferentes escenarios de la investigación respondiendo a un orden lógico epistemológico y así dar respuesta al problema de la investigación y así corroborar la hipótesis.

Técnicas e instrumentos

Para responder a los objetivos de investigación que están articulados al problema de la misma, se definió las técnicas e instrumentos, que son coherentes para la recolección y sistematización de la información. Es de precisar que las técnicas e instrumentos serán validados por expertos que tengan un dominio del tema tanto a nivel conceptual y metodológico.

A continuación, se precisan en cada uno de los instrumentos que responde la recolección de la información en tres aspectos: documentales, estadísticos y de percepción.

Matriz de análisis documental

A partir de esta técnica se recopilará información sobre los diferentes temas y tendencias teóricas y metodológicas que otros investigadores han realizado sobre el tema en cuestión con la finalidad de identificar los posibles vacíos del conocimiento, para revisar que no se ha investigado y así poder generar nuevos saberes. Es de resaltar que el rastreo de la información se tomó de diferentes documentos como: artículos científicos, tesis de doctorado, maestría, informes de investigación e informes de entidades oficiales, teniendo en cuenta las diferentes bases de datos: Dialnet, Redalyc, Latindex, Esco, Academic, entre otras.

Encuesta

La encuesta es una búsqueda de información en la que el investigador pregunta a los sujetos de estudio sobre los datos que desea obtener, que tiene como finalidad precisar y profundizar en el tema y problema de la investigación, asumiendo los planteamiento de Páramo (2008) “la encuesta personal es quizás el método que goza de mayor popularidad y el que se ha utilizado con mayor cantidad en la captación de información primaria, debido principalmente a las ventajas que presenta frente a las otras modalidades” (Pág. 57). Se aplicará la encuesta a un grupo de personas profesionales como: administradores, economistas, comerciantes, expertos en mercadeo y así tener información precisa para la creación de la empresa inmobiliaria y dar respuesta al primer objetivo planteado.

Entrevista

La técnica de entrevista estructurada se empleará para poder ubicar elementos de información y significado para ampliar la comprensión del tema objeto de estudio relacionado con la usabilidad de empresas inmobiliaria en el centro de Bogotá; al respecto la entrevista estructurada se fundamenta en realidades, situaciones, fenómenos, cosas en la que el investigador diseña para profundizar en el objeto de estudio y así poder entender la realidad desde un sentido interpretativo, crítico, argumentativo y propositivo.

Población

Para el estudio se tomará como muestra un grupo de personas que estén en diferentes cargos como: comerciantes, administradores, contadores, economistas, dueños de inmobiliarias, expertos en mercadeo y así identificar los elementos de viabilidad y pertenencia para la creación de la empresa.

Etapas de la investigación

Para el análisis de los datos y en la precisión de los resultados y conclusiones se contemplarán las siguientes fases:

Fase 1: Planteamiento del problema de investigación y el análisis documental en cuanto al estado del arte y el referente conceptual.

Fase 2: Definición de la metodología y la conformación de la muestra: la cual corresponde a un grupo de personas con diferentes profesiones del centro de Bogotá.

Fase 3: Recolección de los datos y sistematización de los mismos:

Fase 4: Análisis cuantitativo y cualitativo de los datos (triangulación): Con los datos sistematizados y teniendo claridad sobre los fundamentos teóricos, se procederá a su análisis cuantitativo y cualitativo en el que se hace una evaluación crítica sobre cada una de las preguntas que fueron abordadas y luego sistematizadas. En ese sentido, el análisis corresponde a la interpretación de las respuestas dadas por los encuestados y entrevistados, tomando como base las unidades de análisis establecidas.

Fase 5: Preparación y presentación de los resultados: En esta fase corresponde ya a la presentación sistematizada de los resultados obtenidos, de los cuales surgen las conclusiones y recomendaciones propias del estudio; conforme a la pregunta de investigación como de los objetivos generales y específicos definidos previamente.

Resultados Esperados

1. Consolidación detallada del problema de investigación y del objeto de estudio, precisión del impacto y viabilidad de la investigación.
2. Profundización en cada una de las categorías del marco teórico y su fundamentación epistemológica.
3. Identificación de Fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para la creación de futuras empresas inmobiliarias.

10. RESULTADOS

10.1. Análisis del entorno socioeconómico de la localidad de Santafé UPZ sagrado corazón, del sector inmobiliario.

Análisis socioeconómico

Se llevó a cabo un análisis exploratorio en diferentes fuentes de información tales como sitios web gubernamentales los cuales nos brindan información pertinente y actualizada con respecto al entorno socioeconómico de la localidad objetivo de nuestro análisis: Localidad de Santa Fe. Upz sagrado corazón.

La Localidad Santa Fe se encuentra ubicada en el área centro oriental de la ciudad, en donde se ha desarrollado tradicionalmente la vida económica, cultural y política del Distrito Capital desde la época de la Colonia. Santa Fe limita, al norte, con la localidad de Chapinero; en el Canal del río Arzobispo en la Calle 39, al sur, con las localidades de San Cristóbal y Antonio Nariño; al oriente, con el municipio de Choachí hasta el Km. 17 y al occidente con las localidades de Los Mártires y Teusaquillo, internamente limita con la localidad La Candelaria, contenida en Santa Fe, tiene una extensión total de 4.487,74 hectáreas (ha), de las cuales 3.802,72 ha están catalogadas como suelo rural (84.73 %) y 685,02 ha como suelo urbano (14.67%), del total de hectáreas 3.896,94 ha corresponden a suelo protegido, donde se destacan los cerros tutelares de Monserrate, Guadalupe y la Cruz. El área rural se caracteriza por ser reserva forestal, sus límites son: por el Norte la vía El Verjón Bajo de la localidad de Chapinero; por el Oriente los municipios de Choachí y Ubaque; por el Sur, la zona forestal de la localidad de San Cristóbal; y por el Occidente, el área urbana de la propia localidad. Su ubicación se da entre los 2.630 metros en las partes más bajas y los 3.316 msnm en la cima de mayor altura, que es el cerro de Guadalupe. El cerro de Monserrate se

halla separado del anterior por el río San Francisco con una altura de 3.190 metros sobre el nivel del mar.⁷La UPZ Sagrado Corazón es el número 91. Se encuentra en el extremo noroccidental de la localidad, limita al norte con la localidad de Chapinero de la cual lo separa el río Arzobispo; al nororiente marca el perímetro urbano de la ciudad, y a partir de la calle 33A sigue la carrera Quinta; al sur limita con la Avenida Jorge Eliécer Gaitán o calle Veintiséis, y al occidente con la localidad de Teusaquillo, de la cual lo separa la Avenida Caracas. Cuenta con 126,66 ha y una población de 4.595 habitantes. Sus barrios son La Merced, Parque Central Bavaria, Sagrado Corazón, San Diego, Samper y San Martín. (Santafe, 2018)

La localidad de Santa Fe está dividida en cinco UPZ (Unidades de Planeamiento Zonal). A su vez, estas unidades están divididas en barrios. Asimismo, cuenta con las veredas Monserrate, Guadalupe y El Verjón, que son zonas sin urbanizar que ocupan la mayor parte del territorio de la localidad.



ECONOMIA

De carácter comercial mayoritariamente, hay algunas factorías pequeñas. El principal renglón económico es el de los servicios entre los cuales se destacan el financiero, entretenimiento, hotelería y turismo.

Existen zonas de uso institucional, así como institutos técnicos y universidades como la Universidad de los Andes, la Jorge Tadeo Lozano, la Universidad Central (Colombia), Universidad Incca de Colombia, el Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, la Universidad Autónoma, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca, la Universidad La Gran Colombia y por supuesto las Facultades de Medio Ambiente - Recursos Naturales y Ciencias humanas (macarena) de la Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

La UPZ Sagrado Corazón es la número 91. Se encuentra en el extremo noroccidental de la localidad, limita al norte con la localidad de Chapinero de la cual lo separa el río Arzobispo; al nororiente marca el perímetro urbano de la ciudad, y a partir de la calle 33A sigue la carrera Quinta; al sur limita con la Avenida Jorge Eliécer Gaitán o calle Veintiséis, y al occidente con la localidad de Teusaquillo, de la cual lo separa la Avenida Caracas. Cuenta con 126,66 ha y una población de 4.595 habitantes. Sus barrios son La Merced, Parque Central Bavaria, Sagrado Corazón, San Diego, Samper y San Martín.

PROYECTOS ARQUITECTONICOS EN DESARROLLO

Durante los últimos 8 años la localidad de Santa Fe ha sido testigo de los diferentes proyectos inmobiliarios de gran magnitud que se han venido ejecutando y que aún faltan por desarrollar, proyectos tales como el edificio Bd Bacata reconocido por su innovador diseño ubicado en el corazón de Bogotá sobre la calle 19 con carrera 5. Por otro lado tenemos el revolucionario e innovador proyecto de construcción del edificio Atrio el cual se llevara el galardón del edificio más alto de Colombia el cual contara con operaciones de tipo comercial, turística y laborales, ubicado en la calle 26 con avenida caracas en la Upz Sagrado Corazón, adicional a esto es importante resaltar que este proyecto se encuentra a escasos metros del terreno donde se construirá el

gran proyecto estación central donde se interconectara el sistema masivo Transmilenio y la cual atravesara la primer línea del metro.

Problemáticas localidad de Santafé

De acuerdo a una entrevista con el alcalde local Gustavo Alonso Niño de la localidad de Santafé de la ciudad de Bogotá y como una importante fuente de información primaria, nos expresó las siguientes problemáticas por las cuales atraviesa actualmente la localidad, las cuales sujetan el óptimo desarrollo socioeconómico de la localidad debido a estas falencias que nombramos a continuación:

- Bajo presupuesto asignado a la localidad: El distrito asigno para la localidad un presupuesto total de \$ 19mil millones para 110.000 habitantes, lo cual no es coherente debido a que esta localidad no solo cuenta con este número de habitantes, sino por el contrario por ser una localidad protagonista en el sector laboral de la capital cuenta con una población flotante de dos millones de personas a las cuales también se deben atender desde diferentes áreas estatales.
- Según el último registro emitido por el censo en la localidad hay 110.000 residentes.
- Seguridad: La alta inseguridad en esta localidad afecta notablemente aspectos como el turismo y el deseo de población flotante por querer habitar esta zona.
- Espacio público: La invasión del espacio público desata problemáticas como la inseguridad.
- Pobreza & vendedores informales: La llegada de vendedores ambulantes de todo el territorio nacional a esta localidad es masiva e incontrolable en ocasiones, tanto así que es la localidad con más cantidad de vendedores ambulantes a nivel nacional expresa Alonso Niño alcalde local de la localidad de Santafé.
- Habitante de calle: En este reglón el alcalde expresa la importancia de aunar esfuerzos con localidades vecinas como mártires y candelaria con el fin de mitigar y

reducir el número de habitantes de calle, los cuales desatan un problema social que impacta en la tranquilidad de los residentes y transeúntes de la localidad de Santafé.

- Santafé es la localidad más pobre de Bogotá, según la encuesta multipropósito.
- Santafé es la localidad con más vendedores informales en todo el país según el IPES Y EL TIEMPO.

PERSPECTIVA A CORTO & MEDIANO PLAZO

1. Recuperación del espacio público
 2. Oportunidades para vendedores ambulantes.
- Renovación +Respeto espacio público= Seguridad=turismo=eliminación de pobreza.

VIRTUDES DE LA LOCALIDAD DE SANTAFE

Mayor número de universidades e institución superior.

Comercio – San Victorino. 20.000 empleos directos y 40.000 indirectos.

Principales sitios turísticos de la ciudad Monserrate, Guadalupe.

Reglón financiero más importante de la ciudad.

Entidades públicas de poder.

De acuerdo a los expresado por niño en la entrevista define que siempre se evalúa una ciudad por la calidad de organización de la zona centro.

Los diferentes planes de renovación urbana proyectados en la Upz sagrado corazón impulsa el crecimiento y desarrollo de la localidad.

10.2. Estudio de viabilidad de la población versus los servicios inmobiliarios

Caracterización del Público objetivo: El mercado objetivo parte de dos columnas base: Propietarios de bienes inmuebles (Arrendadores) y no propietarios de bienes inmuebles con la necesidad de inmuebles (Arrendatarios) en la localidad de santafe UPZ sagrado corazón.

Encuesta: Con el objetivo de evaluar las preferencias y deseos del público objetivo con relación a la intención de uso de servicios inmobiliarios y sus expectativas actuales con respecto al mercado inmobiliario, se llevó a cabo una encuesta a las personas que habitan o transitan por los barrios (La Merced, Parque Central Bavaria, Sagrado Corazón, San Diego, Samper y San Martín) pertenecientes a la UPZ sagrado corazón de la localidad Santafé en el corazón de la capital de la república de Colombia, sitio en el cual se llevara a cabo la posible operación de agencias inmobiliarias en un futuro.

Ficha técnica de la encuesta

- **Población objetivo:** Propietarios y potenciales arrendatarios de inmuebles residenciales en la UPZ sagrado corazón localidad de santafe en el centro de Bogotá.
- **Población:** 4595 habitantes
- **Nivel de confianza:** 95%
- **Error:** 0,0875
- **Tamaño de muestra:** 125
- **Rango de aplicación de encuesta:** junio 1 2018 – Julio 5 2018
- **Herramienta de recolección:** Tecnológica, correo electrónico google form.

Estudio de mercado - Usabilidad Agencia Inmobiliaria Localidad de Los Martires UPZ Sagrado Corazón.

La siguiente encuesta tiene como objetivo recopilar información de la población residente y flotante de la UPZ con el fin de determinar el grado de usabilidad de servicios inmobiliarios.

***Obligatorio**

1. Vive usted actualmente en la UPZ Sagrado Corazón perteneciente a la localidad mártires en el centro de Bogotá. *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Sí
☐ No

2. ¿Cual es el estrato de la zona donde esta ubicada su vivienda?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Estrato 1
☐ Estrato 2
☐ Estrato 3
☐ Estrato 4
☐ Estrato 5
☐ Estrato 6

3. Determine su tipo de vivienda

Marca solo un óvalo.

- ☐ Propia
☐ Propia - Hipotecada
☐ Arrendada
☐ Vive con sus padres o algún familiar

4. ¿Cual es su estado laboral actual?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Empleado a termino indefinido
☐ Empleado a termino fijo
☐ Empresario o independiente
☐ Desempleado
☐ Pensionado

5. ¿Cual es su nivel máximo de estudios alcanzado?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Primaria
☐ Bachillerato
☐ Profesional
☐ Postgrado

SERVICIOS INMOBILIARIOS

A continuación se diagnostica el estado actual de la oferta de servicios inmobiliarios.

6. ¿Usa o ha usado en alguna ocasión los servicios de una inmobiliaria?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

7. ¿Que tipo de servicios inmobiliarios ha usado?

Selecciona todos los que correspondan.

- ☐ Administración de arrendamiento
☐ Compra de inmuebles
☐ Venta de inmuebles
☐ Avaluos comerciales
☐ Mantenimiento de inmuebles
☐ Seguros de Arrendamiento
☐ Corretaje
☐ Otro

8. ¿Con que frecuencia ha usado los servicios de las inmobiliarias?

Marca solo un óvalo.

- ☐ 1 vez al año
☐ Entre 2 y 4 veces al año
☐ Mas de 4 veces al año
☐ Casi nunca
☐ Nunca

Calificación de Servicios Inmobiliarios

A continuación califique el servicio recibido por agencias inmobiliarias.

9. Califique el costo de los servicios inmobiliarios

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy costoso	☐	☐	☐	☐	☐	Muy adecuado

10. Califique la calidad de los servicios recibidos

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy baja	☐	☐	☐	☐	☐	Muy alta

11. Califique la amabilidad del personal que le atendió

Marca solo un óvalo.

	1	2	3	4	5	
Muy baja	☐	☐	☐	☐	☐	Muy alta

12. ¿Estaría dispuesto a que una inmobiliaria administrara sus inmuebles prestando el servicio de intermediación?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

13. ¿Le parece más fácil y rápido encontrar el inmueble que se ajuste a sus necesidades o preferencias por medio de una inmobiliaria?

Marca solo un óvalo.

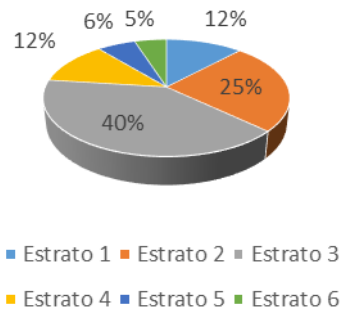
- ☐ Si
☐ No

Con la tecnología de
 Google Forms

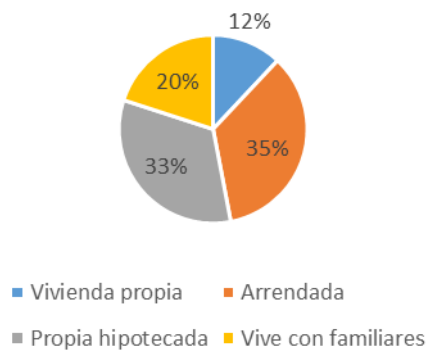
RESULTADOS



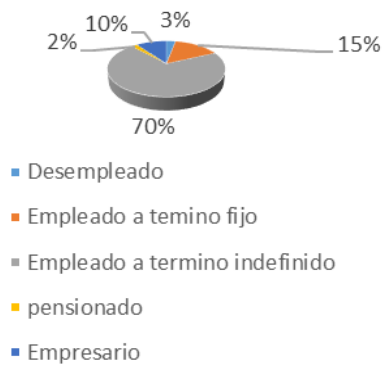
¿Cual es el estrato de la zona donde esta su vivienda?



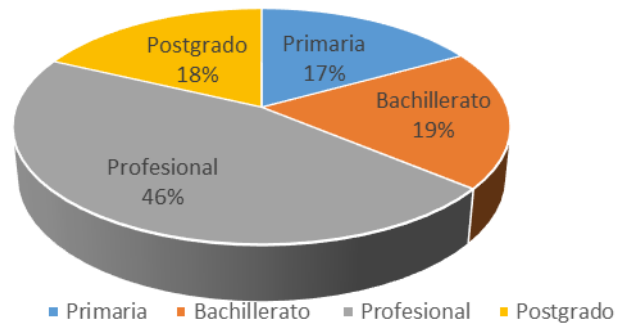
Tipo de Vivienda



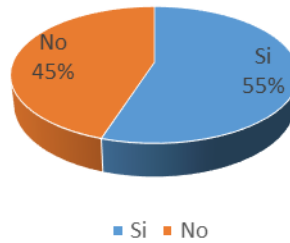
Situacion Laboral



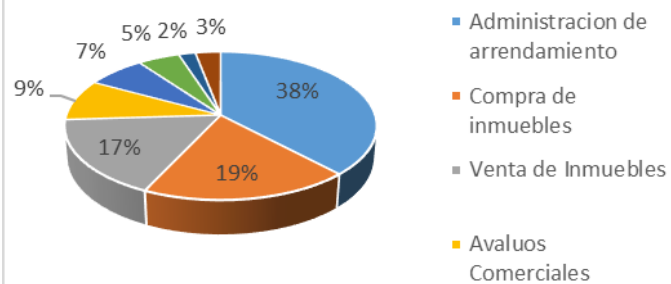
Grado academico



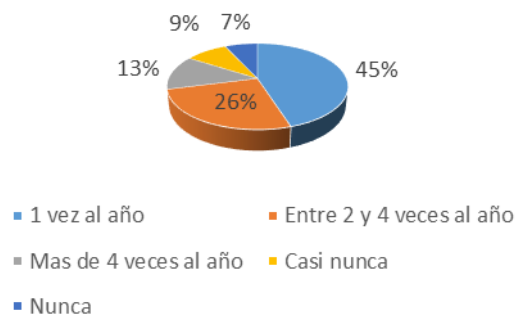
Usa o ha usado en alguna ocasion los servicios de una inmobiliaria



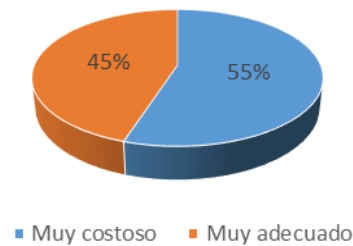
¿Que tipo de servicios inmobiliarios ha usado?



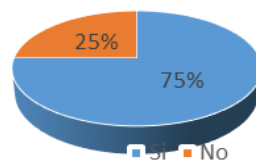
Con que frecuencia ha usado los servicios de las inmobiliarias



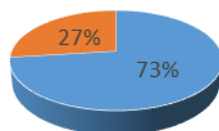
Califique el costo de los servicios inmobiliarios



¿Estaría dispuesto a que una inmobiliaria administre sus inmuebles como intermediaria?



¿Le parece más fácil y rápido encontrar el inmueble que se ajuste a sus necesidades o preferencias por medio de una...



■ Si ■ No

ENTREVISTA A EXPERTOS

Según Diego Fernando Prada Gerente general de prabyc ingenieros expresa en una entrevista llevada a cabo por el portal especializado en la promoción de bienes inmuebles mediante el uso de herramientas tecnológicas y el internet, que el centro de bogota volverá a ser el eje de la ciudad, además de esto destaca los nuevos proyectos de inversión inmobiliaria y por consiguiente la alta valorización del metro cuadrado que puede llegar a costar hasta seis millones de pesos, comparando el crecimiento con el de ciudades como manhattan, Madrid, Barcelona en donde la valorización llego a incrementarse en un 2000% durante los últimos 5 años, al mismo tiempo resalta el desarrollo de grandes proyectos de infraestructura como catalizador para la repoblación de las ciudades y evitar la expansión de la misma. Finalmente concluye con una mirada futurista el centro de Bogotá como una zona icono de desarrollo en la ciudad.

10.3. Diseño estratégico para la creación de futuras empresas del sector inmobiliario en la localidad de estudio.

Se llevó a cabo la elaboración del diseño estratégico mediante el desarrollo de herramientas gerenciales de diagnóstico como la Dofa, Mefi, Mefe y la matriz de competitividad. con este análisis logramos plasmar toda la información arrojada a partir del primer y segundo objetivo de nuestra investigación, buscando mediante este análisis llegar a una conclusión y dar validez o rechazo a la hipótesis planteada inicialmente en el proyecto. A continuación, se presentan las matrices de diagnóstico estratégico.

DOFA:

Con esta herramienta logramos plasmar las principales Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas que se presentan en la Upz Sagrado Corazón Localidad de Santafé en el Centro de Bogotá, con respecto a la usabilidad de servicios inmobiliarios por parte del público objetivo al cual se le aplico la herramienta de recolección de datos primarios.

Análisis DOFA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
Renovación urbana	Invasión del espacio publico
Reglón financiero más importante de la ciudad	Pobreza & vendedores informales
Entidades públicas de poder	Habitantes de calle
Nuevos proyectos de inversión inmobiliaria	Bajo presupuesto publico
Facilidad de acceso	Inseguridad
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
Turismo	
Mayor dinamismo en el comercio	
Zona más importante de Bogotá	
Gran porcentaje del público objetivo vive en arriendo	Falta de apoyo estatal
70% de los encuestados tienen un trabajo estable	Dependencia de las localidades vecinas
75% de los propietarios de inmuebles están dispuestos a entregar su inmueble en arriendo	Corrupción
73% de los arrendatarios buscan inmuebles a través de inmobiliarias	
64% tienen un nivel educativo alto	

MATRIZ MEFE

Con esta herramienta se clasificaron y calificaron la oportunidades y amenazas existentes en el entorno dándoles una puntuación individual de 1 a 3 con respecto al grado de importancia de cada factor el cual tiene un peso entre 1 & 100%

- 1 La respuesta es pobre
- 2 La respuesta es promedio
- 3 La respuesta está por encima del promedio

FACTORES EXTERNOS CLAVE	IMPORTANCIA PONDERACION	CLASIFICACION DE EVALUACION	VALOR	Puntuacion
Oportunidades				2,32
Turismo e inversion	0,10	3	0,3	
Mayor dinamismo en el comercio	0,08	3	0,24	
Zona mas importante de Bogotá	0,07	3	0,21	
Turismo	0,07	3	0,21	
Gran porcentaje del publico objetivo vive en arriendo	0,10	2	0,2	
70% de los encuestados tienen un trabajo estable	0,10	2	0,2	
75% de los propietarios de inmuebles estan dispuestos a entregar	0,09	2	0,18	
73% de los arrendatarios buscan inmuebles a traves de	0,15	2	0,3	
64% de los encuestados tienen un nivel educativo alto	0,10	2	0,2	
Amenazas				
Falta de apoyo estatal	0,05	2	0,1	
Dependencia de las localidades vecinas	0,05	2	0,1	
Corrupcion	0,04	2	0,08	

ANALISIS:

Una puntuación de 2,32 nos indica que la Upz sagrado corazón y las variables de evaluación con respecto a la usabilidad de servicios inmobiliarios en la zona no están siendo atacadas de manera concreta. Existen mayormente un numero de oportunidades latentes en el mercado que pueden ser aprovechadas por futuros empresarios con visión de negocio en el sector inmobiliario. Por otro lado, tenemos las amenazas que apuntan a las falencias que tiene el sistema político a nivel nacional y que impactan directamente en el libre desarrollo de la localidad.

Finalmente, la respuesta de la localidad e inmobiliarias en esta localidad es promedio con una puntuación final de 2,32 en una escala de 1 a 3.

MATRIZ MEFI

Con esta herramienta se clasificaron y calificaron la oportunidades y amenazas existentes en el entorno dándoles una puntuación individual de 1 a 4 con respecto al grado de importancia de cada factor el cual tiene un peso entre 1 & 100%

- 1 La respuesta es pobre
- 2 La respuesta es promedio
- 3 La respuesta está por encima del promedio
- 4 La respuesta es superior.

FACTORES INTERNOS CLAVE	IMPORTANCIA PONDERACION	CLASIFICACION DE EVALUACION	VALOR	Puntuacion
Fortalezas				
Renovacion urbana	0,15	3	0,45	2,7
Reglon financiero mas importante de la ciudad	0,1	3	0,3	
Entidades publicas de poder	0,05	2	0,1	
Nuevos proyectos de inversion inmobiliaria	0,15	4	0,6	
Facilidad de acceso	0,05	3	0,15	
Debilidades				
Bajo presupuesto publico	0,1	3	0,3	
Inseguridad	0,15	2	0,3	
Invacion del espacio publico	0,15	2	0,3	
Pobreza & vendedores informales	0,05	2	0,1	
Habitantes de calle	0,05	2	0,1	

A nivel interno en la localidad existen fortalezas que deben ser explotadas por parte de las compañías inmobiliarias, pues es un sector que hoy en día es objeto de múltiples proyectos que conducen a la valorización y atracción de turismo, comercio e inversión. Algunas debilidades se presentan en el sector público ante la falta de atención de problemáticas que afectan el libre desarrollo de las fortalezas pero que poco a poco serán mitigadas con la intervención de planes de renovación urbana a cara de la empresa ERU. Finalmente tenemos una ponderación de 2,7 esto nos quiere decir que a nivel interno la respuesta de la Upz y servicios inmobiliarios es promedio, con muchas oportunidades por aprovechar y explotar con visión de negocio.

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD

Con esta herramienta se analizó las tres principales compañías que operan en la UPZ sagrado corazón evaluando así los principales factores críticos de éxito que pueden determinar el éxito de inmobiliarias en la zona. A cada uno de los factores se le asigno un peso comprendido entre 1 & 100% y una calificación de 1 a 4 en donde uno es una gran debilidad y 4 una gran fortaleza, finalmente se pondero y obtuvimos los resultados que nos llevan a las conclusiones.

MATRIZ DE COMPETITIVIDAD								
FACTORES CRITICOS DE ÉXITO		EMPRESA A (RV INMOBILIARIA)		EMPRESA B (SOTO POMBO)		EMPRESA B (INMOBILIARIA BOGOTÁ)		
	PESO	CALIFICACION	PUNTAJE	CALIFICACION	PUNTAJE	CALIFICACION	PUNTAJE	
Reputacion de marca	0,09	4	0,36	2	0,18	1		0,09
Capacidad tecnologica	0,25	3	0,75	1	0,25	2		0,5
Calidad del servicio	0,25	3	0,75	2	0,5	2		0,5
Satisfaccion del cliente	0,25	2	0,5	2	0,5	3		0,75
Talento humano calificado	0,08	3	0,24	2	0,16	2		0,16
Experiencia	0,08	3	0,24	4	0,32	2		0,16
Totales	1		2.84		1.91			2.16

Escala de calificación:

4 significa una gran fortaleza, 3 – fuerza menor, 2 – debilidad menor y 1 – gran debilidad.

Análisis:

De las tres compañías seleccionadas como las principales compañías que atienden el sector inmobiliario actualmente en la UPZ sagrado corazón tenemos que todas se encuentran con debilidades genéricas de acuerdo a la ponderación de los factores críticos de éxito, lo que representa una gran oportunidad para ingresar con nuevas propuestas de valor que impacten de manera positiva en este sector.

11. CONCLUSIONES

1. Esta investigación es una herramienta que brinda una visión más oportuna acerca de la viabilidad de generar empresas del sector inmobiliario en la Upz Sagrado corazón en la localidad de Santa Fe centro de Bogotá. De esta manera lo que nos permite la investigación a futuro es identificar y medir los riesgos más comunes a los cuales se enfrentarán los futuros empresarios del sector.
2. Se identificó en el estudio de mercados que en los estratos más altos (4, 5 y 6), existe una mayor acogida con respecto al pago de servicios inmobiliarios.
3. El análisis de mercado nos da a conocer que el 75% de los propietarios de inmuebles en la zona están dispuestos a arrendar sus inmuebles con intermediación inmobiliaria,
4. En el análisis de competitividad se identifica la necesidad de hacer un gran énfasis en variables de mercadeo como la marca y otras como la satisfacción del cliente y la profesionalización del talento humano para tomar ventaja competitiva sobre los actuales competidores,
5. El interés creciente de los inversionistas privados por desarrollar grandes proyectos arquitectónicos en la zona, hacen del entorno un lugar atractivo para turistas, foranes y público en general.

6. Gracias a las grandes concentraciones de corporaciones financieras y por el interés cada vez más alto de las personas querer vivir cerca de su sitio de trabajo hace de la zona un punto atractivo para ofertar inmuebles en la modalidad de arriendo.

BIBLIOGRAFIA

12. Bibliografía

Bogotá, S. D. (2011). *21 Monografías de las localidades*. Bogotá.

Distrital, U. A. (2017). *Análisis Inmobiliario 2016-2017* . Bogotá.

Cediel Sánchez, V., & Velásquez Vega, C. (2015). ¿HAY UNA BURBUJA INMOBILIARIA EN BOGOTÁ? UN ESTUDIO POR SEGMENTOS DE MERCADO? *Revista de Economía Institucional*, 233-257.

Cogua Moreno, M., & Orjuela Hernández, C. (2013). *DINÁMICA DE LA CONSTRUCCIÓN POR USOS LOCALIDAD SANTA FE*. Bogotá.

Distrital, U. A. (2017). *Análisis Inmobiliario 2016-2017* . Bogotá.

Durán Téllez , J., & Huertas Tamayo, M. (2014). *Trabajo de grado: aspectos sobre el sector inmobiliario que pueden determinar la existencia o no de una burbuja inmobiliaria: análisis del caso de los estratos altos en las localidades de chapinero y Usaqué en la ciudad de Bogotá*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Spain: Thomson Editores.

González, B., Remolina, N. (2000). *Aprender a investigar investigando*. Instituto Internacional de teología a distancia con la Pontificia Universidad Javeriana.

Gonzalez Rodriguez, L. (2009). *Trabajo de grado: Plan De Negocios Para La Creación De “Nombre” Empresa De Capacitación Inmobiliaria De Avanzada*. Bogotá: Pontificia Universidad Javeriana.

Lis Gutiérrez, J., Campo Robledo, J., & Herrera Saavedra, J. (2012). *Estudio sobre el sector Vivienda en Colombia*. Bogotá: Superintendencia de Industria y Comercio.

Marín, J. (2012). *La investigación en educación y pedagogía*. Bogotá, USTA.

