

CONSTRUYENDO JUNTOS

**FRANCISCO JAVIER ESTUPIÑAN MENDOZA
JUAN PABLO CARVAJAL VELEZ
MATEO ESCOBAR ARANGO**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO - CES
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS
MEDELLIN
2015**

CONSTRUYENDO JUNTOS

**FRANCISCO JAVIER ESTUPIÑAN MENDOZA
JUAN PABLO CARVAJAL VELEZ
MATEO ESCOBAR ARANGO**

**Proyecto de grado presentado como requisito para optar el título de
Especialista en Gerencia de Empresas**

**Asesor Metodológico
OLGA LUCIA RESTREPO BOTERO**

**UNIVERSIDAD DEL ROSARIO - CES
ESPECIALIZACIÓN EN GERENCIA DE EMPRESAS
MEDELLIN
2015**

Nota de Aceptación

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Medellín, Enero 2015

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. DE LA IDEA A LA INNOVACION	6
1.1. DEFINICION DEL NEGOCIO	6
1.1.1 Que vamos a hacer	6
1.1.2 Misión	6
1.1.3 Visión	6
1.1.4 Objetivo General	6
1.1.5 Objetivos Específicos	6
1.2 RECURSO HUMANO	7
1.2.1 Organigrama	8
1.3 ENTORNO	9
2. MEZCLA DE MERCADEO	26
2.1 SERVICIO	26
2.1.1 Líneas de servicios	26
2.1.2 Aspectos más atractivos para atraer la atención de los clientes	27
2.1.3 Características Diferenciadoras	28
2.2 MERCADO	29
2.2.1 SEGMENTACION DEL MERCADO	29
2.2.2 Tendencia del Mercado	30
2.2.3 Segmento de Mercado para Cautivar	30
2.2.4 Clientes Actuales y Potenciales	32
2.2.5 Influenciador de Compra	32
2.3 COMPETENCIA	32
2.3.1 Directa	32
2.3.2 Indirecta	33
2.4 PRECIO	33
2.5 DISTRIBUCION	33
2.6 IMAGEN COPORTATIVA	34
2.7 PROMOCION Y PUBLICIDAD	34
2.7.1 Descripción del plan de comunicaciones	34
3. CONSTITUTUCIÓN DEL BIEN O SERVICIO	37
3.1 PARTE PRODUCTIVA	37
3.1.1 Flujograma	37
3.1.2 Descripción del Proceso	38
3.1.3 Consecución de Materia Prima	39

3.1.4 Sistemas de control de calidad	39
3.1.5 Equipos e Infraestructura	39
3.2 EVALUACION FINANCIERA	39
3.2.1 Estados Financieros	40
3.2.2 Análisis Financiero	42
3.2.3 Modelo financiero construyendo juntos	44
3.2.4 Inversión Inicial	46
3.2.5 Costos	46
3.2.6 Ingresos	47
3.2.7 Flujo de Caja del Proyecto	47
3.2.8 Financiación del Proyecto	48
3.2.9 Fiducia	48
3.2.10 Indicadores financieros modelo construyendo juntos	49
3.3 ASPECTO JURIDICO	50
3.3.1 Tipo de sociedad responsabilidad y socios	50
3.3.2 Trámites administrativos y obligaciones contables	50
3.3.3 Tipos de contrato de trabajo	50
3.3.4 Obligaciones fiscales	50
3.3.5 Normas Ambientales y restricciones	51
3.3.6 Permisos licencias y seguros	51
 BIBLIOGRAFIA	 52
 ANEXOS	 53

1. DE LA IDEA A LA INNOVACION

1.1. DEFINICION DEL NEGOCIO

1.1.1 Que vamos a hacer. El Proyecto consiste en la creación de una empresa de servicios para la construcción, fundamentada en dos doctrinas, las cuales serán el foco de la estrategia de mercadeo. Estas son:

- Diseño de un modelo asociativo para la construcción de vivienda.
- Construcción de los diferentes elementos de carácter social y financiero, para crear un modelo sostenible

El fin último de esta propuesta es poder alcanzar responsabilidad social y equilibrio ambiental para las partes involucradas.

1.1.2 Misión. Nuestro propósito será el de generar proyectos de vivienda con un impacto social y medioambiental positivo a través un trabajo cooperativo y de colaboración, con el objetivo de construir juntos bienestar y calidad de vida de nuestros clientes y trabajadores.

1.1.3 Visión. Construyendo Juntos busca para el 2020 ser reconocida socialmente como una empresa hacedora de responsabilidad social empresarial, logrando con ello aumentar su posicionamiento y liderazgo en el mercado.

1.1.4 Objetivo General. Realizar un plan de negocio con el fin de evaluar la probabilidad de éxito en la creación de una empresa dedicada a la construcción de edificaciones sustentables mediante la aplicación del modelo asociativo.

1.1.5 Objetivos Específicos.

- Hacer estudios comerciales para determina la probabilidad de sostenibilidad y rentabilidad del negocio.
- Analizar el mercado donde se evidencie la necesidad expuesta de nuestros servicios.

- Elaborar un estudio técnico para determinar los servicios a ofrecer junto con los procesos requeridos para llevar a cabo el alcance de nuestros proyectos.
- Hacer un análisis administrativo con el cual se puedan determinar los cargos, los perfiles, los recursos y los esfuerzos para administrarlos eficientemente.
- Realizar un estudio financiero para determinar la estructura de costos requerida para que el negocio sea rentable y sostenible.
- Diseñar un modelo de interacción entre asociados al fondo de empleados y Construyendo Juntos, que permita satisfacer de manera coherente la necesidad de vivienda.

1.2 RECURSO HUMANO

Los tres promotores de este proyecto actualmente compartimos un interés por la gerencia de empresas y encontramos un interés común que nos llevó a desarrollar este proyecto, tenemos experiencia, conocimientos y aptitudes complementarias y sobretodo, compartimos una visión común de cómo debe ser nuestra actividad y los planteamientos para conseguir el éxito.

Francisco Javier Estupiñan Mendoza: Principal promotor e “inductor” de este proyecto, Ingeniero civil de la Universidad Nacional de Colombia sede Medellín, Especialista en Gerencia de empresas de la universidad Ces, acumula más de 8 años de experiencia en el sector de la construcción. Ha trabajado, en diversas empresas constructoras. Actualmente es el Coordinador de la infraestructura civil de una central de generación de energía de una empresa de las más importantes del sector energético a nivel nacional.

Juan Pablo Carvajal Vélez: Ingeniero de Producción de la Universidad EAFIT con énfasis en logística, especialista en Gerencia de empresas de la universidad Rosario/Ces, se ha desempeñado en el sector de servicios con una trayectoria en el área comercial y de procesos como suscriptor de riesgos y auditor de procesos y seguros, Actualmente y desde hace 3 años trabaja para la compañía Seguros Suramericana como actualmente se desempeña como analista de procesos y seguros.

Mateo Escobar: Médico Veterinario y Zootecnista de la Universidad CES, Especialista en Gerencia de Empresas Universidad del Rosario / CES, con aptitudes comerciales, que pueden ser de gran utilidad para el desarrollo de este proyecto.

1.2.1 Organigrama

GERENTE DEL PROYECTO

Objetivo: Asegurar las funciones y el desarrollo normal de los objetivos del proyecto, verificando el cumplimiento financiero y operativo, a través de servicios y contratos, mantenimiento, operación, vigilancia y supervisión de las instalaciones, los bienes muebles e inmuebles que requiera el proyecto, cumplir con las obligaciones fiscales y las que se tienen con terceros, como los empleados, clientes, proveedores.

Funciones: Dirigir, coordinar, supervisar y dictar normas para el eficiente desarrollo de las actividades de la empresa en cumplimiento de las políticas adoptadas por la Junta de asociados.

- Presentar informes a la Junta de Asociados en pro de los programas y políticas que estos tienen, sometiendo a su aprobación los proyectos y nuevas estrategias, como los presupuestos de ingresos, costos y gastos de la empresa.
- Presentar a la Junta de Asociados alguna modificación a los estatutos de la empresa.
- Celebrar contratos que se encuentren relacionados con el proyecto.
- Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la empresa.

- Autorizar la contratación de nuevo personal, crear grupos de trabajo que considere necesarios.
- Exigir las garantías y contratar las pólizas de seguros necesarios para la protección de los bienes e intereses patrimoniales de la empresa y otros riesgos cuyo amparo se estime social y económicamente.

Salario: Según las condiciones del mercado, se pretende asignar un salario que incluye las prestaciones de ley de \$10.000.000

DIRECTOR DE OBRA

Objetivo: Coordinar, dirigir la planeación de las diferentes etapas de la demolición, construcción, vigilancia, supervisión y finalización del proyecto, teniendo en cuenta los requerimientos preestablecidos.

Funciones: Verificar y controlar los planes en la construcción siguiendo los cronogramas dados para este fin.

- Elaboración los cronogramas, proponiendo los cargos necesarios para obtener el cumplimiento de estos o las consultorías que se requieren en las diferentes etapas de construcción.
- Determinar los recursos financieros, operativos y de personas que se requiere en cada etapa.
- Autorizar y suscribir los contratos de obra y servicios a celebrar entre la empresa y terceros involucrados en el proceso.
- Verificar y dar visto bueno a los presupuestos de obras con sus precios unitarios, análisis de indirectos, factor de salario real, costo horario del equipo, explosión de insumos, análisis de mano de obra y equipos.
- Asegurar la aplicación de las estrategias de operación.

Salario: Según las condiciones del mercado, se pretende asignar un salario que incluye las prestaciones de ley de \$7.000.000

RESIDENTE DE OBRA

Objetivo: Ser responsable de la correcta ejecución de procesos en la obra y garantizar el manejo de los materiales y entregas.

Funciones: Hacer los requerimientos de materiales, siendo estos ajustados a los planes de los inventarios que se mantendrán y dando el visto bueno al uso de estos.

- Formalizar las actas de verificación física de las diferentes etapas de la construcción y su entrega posterior.
- Llevar los cronogramas de obras y ser el encargado de elaborar los informe para los diferentes entes de control.
- Hacer la solicitud de materiales para al almacén y hacer los pedidos de aquellas que hagan falta para cumplir con los planes de construcción.
- Hacer las solicitudes de personal que se necesita para las obras y dar su visto bueno para iniciar el proceso de contratación.

Salario: Según las condiciones del mercado, se pretende asignar un salario que incluye las prestaciones de ley de \$4.500.000

MAESTRO DE OBRA

Objetivo: Enlace entre los obreros y el ingeniero residente o el personal técnico.

Funciones: Se encargara de dirigir y supervisar el personal en campo.

- Recibir información del departamento de ingeniería, tales como métodos constructivos, diseños y calidad.
- Velar por la seguridad ocupacional de los trabajadores incluyendo a los contratistas.
- Distribuir tareas realizadas por el personal para su control presupuestal.
- Examinar las planillas con el DP.
- Velar por la seguridad ocupacional de todos los trabajadores.
- Dirigir y revisar los trabajos que se hacen por dirección en general.
- Inspeccionar las labores que se hacen por contrato en general.
- Efectuar los cortes a contratistas quincenales en conjunto con el DP.
- Estudiar y dar seguimiento general de planos constructivos y especificaciones durante el proceso constructivo.
- Cuantificar y revisar algunos materiales especiales y labores según le indique el cronograma.
- Aplicar las indicaciones del director y gerente de proyecto.

- Liderar al equipo de trabajo de campo ante el director de proyecto

Salario: Según las condiciones del mercado, se pretende asignar un salario que incluye las prestaciones de ley de \$ 3.000.000

ALMACENISTA

Objetivo: Atender los requerimientos de diferentes unidades o dependencias en cuanto al suministro de materiales, repuestos, equipos y otros rubros de depósito.

Funciones: Recibir y revisar materiales, repuestos, equipos, alimentos y otros suministros que ingresan al almacén.

- Verificar que las características de materiales, repuestos, equipos y/o suministros.
- Recibe y revisa las requisiciones internas de materiales, repuestos y/o equipos.
- Elabora guías de despacho y órdenes de entrega y despacha la mercancía solicitada al almacén.
- Elabora inventarios parciales y periódicos en el almacén.
- Elabora saldos de mercancía que quedan en existencia e informa a su superior inmediato. Guarda y custodia la mercancía existente en el almacén.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

- Ejecutar el control del equipo y herramientas ingresadas por los contratistas.
- Entregar y llevar el control de los materiales y herramientas en bodega entregados a los trabajadores.
- Indicar al MO de materiales de uso frecuente y de existencia permanente en bodega (papelería, gasolina, aceites, equipos de seguridad, herramientas de albañilería).
- Examinar y coordinar con el proveedor el control de las herramientas eléctricas para su mantenimiento mínimo de rutina.
- Mantener en orden dentro de las estanterías los materiales en bodega.
- Informar al MO sobre el estado de los pedidos y del inventario de bodega.

Salario: Según las condiciones del mercado, se pretende asignar un salario que incluye las prestaciones de ley de \$ 1.800.000

CONTRATISTAS

Se contratará ciertos servicios con personas o empresas externas especializadas por medio de subcontratos, con el fin de minimizar la gestión del recurso humano y gestionar de manera eficiente el negocio. Los siguientes son los procesos que serán contratados:

Servicios de vigilancia: Este servicio se contratará una empresa inscrita ante la superintendencia de vigilancia; cumpliendo con las regulaciones existentes en Colombia para la prestación de este servicio.

Contratistas de obra: Se contratarán para diferentes actividades de obra como instalaciones electromecánicas, enchapes, pintura, maderas, estructuras, los mismos deben cumplir las normas de seguridad y control implantadas en el proyecto, asimismo como realizar lo especificado en planos y en caso de cualquier consulta o solicitud de cambio, se hará directamente al Director del Proyecto o al

Maestro de Obra. Estos contratistas son encargados de los requerimientos de servicio posventa.

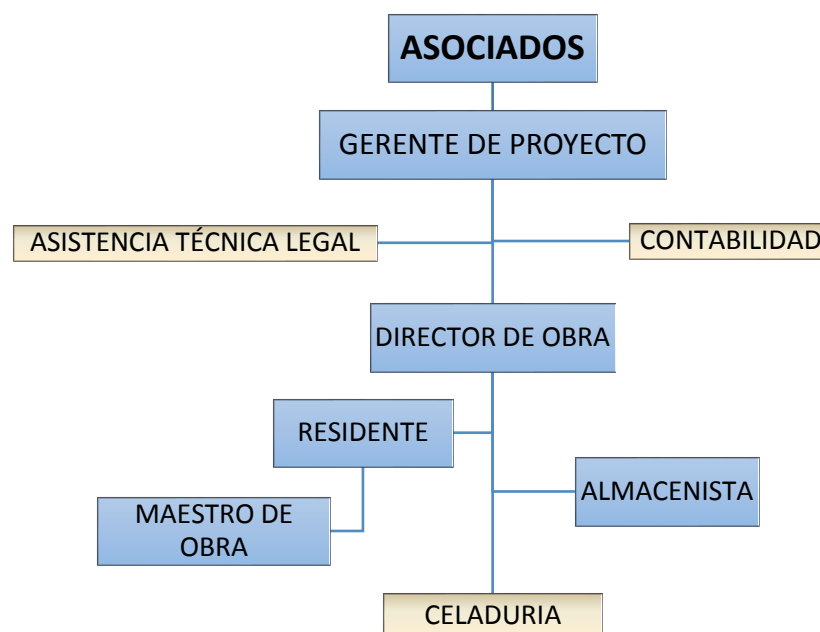
Cada contratista deberá tener un encargado en sitio, el cual será el responsable de la comunicación con los miembros del equipo del proyecto.

Contratación y manejo del recurso humano

CONSTRUYENDO JUNTOS se encargará de designar el gerente de proyecto quien a su vez tendrá a cargo la contratación del personal que conforma el equipo de trabajo. Todos sin excepción serán contratados hasta que se finalice el proyecto o termine su labor y sea recibido a cabalidad por el propietario.

El director de obra será el encargado de la contratación de los contratistas mediante el procedimiento preestablecido.

Los requerimientos de recursos humanos solicitados por el director de obra o el maestro de obra, serán aprobados únicamente por el gerente del proyecto.



1.3 ENTORNO

Colombia es un país que viene en un proceso de evolución económico altamente influenciado por las últimas gobernaciones públicas. La última una fuerza política logro retomar el control del territorio, lo cual adicional a la inversión extranjera, y la buena administración del gasto público logro que la economía se dinamizara, tal situación tuvo un impacto positivo para el crecimiento del PIB y las demás variables macroeconómicas, las cuales no obstante la crisis del 2009 presenta una tendencia al alza.

Evolución de las principales variables macroeconómicas

En el 2011 el crecimiento del PIB fue del 5,9% llegando al 4% para el 2012, la desaceleración se presentó debido reducción en la actividad de algunos sectores como la industria y la construcción.

Lo anterior ha llevado a que el Banco de la república en repetidas ocasiones modifique las tasas de interés con el fin de estimular la economía a través del aumento en el flujo del dinero. Lo anterior se refleja en la fluctuación a la baja que ha presentado en comparación con lo registrado en el año 2011.

Durante el 2012 sectores como establecimientos financieros y de seguros, la explotación de minas y canteras, sector de servicios comunales, transporte fueron los que apalancaron el crecimiento del PIB al experimentar crecimientos por encima de la media.

Durante el 2012 las exportaciones aumentaron un 6,4% respecto al año anterior basado principalmente en el aumento de la venta de petróleo y sus derivados, por otra parte el desempleo durante este año fue reduciendo progresivamente, hasta llegar al 9,4% lo cual indica un mejora frente al 9.8% con el que termino el año anterior.

Población activa y mercado de trabajo

Según el censo realizado por el DANE la tasa de desempleo en diciembre del 2012 fue del 10.4% sobre una población activa de 23.091.000 personas.

El principal sector de ocupación es el del comercio, restaurantes y hoteles el cual emplea el 26.9% de la población, seguida por el sector de servicios comunales sociales y personales con un 18.6% la agricultura, ganadería y pesca con el 18% y la industria manufacturera que emplea al 12.9% de la población ocupada

Distribución de la renta

Colombia se caracteriza por tener en esta materia una distribución muy desigual. Los datos que se tiene registrados del año 2005 muestran que el 20% más rico de la población tenía el 62% de los ingresos, y el 50% de la población más pobre generaba el 14% del total de los ingresos.

No obstante es importante destacar que entre el año 2000 y 2012, la pobreza en el país se redujo del 49,4% al 32,7% de la población y la indigencia se redujo del 17,6% al 10,4% de la población.

Previsiones Macroeconómicas

El Banco central asumió una política monetaria expansiva al final del 2012, que conservaría en 2013, lo que podría afectar ligeramente a la inflación, No obstante, es de esperar que durante el 2014 modifique esta política, cuando la actividad local y externa regrese al crecimiento de medio plazo.

Por otra parte los factores que limitan el crecimiento son: la aún deficiente infraestructura, la desigualdad en la distribución de la renta y el conflicto interno que aún no se ha resuelto.

Tras un importante aumento de la inversión extranjera en 2011, durante el año 2012 se ha visto un nuevo máximo respecto al año anterior, llegando a 15.823 millones de USD, superando el record histórico de inversión extranjera directa en el país

Principales indicadores Macroeconómicos

	2008	2009	2010	2011	2012
PIB					
PIB (MUSD a precios corrientes)	192.610	230.787	286.501	333.155	346.481
Tasa de Variación real (%)	2,5	0,4	4,3	5,9	4,0
INFLACION					
Media Anual (%)	6,99	1,97	3,18	3,67	3,17
Fin del periodo	7,67	2	3,17	3,73	2,44
TIPOS DE INTERES DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL					
Media Anual (%)	9,94	7	4,44	5,15	4,94
Fin del periodo	10,92	4,6	4,21	6,13	4,25
EMPLEO TASA DE DESMPLEO					
Población (x 1000 habitantes)	45.644	ND	45.659	46.044	45.253
Población Activa (x 1000 habitantes)	20.627	21.260	21.260	23.024	23.091
% de desempleo sobre población activa	10,6	12	11,8	10,8	10,4
DÉFICIT PÚBLICO					
% del PIB	2,30%	4,10%	3,90%	2,90%	2,40%
DEUDA PÚBLICA					
En MUSD	72.788	90.662	105.978	110.513	122.320
En % de PIB	37,8	39,3	37	33,2	35,3
EXPORTACIONES DE BIENES					
En MUSD	38.534	34.018	40.828	58.171	61.637
% de variación respecto al año anterior	25,50%	11,70%	20,00%	42,50%	6,00%
IMPORTACIONES DE BIENES					
En MUSD	37.563	31.473	38.464	51.958	55.633
% variación respecto a período anterior	20,6	-16,2	22,2	3,0	7,0
SALDO BALANZA COMERCIAL					
En MUSD	971	2.545	2.363	6.187	6.004
En % de PIB	0,50%	1,10%	0,80%	1,90%	1,70%
SALDO B. CUENTA CORRIENTE					
En MUSD	-6.746	-4.964	-8.809	-9.525	-11.415
En % de PIB	3,50%	2,20%	3,10%	2,90%	3,30%
DEUDA EXTERNA					
En MUSD	46.392	53.312	57.740	75.909	78.642

En % de PIB	24,10%	23,10%	20,20%	22,80%	22,70%
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA					
En MUSD	ND	ND	ND	ND	ND
En % de importación de b.s	ND	ND	ND	ND	ND
RESERVAS INTERNACIONALES					
En MUSD	23.660	24.983	28.452	32.300	37.467
En % de importación de b.s	7,16	9,11	11,9	ND	ND
INVERSION DIRECTA EXTRANJERA					
En MUSD	10.596	7.137	6.758	13.438	1.799

PIB:



Hoy día Según Mauricio Perfetti director del Departamento Nacional de estadísticas DANE los sectores más representativos para el crecimiento del PIB son el de la construcción (9,8%), servicios sociales (5,3%) y el sector agropecuario (5,2%), adicionalmente se destaca que la inversión y el consumo presentaron un gran comportamiento, mientras que la industria manufacturera (-1,2%) fue el único sector que no creció.

Otros sectores que impulsaron el crecimiento en el 2013 fueron: explotación de minas y canteras (4,9%); electricidad, gas de ciudad y agua (4,9%); establecimientos financieros, seguros, inmuebles y servicios a las empresas (4,6%); comercio, servicios de reparación, restaurantes y hoteles (4,3%); transporte, almacenamiento y comunicaciones (3,1%).

Desde el punto de vista de la demanda, el comportamiento del PIB en el 2013 estuvo asociado al crecimiento del consumo final, 4,7%, de la formación bruta de capital, 4,9% y de las exportaciones, 5,3%; todos comparados con el mismo periodo del 2012", El café, con un crecimiento del 22,3 por ciento en el 2013, fue el principal motor de la agricultura, mientras que el consumo de bienes no durables como electrodomésticos también dio un empujón a la economía el año pasado.

Lo anterior pone al país a la vanguardia, pues el comportamiento de la economía pone a Colombia por encima de Chile (4,1%), México (1,1%) y Brasil (2,3), resultados que solo fueron superados en la región por Perú (5%).

Dentro de las actividades económicas del país entre las que más se destacan se encuentran la los servicios financieros, seguros, minería, y construcción. A continuación se ilustran por sectores los aportes realizados al PIB.

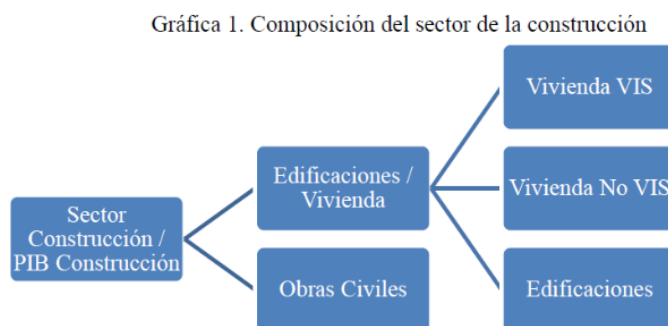
	2008%	2009%	2010%	2011%	2012%
PIB POR SECTORES DE ORIGEN EN COLOMBIA					
ESTABLECIMIENTOS FINANCIEROS, SEGUROS Y SERVICIOS A EMPRESAS	15,67	15,32	18,7	18,35	18,7
SERVICIOS SOCIALES COMUNALES Y PSONALES	16,41	17,3	15,4	15,02	15,33
INDUSTRIA MANUFACTURERA	14,72	14,15	13,9	12,37	11,89
COMERCIO RESTAURACIÓN Y HOTELES	12,07	11,84	11,6	11,24	11,32
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	7,91	6,44	8,1	11,28	11,26
CONSTRUCCIÓN	7,82	8,84	7,42	7,47	7,74
AGROPECUARIO	7,94	0,52	6,5	6,26	5,96
TRANSPORTE ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIÓN	6,25	6,49	6,34	5,82	5,83
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	3,06	3,45	3,98	3,42	3,42
OTROS	8,14	7,63	8,06	8,77	8,56
TOTAL	100	100	100	100	100
COMPONENTES DEL GASTO					
	2008%	2009%	2010%	2011%	2012%
CONSUMO	65,67%	67,47%	67,67%		55,90%
PRIVADO	52,77%	53,34%	53,30%	43,75%	44,01%

PÚBLICO	12,90%	14,13%	14,37%	11,50%	11,89%
Formación bruta de capital fijo	14,79%	19,19%	18,56%	16,89%	17,16%
EXPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	10,53%	13,56%	13,53%	13,56%	13,17%
IMPORTACIONES DE BIENES Y SERVICIOS	10,53%	10,61%	10,61%	14,18%	14,03%

Aporte del sector de la construcción al PIB

El PIB del sector de la construcción es el valor de la producción de un país representado en casas, edificios, estadios, construcción de obras de ingeniería, presas, pozos petroleros, entre otros, durante un determinado periodo de tiempo, medido generalmente en un año.

Está compuesto en dos grandes ramas:



Fuente: CAMACOL 2010, Elaboración Propia.

A manera de ilustración se definen los términos básicos más importantes relacionados con el sector

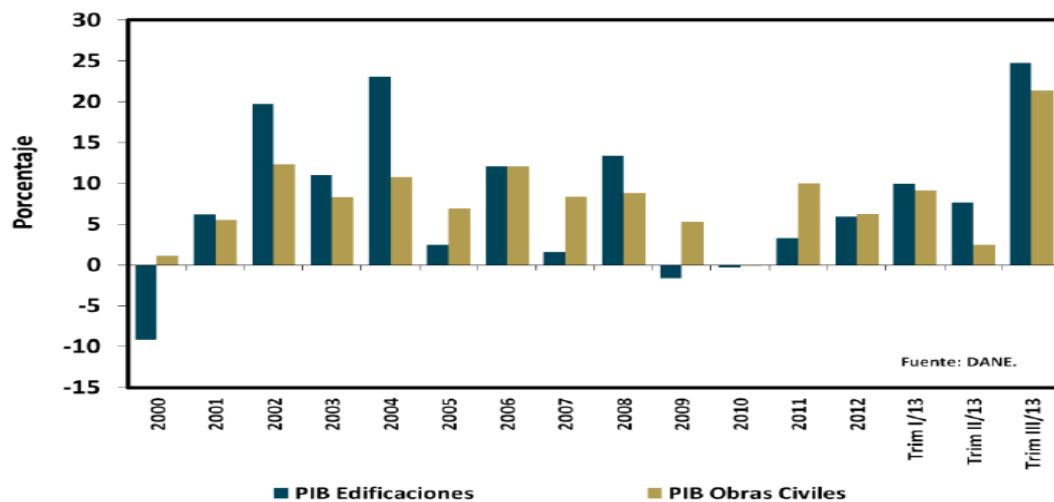
La primera está compuesta por los trabajos de construcción de edificaciones, que agrupa el valor agregado de la construcción de edificaciones residenciales tanto a nivel urbano como rural-, edificios no residenciales, reparación de edificios y mantenimientos, y alquiler de equipos de construcción.

La segunda rama está compuesta de los trabajos asociados con la ingeniería civil, que abarca la construcción de carreteras, vías férreas, puertos y alcantarillados.

En la última década las obras civiles han tenido una fase expansiva importante, mientras que el ciclo de las edificaciones presenta importantes señales de

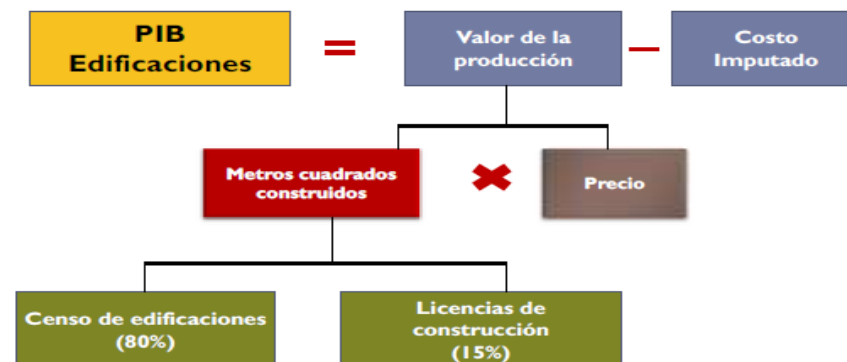
contracción, lo cual sugiere que los importantes resultados descritos para el sector construcción están siendo jalonados por el subsector de obras civiles.

En términos de la participación en el PIB, la tendencia registrada por el sector construcción durante los últimos diez años continúa reflejando ganancia en su nivel de contribución, a excepción del año 2010 donde se presentó una participación inferior a la del año inmediatamente anterior, la cual aumentó nuevamente para los años 2011 y 2012.



Fuente: ANDI

PIB Construcción (Edificaciones)

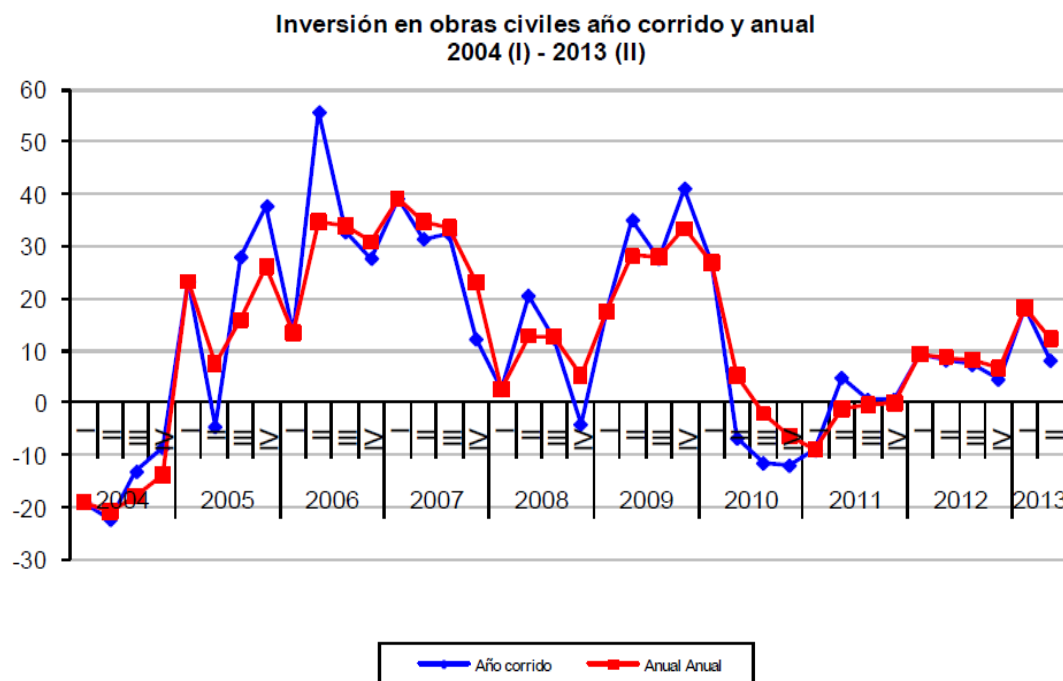


Fuente. CAMACOL - DEET

Para el cálculo del PIB de edificaciones el análisis estadístico permitió identificar una correlación del 75% entre los **metros cuadrados construidos totales** y el PIB de edificaciones. Este hallazgo permitió establecer que la variable **metros cuadrados construidos** es un muy buen indicador líder para entender la dinámica de la actividad edificadora, los movimientos al interior de cada segmento (residencial y no residencial) y la tendencia que posiblemente seguirá el PIB sectorial.

PIB CONSTRUCCIÓN (O.CIVILES)

El Indicador de Inversión en Obras Civiles (IIOC), que es una operación estadística que permite determinar la evolución trimestral de la inversión real en obras civiles, a través del comportamiento de los pagos de las entidades y empresas a los contratistas. La importancia del indicador radica en que a través de él se calcula el valor de la producción de obras civiles en el país, trimestralmente. También, se puede determinar la participación en el PIB y de esta manera establecer y cuantificar el aporte de este sector a la economía del país. De igual manera, el IIOC es útil para que los gobiernos a nivel municipal, departamental y nacional focalicen las inversiones en infraestructura y de esta manera promover el crecimiento y desarrollo económico del país.



Fuente: DNP – Comportamiento sectorial

Flujo de inversión extranjera sector de la construcción

Debido al buen comportamiento que han mostrado los indicadores de la economía colombiana adicional a la recuperación de la seguridad en el país, gran cantidad de firmas extranjeras han manifestado su interés de erradicarse o de participar en los distintos proyectos de infraestructura del país.

Entre los proyectos con mayor renombre se encuentran:

- Inauguración del centro de operaciones de P&G
- La apertura del hotel Hilton en el área financiera de Bogotá (Octubre 2011)
- La apertura del centro de I+D de Kimberly –Clark (Julio 2012)
- La apertura del centro de operaciones de empresa portuguesa Prebuilt

2010	%	2011	%	2012	%
297	4.4	430	3,2	244	1.5

Millones de USD Fuente banco de la republica

Oportunidades que brinda el sector para el proyecto

Según los expertos y la revisión de resultados de estudios de Camacol, Lonja de propiedad Raíz de Medellín y el DANE, el año 2013 terminó con un balance muy positivo, con cifras importantes en ventas de vivienda y un número interesante de licencias aprobadas, además, las proyecciones actuales son positivas ya que muestran una tendencia de crecimiento muy favorable no solo para el sector sino para la economía del país.

La dinámica de crecimiento de la economía colombiana está directamente relacionada con el sector de la construcción, siendo este un claro jalonador de dicho crecimiento. En cuanto a la oferta existente en el número de bienes inmuebles nuevos, según información de la Lonja de propiedad raíz, muestra una tendencia creciente.

El estudio de las necesidades del sector inmobiliario muestra un sector muy dinámico y que participa muy directamente de la economía colombiana y en donde los últimos gobiernos, especialmente el actual, tienen como política incrementar el desarrollo de nuevos proyectos habitacionales como medio para generar empleo y solución de las necesidades básicas de los colombianos.

Los mercados actuales han evolucionado al igual que las culturas lo han hecho. En el mercado inmobiliario se hace necesario entender cuáles son las preferencias que tienen los compradores actuales, sus necesidades existentes, sus estilos de vida actuales. Es bien importante conocer cuáles son sus necesidades básicas y sus patrones de comportamiento.

El cliente de hoy busca muchas cosas, pero finalmente se acomoda en el balance entre lo que aspira y lo que puede comprar. Por rangos de edad y por estilos de personas se puede determinar, en la actualidad, que busca el comprador inmobiliario.

En el caso de la compra de un inmueble, una variable importante a la hora de decidir por cual producto elegir es el precio, cuando se opta competir por medio del precio al final los resultados van a ser los mismos, pues cuando no se obtiene ninguna otra ventaja y el producto no se diferencia por algo más, los beneficios a largo plazo serán cero, además de que el producto es poco rentable.

En el mercado colombiano, especialmente el regional, se tiene que la oferta de viviendas está enfocada hacia sectores con alta capacidad de pago, en donde las viviendas poseen características muy específicas sin embargo existe otro mercado que no se ha explorado en detalle, como es el de los estratos socioeconómicos bajos, estos poseen un déficit de vivienda considerable, básicamente por las pocas posibilidades de financiación que no les permiten obtener con facilidad su propia vivienda, aunque los últimos programa de vivienda lanzados por el gobierno nacional permitirá tener acceso más fácil al crédito debido a un apoyo del Gobierno para el pago de la cuota inicial y también para subsidiar el crédito.

Como lo afirma Carrau Mínguez (2008), “la comunicación y el conocer a los nuevos clientes es fundamental a la hora de enfocar la oferta de los nuevos inmuebles, además la calidad del servicio y la eficiencia del mismo conceden una ventaja en el nuevo marketing inmobiliario”.

La forma de garantizar seguridad para nuestros clientes será que ellos conozcan, desde el principio, cada uno de los pasos que tiene el proyecto, desde su ubicación, el conocimiento de los planos, los acabados y la noción de cada una de las promociones que se convierten en un verdadero factor de seguridad para los potenciales clientes que seguirán paso a paso el proceso del proyecto. Así mismo, se genera en cierta medida un nivel de confiabilidad debido a que las negociaciones preferiblemente se realizaran a través de compañías fiduciarias que garanticen el uso adecuado de los recursos entregados por los asociados.

Conocer los nuevos modelos de familia, la evolución permanente de la sociedad y las nuevas tendencias de consumo permitirá ir más allá y establecer oportunidades de negocio que permitan una mayor rentabilidad. En este sentido, es importante localizar y focalizar, es decir, seleccionar el segmento de individuos al que dirigirse, presentarse y con el que entablar una relación personal donde el cliente expresa lo que quiere y prefiere y así Construyendo Juntos puedan realizar un proyecto adecuado a sus necesidades reales.

2. MEZCLA DE MERCADEO

2.1 SERVICIO

Ofrecer a cualquier tipo de asociación del sector solidario como, cooperativas, fundaciones, corporaciones, juntas de acción comunal, fondos de empleados, entre otras, el desarrollo de un proyecto de vivienda a través de CONSTRUYENDO JUNTOS con diferentes beneficios que dependen directamente de la necesidad de los socios.

2.1.1 Líneas de servicios.

CONTACTAR AL FONDO DE EMPLEADOS

- Presentación - brief de negocios
- Presentar el modelo financiero: Cómo, beneficios, resultados esperados y condiciones. VENTAJAS
- Presentar el plan de comunicaciones

CONSTRUIR UNA BASE DE DATOS. CRM (Fuentes de información)

CONTACTAR LOS EMPLEADOS

- Identificar las necesidades
- Presentar el modelo
- Revisar la lista de los interesados

INICIAR EL PROCESO DE CONTRUCCION

2.1.2 Aspectos más atractivos para atraer la atención de los clientes.

- **Volumen:** A pesar de que el proyecto va dirigido y está pensado para ser llevado a cabo por intermedio de fondos de empleados, los cuales cuentan con un amplio número de posibles clientes, es necesario pensar en estrategias adicionales que nos permitan llegar a la mayor cantidad de posibles interesados en este modelo de construcción asociativa.
- **Comunicación:** La estrategia de comunicación de Construyendo Juntos, debe ser enfocada a la transmisión de la ideas y proyectos de tal forma que se cautive a los futuros socios de manera inmediata, no solo por el proyecto como tal, sino por la imagen que proyecte la empresa, esto se logra por medio del establecimiento de una imagen corporativa que transmita confianza y seguridad a los involucrados en las negociaciones, y respaldado por proyectos de calidad y que muestren reales beneficios a sus futuros propietarios.

La estrategia de comunicación debe ser una expresión fiel de las cualidades, capacidades y alternativas que ofrece Construyendo Juntos.

La forma como se comunique lo anterior a los futuros asociados, y demás escalones involucrados en este proyecto, así como las percepciones que se proyecten serán en gran parte responsables en el momento de lograr el éxito.

- **Atención:** Atención y relación con el cliente.

La atención al cliente o futuro asociado, así como la relación con los fondos de empleados, serán de suma importancia para Construyendo Juntos, ya que de estas relaciones depende el éxito del proyecto.

Las relaciones que se creen en Construyendo Juntos deben poner por delante siempre dentro de lo posible las siguientes condiciones:

- El futuro socio debe percibir desde el primer momento de contacto, que para Construyendo Juntos es la razón de ser.
- Se entienden sus necesidades, sus objetivos y se respetan sus opiniones.

- En Construyendo Juntos haremos lo imposible para que, con nuestro trabajo, tenga éxito y que su éxito es lo único que nos importa.
- **Eficacia:** Cumplir con los objetivos del socio y con la promesa de valor
Las características que conforman a Construyendo Juntos, donde el principal objetivo es transmitir a los involucrados en el proceso los beneficios de la construcción asociativa, hace que el portafolio de clientes pueda tener características variadas, como puede ser el caso de inversionistas, o de personas interesadas en adquirir su vivienda propia; por lo anterior, Construyendo Juntos, debe tener en cuenta estas características a la hora de la creación de los proyectos, para así satisfacer las necesidades de todos los futuros socios.
- **Control:** Crecimiento progresivo. Construyendo Juntos está pensado para trabajar de la mano de los fondos de empleados, con un crecimiento controlado que nos permita adquirir la experiencia necesaria para lograr una expansión a nuevos fondos de empleados, y hacer de los proyectos asociativos una realidad en el país, y una opción para los interesados en lograr satisfacer su necesidad de vivienda.

2.1.3 Características Diferenciadoras.

- **Aspecto económico:** reduce los costos del proyecto entre un 15% y 20% en comparación con la adquisición de una vivienda a través de otro sistema, al eliminar sobrecostos en comercialización del lote, publicidad, ventas, financieros mediante la obtención de créditos blandos etc.
- **Aspectos técnicos:** se pueden establecer normas propias de calidad, Social y ambientalmente, con base en valores y principios.
- **Aspectos de diseño:** Los asociados podrán participar directamente en los diseños, selección de acabados, ubicación y demás, de acuerdo con los intereses, gustos y presupuesto, aunque se deberá conservar de manera colectiva los mismos diseños y tamaño de las unidades con el fin de hacer economías de escala.

- **Aspecto social y ambiental:** promueve la equidad y el bienestar social de todos los agentes que intervienen en el proceso de construcción de vivienda, con principios y valores ambientalmente responsables.

El modelo asociativo sin duda posee ventajas competitivas como lo son y siendo la principal, el costo final del valor de la vivienda al ofrecer menores costos y precios más competitivos, en función del mercado meta a atender y el apalancamiento del crédito por medio del fondo de empleados y el segundo y no menos importante, la característica ser sustentable buscando aprovechar los recursos naturales.

2.2 MERCADO

2.2.1 SEGMENTACION DEL MERCADO

- **Variables Geográficas:** El proyecto será llevado a cabo inicialmente en la zona URBANA de la ciudad de MEDELLIN, Colombia; será dirigida específicamente al fondo de empleados FEISA de ISAGEN, que cuenta con 2500 asociados, los cuales serán el foco principal de Construyendo Juntos.
- **Variables Demográficas:** Hombres y mujeres técnicos tecnólogos y profesionales que estén entre 25 y 50 años, de cualquier estado civil con o sin familia,
- **Variables Económicas:** Salarios entre 2.5 millones y 7 millones
- **Variables Psicográficas:** Personas profesionales con aspiraciones de tener un techo propio, las cuales ven en el fondo de empleados un socio estratégico y financiero para el futuro desarrollo de su familia.

Adicionalmente se contara con un grupo de asociados que buscan en construyendo juntos una oportunidad de inversión.

2.2.2 Tendencia del Mercado. Actualmente el mercado de la construcción en Antioquia pasa por una crisis de mala imagen, esto debido a lo sucedido con el edificio Space, de la constructora CDO. Los problemas con la constructora Lerida

CDO, no terminan únicamente con Space, Continental Towers, Asensi y Colores de Calasania son otros casos que actualmente se encuentran desalojados en la ciudad, lo cual representa un aproximado de 3000 personas desalojadas por problemas estructurales en estas edificaciones.

Adicional a la mala imagen, se suman los altos niveles de desconfianza de personas de estratos medio y alto, con constructoras nuevas o con poca participación en el mercado.

Todo lo anterior representa una bomba de tiempo que en cualquier momento puede llevar a una crisis en la construcción.

Los problemas de movilidad de la ciudad, y el actual POT de Medellín con restricciones ambientales y urbanistas, son otras características que se deben tener en cuenta para la realización de este proyecto.

La tendencia del mercado actual en Medellín, con los aspectos negativos mencionados anteriormente, crean un reto por superar por CONSTRUYENDO JUNTOS, así mismo este reto puede tornarse una gran ventaja y nos dará la pauta para desarrollar este proyecto.

Ruralización de los proyectos en municipios aledaños, aprovechando POT más flexibles, y posibilidad de consecución de lotes más apropiados. Sabaneta, Itagüí, Envigado, Bello, son algunos ejemplos de lugares factibles.

Edificaciones que logren sostenibilidad entre el aspecto económico y un desarrollo urbanístico y ambiental apropiado, es otra variable que de la cual Construyendo Juntos debe sacar el mayor provecho posible.

2.2.3 Segmento de Mercado para Cautivar. Juntos se enfocara en atender las necesidades de los estratos 2, 3, de los empleados afiliados al FEISA, debido a que según la distribución de la renta en el país estos sectores socio-económicos son donde existe la mayor restricción al acceso de este tipo de bienes, adicionalmente que en este nicho de mercado se encuentra gran parte de la pirámide poblacional que labora en las empresas.

Segmentación de los clientes

Grupo socioeconómico	Rango del valor de las viviendas
SEGMENTO ESTADO 2	INFERIOR A \$ 86.5 mill
SEGMENTO ESTRATO 3	86.51 mill A 150 mill

Fuente: Elaboración propia

Construyendo Juntos inicialmente enfocará sus proyectos en estos dos tipos de segmentos, siendo el de mayor relevancia el segmento estrato 2, debido a que estos son los de mayor demanda en este momento, específicamente por los incentivos del gobierno y la alta demanda para este nivel socioeconómico de la población, entre los que caben el rango de precios de esta vivienda.

Además una parte importante de constructoras existentes en la ciudad se encuentran ofreciendo proyectos en este rango de precios, y la realización de acciones diferenciadoras por parte de construyendo juntos motivará a ver a los clientes otro tipo de opciones.

La ubicación de este tipo de proyectos se realizan principalmente en zonas periféricas de la ciudad, debido al aumento del valor de los terrenos, es por ello que las constructoras se han visto obligadas a encontrar nuevas zonas para urbanizar las cuales amplían de forma horizontal la ciudad, afectando fuertemente la dotación de servicios básicos, la movilización, tiempos de viaje, entre otros problemas que afectan a toda la sociedad.

Es así que, una mejor ubicación de los proyectos, permitiría a Construyendo Juntos una buena opción para ingresar a este segmento.

En cuanto al financiamiento ofrecido a los clientes, las empresas ofrecen créditos mediante las instituciones financieras estatales y privadas.

En lo referente a las acciones de marketing la mayoría de empresas constructoras utilizan las mismas técnicas para captar a los clientes, siendo una de las principales la participación en las ferias de la construcción que se desarrollan a lo largo del año, siendo estas una gran oportunidad para ofertar los bienes inmuebles y así generar la liquidez necesaria para el correcto desenvolvimiento de los proyectos. En estas actividades las empresas constructoras buscan captar las preferencias de los potenciales clientes a través de descuentos, ofreciéndoles

materiales y accesorios adicionales a las viviendas por el mismo precio, diseños innovadores, financiamientos acordes a la realidad económica de los clientes y elementos publicitarios llamativos que capten el interés de los mismos.

Otra acción publicitaria importante es la impulsada por las revistas especializadas en la oferta de bienes inmuebles, las cuales son distribuidas gratuitamente en supermercados, centros comerciales y otros lugares que tienen una gran afluencia de público, permitiendo así el conocimiento masivo de los proyectos al público en general para posteriormente generar las futuras ventas y poder recuperar con creces la inversión realizada. Por último las acciones realizadas a través de los medios tradicionales como son las propagandas en periódicos, radio y televisión que siempre generan un importante ratio de ventas y que permiten la financiación de los proyectos.

- **Público Objetivo:** El público objetivo será el resultado de número de familias que por medio del plan de comunicación muestren algún interés en la propuesta y será tomado de una población de 2.552 afiliados al fondo de empleados incluyendo jubilados y pensionados. *Parte de esta muestra podría contemplar familias que residen fuera de Antioquia.

2.2.4 Clientes Actuales y Potenciales. Como clientes actuales o iniciales, están todos los afiliados al fondo de empleados FEISA, interesados en adquirir vivienda propia o vivienda para inversión.

2.2.5 Influenciador de Compra. Como influenciador de compra se deben destacar varios participantes, el principal es la necesidad de vivienda, y a esta necesidad la acompañan una gran cantidad de influenciadores que están en un segundo plano, como son la familia, los amigos, compañeros de trabajo.

El fondo de empleados y Construyendo juntos deben tener una estrategia influenciadora acertada, la cual se debe cimentar en las características base del proyecto asociativo, las cuales como se han mencionado anteriormente son un menor costo y un producto que llene las necesidades personales.

2.3 COMPETENCIA

2.3.1 Directa. Coomeva cuenta con un modelo de vivienda asociativo en la actualidad, el cual tiene similares características a lo que plantea Construyendo

Juntos. Lo cual indica que su experiencia en el modelo de negocio podría significar una ventaja sobre construyendo juntos.

Dentro nuestra propuesta identificamos que nuestra fortaleza radica en la oportunidad que se le da a los asociados de adquirir préstamos con tasas de interés más bajas que lo que puedan ofrecer este tipo de cooperativas o entidades financieras.

La efectividad de nuestro modelo de negocio radica en las experiencias positivas que ha experimentado Coomeva con su cooperativa.

2.3.2 Indirecta: Constructoras con enfoque social: cooperativas y otras constructoras con renombre.

2.4 PRECIO

El precio en el sector de la construcción está determinado principalmente por el estrato en el que se encuentre, Construyendo Juntos quiere enfocarse principalmente en estratos 3 donde se encuentra la mayor demanda de vivienda, y poca facilidad de acceso a créditos.

Construyendo Juntos pretende ofrecer viviendas entre un 15% y un 20% más económico que el precio del mercado.

Para determinar el precio de venta se tienen en cuenta diferentes factores, entre ellos el principal que es el costo total del proyecto y los precios del mercado. Para determinar el precio del metro cuadrado de construcción se toma el costo total de construcción del proyecto y se divide entre los m² reales de construcción en venta, por lo cual el valor del m² para el constructor será el mismo valor para el inversionista.

2.5 DISTRIBUCION

Canal cero, La distribución se hará directamente en el fondo de empleados de donde saldrán los asociados, por lo tanto nos dirigiremos directamente al cliente final.

2.6 IMAGEN COPORTATIVA

El Anexo 3 está compuesto por el manual con la imagen corporativa de Construyendo Juntos y todo lo relacionado con su aplicación.



2.7 PROMOCION Y PUBLICIDAD

2.7.1 Descripción del plan de comunicaciones. Se busca llegar a la población del fondo de empleados FEISA a través de medios electrónicos, afiches y comunicación directa.

El plan se desarrollara en cuatro etapas, este da inicio con la construcción de una página web, en ella las personas que ingresen podrá ver videos de los proyectos, conocer los sponsors e interactuar con la empresa. Posteriormente en alianza con el fondo de empleados se enviara a sus asociados a través de correo electrónico una E card donde se informará de nuestro modelo de negocio adicional a que cuenta con el aval para préstamo de vivienda por parte del fondo. La E card solicitará al empleado que de estar interesado en recibir más información llene un corto formulario donde nos dé su nombre, cargo, correo y señale entre tres opciones de metraje y costo de apartamento, lo anterior con la intención de alimentar una base de datos que permita determinar una propuesta comercial que satisfaga las necesidades de nuestro nicho de mercado.

En la tercera fase se tiene planeado instalar un stand donde se entregue información del proyecto y se obtenga el contacto del interesado. Finalmente con la base de datos consolidada, se enviaran a los interesados temas relacionados con la negociación, reuniones, y demás.

Objetivo	Acción	Entregable	Responsable
Contar con un medio de comunicación que sirva como plataforma transversal para todos los proyectos de Construyendo Juntos.	Realizar la contratación para el diseño y elaboración de una página web.	Página web Construyendo Juntos.	Representante equipo emprendedor.
Contar con un volante electrónico publicitario mediante el cual se dé a conocer la idea y se capte información de contacto de los posibles interesados.	Diseñar un modelo de comunicación electrónica que contenga la propuesta de valor del proyecto, y un formulario donde se solicite información básica del interesado.	Volante electrónico E-Card.	Representante equipo emprendedor.
Disponer de un espacio físico donde se pueda abordar y presentar un oferta comercial a la población de asociados al fondo de empleados	Diseño de habladores, volantes y stand publicitario. Coordinación del personal a cargo de la atención.	Stand con los logos y propuesta de valor del proyecto emprendedor. Volantes publicitarios. Formatos recolección información de contacto	Representante equipo emprendedor.

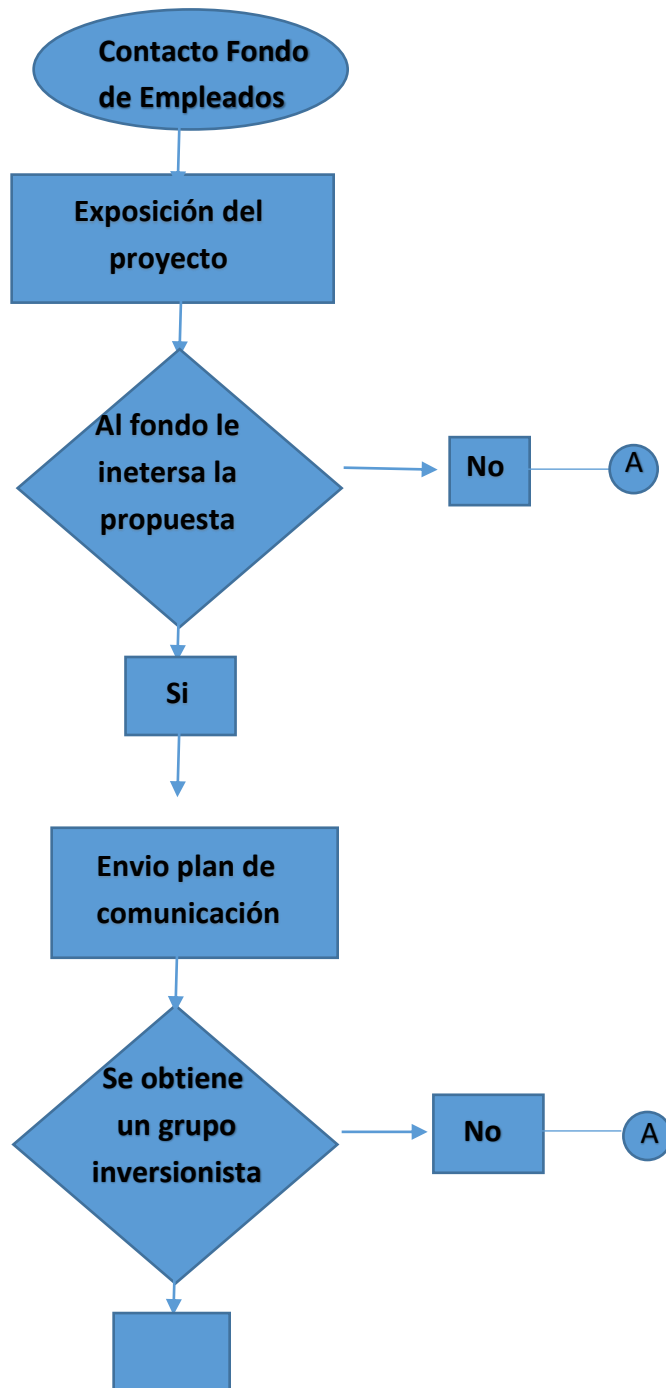
Cronograma	Sem 1	Sem 2	Sem 3	Sem 4	Sem 5	Sem 6
Diseño página Web						
Diseño de artes gráficos físicos y electrónicos						
Envío/ aprobación propuesta E-Card, Estand y artes gráficos						
Contacto fondo empleados coordinación envío E -card						
Envío masivo E-Card						
Campana comercial						
Consolidación información de contactos CMR						

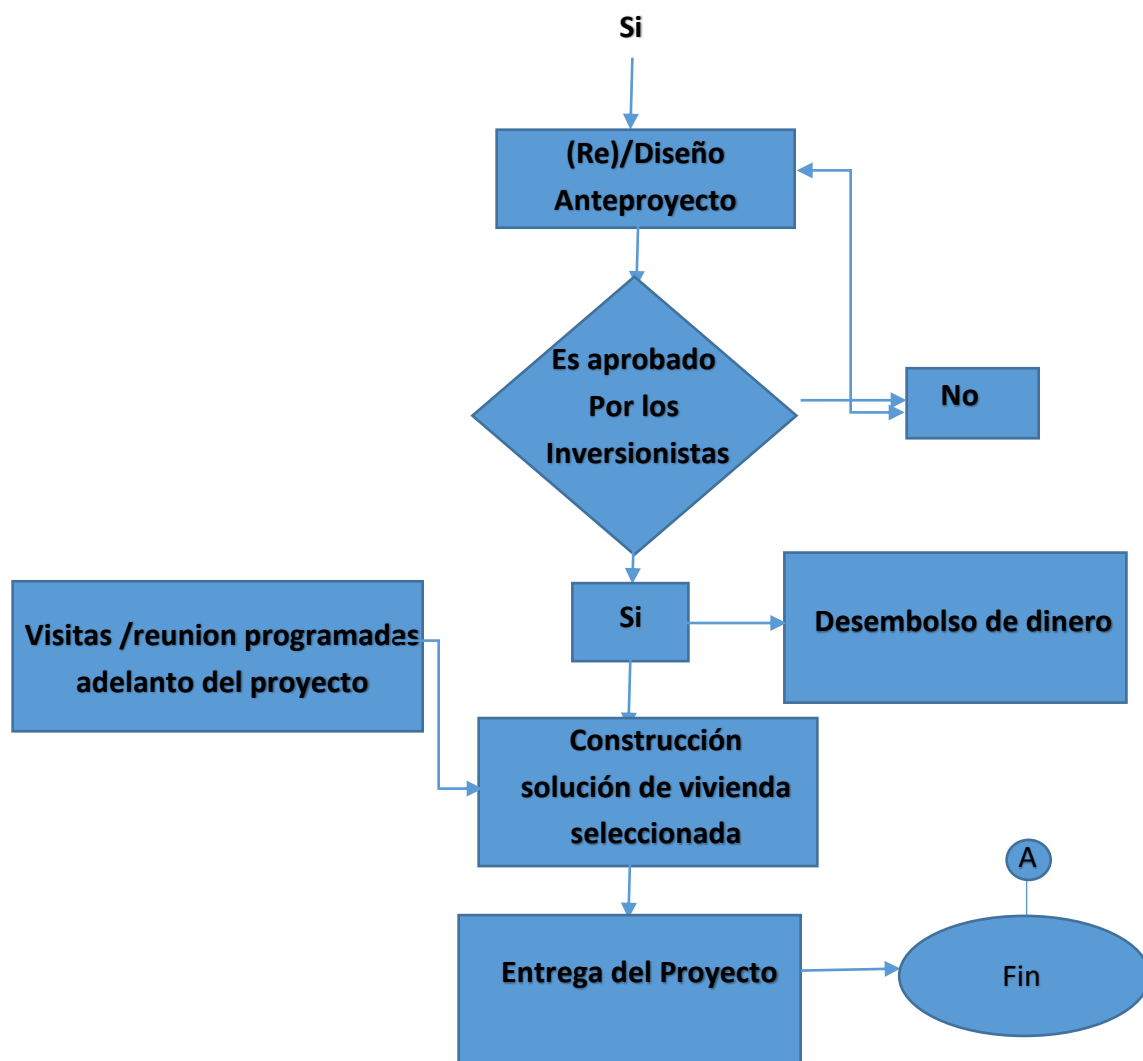
De acuerdo a los resultados arrojados por el plan de comunicaciones tendremos una aproximación inicial al tamaño del mercado y a los diferentes factores a que un potencial cliente se enfrenta al decidir a qué proyecto a invertir como son: estrato del proyecto, ubicación geográfica de los proyectos, tipo de financiación entre otras. Para efectos de este estudio, tomaremos como base el nivel socioeconómico de los potenciales clientes y los demás aspectos los utilizaremos como subcategorías.

3. CONSTITUCIÓN DEL BIEN O SERVICIO

3.1 PARTE PRODUCTIVA

3.1.1 Flujograma





3.1.2 Descripción del Proceso. El proceso inicia realizando un contacto previo con el fondo de empleados donde se solicite un espacio para exponer el proyecto y los beneficios que este podría traer a la empresa. Una vez se tenga este primer acercamiento y se evidencie el interés del fondo en participar, se realizara el lanzamiento del plan de comunicaciones el cual tratara mediante medios físicos y magnéticos atraer la atención de los asociados con el fin de que se inscriban en un listado de posibles interesados previo cumplimiento de las políticas del préstamo con las que cuente el fondo de empleados.

De los datos obtenidos de la inscripción se determinara variables de interés como son la capacidad de pago, conformación del núcleo familiar del inversionista y preferencias en cuanto a la ubicación del proyecto. Con este listado se realiza una

reunión donde se presenta un anteproyecto con las opciones de ubicación distribución, diseño y cantidad de unidades disponibles de vivienda, con el fin que sea discutido y aprobado. Una vez esté aprobado y conformado el grupo de propietarios se dará inicio al trámite para que se realice el desembolso y se dé inicio a la construcción del proyecto, durante el proceso de construcción se realizarán reuniones informativas con los inversionistas y el fondo de empleados para dar a conocer el avance de la obra.

Posterior a esto y una vez hayan sido terminados los apartamentos se realizarán las correspondientes actas de entrega y recibo de conformidad.

3.1.3 Consecución de Materia Prima. Dado que construyendo juntos desarrollara su actividad económica en el sector de la construcción, todas las materias primas a utilizar estarán relacionadas con esta actividad, entre estas tendremos, cemento, acero, cerámicos entre otros. El proceso de abastecimiento se llevara a cabo a través de los distintos proveedores que se encuentran en el país.

3.1.4 Sistemas de control de calidad. durante el proceso se realizarán distintas mediciones con el fin de validar estándares propios de la actividad, entre estos están validaciones estructurales, fraguado, adicionalmente se realizarán validaciones periódicas a los proveedores con el fin de verificar que la calidad de los productos entregados corresponda a lo ofrecido por el proveedor.

3.1.5 Equipos e Infraestructura. Los equipos que se utilizarán en el proyecto son los que se encuentran en cualquier tipo de obra de construcción, entre estos encontraremos, andamios, maquinaria amarilla, malacates, taladros, mezcladores, palas, picos, almadanas entre otros

3.2 EVALUACION FINANCIERA

La evaluación financiera de proyectos consiste en cuantificar los ingresos y egresos que se hacen con base en sumas de dinero que el inversionista recibe, entrega o deja de recibir. Es un análisis microeconómico en donde priman los precios del mercado. Para la valoración Financiera de un proyecto se deben determinar los costos y beneficios con el fin de crear valor, teniendo en cuenta los riesgos y la medición de la rentabilidad. Para poder entender el análisis financiero

es fundamental conocer el concepto del valor del dinero en el tiempo teniendo en cuenta los siguientes conceptos:

- El consumo presente es preferible al consumo futuro.
- El postergar el consumo futuro permite disponer hoy del dinero y utilizarlo para producir bienes/servicios adicionales.
- En el futuro se dispondrá del dinero que se tenía en el presente más el producido en el periodo durante en el que se postergó el consumo.
- La existencia de inflación implica que el valor del dinero se reduce con el tiempo.
- La incertidumbre asociada con el dinero en el futuro reduce su valor.

La evaluación financiera de un proyecto consiste en construir los flujos de efectivo a través del tiempo y luego descontarlos mediante una tasa adecuada con el fin de cuantificar la generación de valor agregado y su monto.

Para evaluar cualquier proyecto, el elemento clave es el Cash-Flow o flujo de caja que genera. El cual se puede definir como el valor neto que arroja la suma de las entradas y salidas de caja que genera el proyecto a lo largo de un período de tiempo determinado.

3.2.1 Estados Financieros. Los estados financieros son documentos preparados con cierta periodicidad en el que se conoce la situación y estructura financiera, progresos administrativos y los resultados financieros de la empresa al término del ejercicio fiscal. En él se estipulan los ingresos, gastos, obligaciones, variaciones de capital y las utilidades que se obtuvieron a lo largo de un periodo determinado.

- **Estado de resultados.** Estado financiero de naturaleza dinámica que presenta los resultados de un negocio en cuanto a sus ingresos, costos, gastos, utilidad o perdida. Mediante la presentación de los resultados se trata de mostrar las corrientes de distinto signo que han intervenido en su cálculo, diferenciándolas según la relación que guardan con el objeto típico de la explotación de la empresa. El estado de resultado resume los resultados de las operaciones de la compañía durante un periodo. Dicho estado financiero trata de determinar el monto por el cual los ingresos contables superan a los gastos.

Al remanente se le llama Resultado, el cual puede ser positivo o negativo. Si es positivo se llama Utilidad, y si es negativo se le denomina Pérdida.

- **Balance general.** Estado Financiero estático que contiene situaciones financieras reflejando la situación económica de la Empresa en una fecha determinada. Su estructura expresa básicamente las propiedades y derechos adquiridos por la empresa con el objeto de producir bienes o servicios y la manera como dichas propiedades y derechos se encuentran financiados con base de capital aportado por los accionistas y las obligaciones contraídas con personas o entidades ajenas al desarrollo normal de sus operaciones. Las propiedades, derechos y obligaciones se encuentran representadas por unas Cuentas que se les denominan Cuentas Reales o de Balance.

El Balance General está conformado por Recursos y Orígenes de Recursos. El efecto de la utilización de Recursos generan los mismos recursos. Los Orígenes de Recursos son de dos clases: De terceros (PASIVOS) y Propios (PATRIMONIO). A los Recursos disponibles en un momento determinado como efecto de la utilización de Orígenes de Recursos se le denomina ACTIVOS.

- **Flujo de caja de efectivo.** Se conoce como flujo de efectivo (o cash flow, en inglés) al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo conserva alguien después de los gastos, los intereses y el pago al capital. La expresión que en el ámbito de la Contabilidad se conoce como estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un parámetro de tipo contable que ofrece información en relación a los movimientos que se han realizado en un determinado periodo de dinero o cualquiera de sus equivalentes.
- **Flujo de caja libre (FCL).** Se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).
- **Flujo de caja de los accionistas (FCA).** Corresponde los saldos de efectivo en cada periodo de duración del proyecto en el cual se tienen en cuenta los créditos suscritos y el beneficio fiscal por financiarse con los mencionados créditos.

3.2.2 Análisis Financiero. De acuerdo con los resultados de los flujos de caja mencionados FCL y FCA se calculan el Valor presente neto (VPN) y la rentabilidad, la cual está representada por la Tasa interna de retorno modificada (TIRM), contando como tasas de inversión con la tasa de oportunidad (TIO) y el Costo promedio de capital (WACC). El Valor presente neto (VPN) se considera como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

La Tasa interna de retorno (TIR) es un parámetro clave para el análisis de inversión del proyecto, se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

Para determinar la estructura del capital de los proyectos se debe tener claro cuáles son las fuentes de financiación del mismo, del cual una parte es el Patrimonio capital aportado por los accionistas del proyecto y el otro es el pasivo o deuda con el sector financiero, con base en estos dos parámetros se determina el Costo promedio del capital (WACC), el cual se define como el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda (intereses de la deuda + principal de la deuda) de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas de fondos (NOF).

Para determinar un correcto análisis de inversión del proyecto se plantea el cálculo del Valor presente neto (VPN) y la rentabilidad (TIRM) del Flujo de caja libre (FCL), la cual se determina teniendo el Costo promedio de capital (WACC).

En el caso del análisis de la rentabilidad del inversionista se debe calcular el Valor presente neto (VPN) y la rentabilidad (TIRM) del Flujo de caja de los accionistas (FCA) usando para este fin la Tasa de oportunidad calculada (TIO), para cuya determinación interviene el riesgo del sector que se está manejando, en este caso el de la construcción de vivienda.

- **Valor presente neto (VPN):** El valor presente neto se usa para realizar la evaluación de proyectos de inversión, este método determina el valor presente de los flujos de fondos del proyecto, empleando la tasa de oportunidad o descuento del mismo e indica cuánto gana un proyecto por encima del costo

de oportunidad, cuanto está por debajo del costo de oportunidad o si cumple exactamente con el costo de oportunidad.

Está expresado por:

$$VPN = S_o + \sum \frac{S_t}{(1+i)^n}$$

Dónde:

VPN = Valor presente neto

So = Inversión Inicial

St = Flujo de efectivo neto del periodo

n = Número de periodos de vida del proyecto

i = Tasa de oportunidad

Si el VPN = 0 (Indiferencia), el inversionista realiza o no el proyecto, indica que el proyecto gana el equivalente a su tasa de oportunidad (T.I.O)

Si el VPN > 0 (El proyecto se acepta) indica el valor que gana por encima de su Costo de oportunidad (T.I.O)

Si el VPN < 0 (El proyecto se rechaza) indica que los costos asociados al proyecto son mayores a los beneficios que generaría si se realizara el proyecto. Desde el punto de vista del inversionista, el proyecto ni siquiera llega a ganar el equivalente a su costo de oportunidad (T.I.O).

- **Rentabilidad:** La determinación de la rentabilidad de un proyecto es clave contar con los Ingresos de tipo operacional que va a generar el mismo, ya que estos hacen parte fundamental de la situación financiera y las proyecciones de la inversión que se está realizando.
- **Tasa Interna de Retorno (TIR):** La TIR se define como la tasa de interés con la cual el Valor presente es igual a cero (0), es decir es la tasa en la que los flujos de entrada y salida de un proyecto traídos a valor presente se igualan a cero (0). Está expresado por:

$$VAN = 0 = -A + \sum_{t=1}^n \frac{Q_t}{(1+r)^t}$$

Dónde:

r = Tipo de rendimiento o TIR de la Inversión

n = número de periodos del horizonte

Q_t = Valor del flujo de caja financiero

Siendo k la rentabilidad mínima aceptable para el proyecto:

$TIR(r) > K$ Aceptar el proyecto $TIR(r) < K$ Rechazar el proyecto

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada. La TIR es una tasa intrínseca al proyecto y no debe confundirse con la tasa utilizada para calcular el VPN que refleja el costo de oportunidad del capital.

- **Tasa Interna de Retorno Modificada (TIRM):** La TIR modificada surge a partir de calcular la TIR sobre un flujo de fondos ajustado y teniendo en cuenta que en la TIR tiene varias representaciones para el mismo proyectos si existen sucesivos cambios de signo en los flujos de inversión. La TIRM busca suprimir los cambios de signo sucesivos que presenta el flujo original, elaborando un nuevo flujo con dos valores uno inicial de signo negativo (salidas) y uno final de signo positivo (entradas).

En este método se llevan los flujos originales de signo positivo al último periodo, usando la tasa de reinversión considerada y los flujos intermedios negativos se llevan al periodo 0, descontándolos a la tasa de financiamiento, evitando flujos negativos intermedios que hacen que se presenten varias TIR.

- **El periodo de repago:** Se define como el periodo de los flujos de caja libre (FCL) y Flujo de caja de los accionistas (FCA) en el cual se comienza a recuperar la inversión.

3.2.3 Modelo financiero construyendo juntos.

ESTRUCTURA DE LA EDIFICACION

- **Inicio:** Para el análisis del proyecto, inicialmente se determinará que el lote escogido para el proyecto, este ubicado de tal manera que la zona a la que pertenece presente un alto potencial de valorización, lo que a su vez despertará interés para los inversionistas y futuros compradores.

Se realizará trabajo de campo, con el propósito de determinar la siguiente información:

- El segmento de mercado, que mostraría interés en este tipo de proyectos.
 - Los terrenos existentes dentro del perímetro mencionado, que llenen los requisitos para la realización de la edificación.
 - Los precios de venta de los lotes.
 - Accesos e infraestructura para los diferentes tipos de servicios públicos y de transporte.
 - Precios de venta de apartamentos en edificaciones con características similares a las del presente estudio.
 - Forma en que se realizan las ventas de este tipo proyectos.
 - Tipos de financiación para la ejecución del proyecto.
- **Planeación:** Teniendo aprobado el estudio preliminar del lote en el inicio para la toma de decisiones, se continúa con la planeación del proyecto. La etapa de prefactibilidad técnica la cuál determinará el producto final, para el caso del proyecto CONSTRUYENDO JUNTOS se definirá el producto a desarrollar en cuanto a áreas vendibles construidas, valor de ventas y acabados, basados en el estudio de mercado. La evolución de los diseños se da desde el esquema básico, para continuar con el anteproyecto arquitectónico para ventas y diseños para licencias de construcción, urbanismo y terminando en los diseños finales de construcción, paralelo a estas actividades se elaboran los presupuesto de costos directos, indirectos, urbanismo, de ventas, administrativos y financieros, las programaciones de obras, los controles que se van a aplicar en la planeación, diseño y ejecución de la construcción.

El Análisis de mercado es sin duda el más importante de toda la estructuración del proyecto, ya que de aquí obtenemos el valor de las ventas, la información para realizar el estudio de mercado se obtiene por medio de estudios de mercado del sector, análisis de precios de la competencia, también se pueden obtener datos importantes en las publicaciones y artículos emitidos por entidades como La Cámara Colombiana de La Construcción (CAMACOL). Con un análisis del mercado realizado de forma detallada también se obtiene el costo de la tierra, este costo se debe analizar no solo comercialmente, también se deben tener en cuenta los impuestos de plusvalía y valorización entre otros que tenga asociado el lote en el cual se piensa desarrollar la inversión.

- **Ejecución:** En el caso del proyecto escogido, definidas las actividades preliminares de localización de materiales, campamentos de obra e instalaciones, aspectos como la tecnología, maquinaria, equipos, y recurso humano, excavación, cimentación, estructura, instalaciones, obra negra,

acabados, dotación-equipo y varios, se procede al proceso de construcción. A través de la programación se controlan las todas las actividades de la obra, en tiempo y costo a través del cronograma de actividades.

- **Entrega:** Una vez concluido la construcción, se tienen los inmuebles listos para ser entregados a los propietarios, habiendo cumplido con todos los requisitos legales y de pagos pactados por la compra y financiación del inmueble. La entrega de los inmuebles va acompañada de manuales a propietarios y garantías

3.2.4 Inversión Inicial. La composición de la inversión inicial para el proyecto de construcción del edificio será la siguiente:

- **Terreno.** Dicha inversión será realizada en un cien por ciento con capital de los inversionistas cuya cantidad resultará del número de unidades de vivienda aprobadas de acuerdo a la normatividad vigente para el lote escogido.
- **Capital de trabajo.** Para las inversiones iniciales como son: preliminares, Estudios y diseños, renders, escrituración, trámites de curaduría y financiar el proyecto durante el tiempo en el cual la fiducia no hace desembolso, resultará de la hipoteca ante el fondo de empleados del lote comprado por los inversionistas.

3.2.5 Costos. La estimación de los costos constituye uno de los aspectos centrales del trabajo de la evaluación del proyecto, tanto por la importancia de ellos en la determinación de la rentabilidad del proyecto como por la variedad de elementos sujetos a valorización como desembolsos del proyecto. Los costos del proyecto suelen clasificarse en dos grandes categorías costos de inversión y costos de operación.

- **Costo directo:** Aquellos gastos que tienen aplicación a un producto determinado. La suma de materiales, mano de obra y equipos necesarios en un proceso productivo.
- **Costos indirectos:** Aquellos que no pueden tener aplicación a un producto determinado, entendiéndose como la suma de gastos técnicos administrativos

de operación necesarios para la correcta aplicación de cualquier proceso productivo.

3.2.6 Ingresos. Los ingresos del proyecto se encuentran determinados por el valor de venta de los apartamentos y sus respectivos parqueaderos. Cabe recordar que el proyecto tendrá inicio una vez esté completo el número de inversionistas necesario para su inicio, que corresponde al cien por ciento de las unidades de vivienda a construir.

- **Forma pago de apartamentos.** El pago de los apartamentos se determinó de acuerdo al siguiente esquema:

Cuota Inicial pago de lote 30%

Cuota al final del proyecto 70%

- **Determinación del precio.** Para determinar el precio de venta se tienen en cuenta diferentes factores, entre ellos el principal que es el costo total del proyecto y los precios del mercado. Para determinar el precio del metro cuadrado de construcción se toma el costo total de construcción del proyecto y se divide entre los m2 reales de construcción en venta, por lo cual el valor del m2 para el constructor será el mismo valor para el inversionista.

3.2.7 Flujo de Caja del Proyecto. El flujo de caja del proyecto es una herramienta que permite visualizar los diferentes momentos en los cuales se realiza un ingreso o egreso de efectivo, durante la vida del proyecto.

El proyecto tendrá un horizonte de x meses dependiendo la complejidad del mismo, contados a partir del momento de solicitud de las licencias de construcción (A meses), se presenta por meses e incluye, la construcción (B meses) y la entrega de los apartamentos (C meses).

3.2.8 Financiación del Proyecto. La necesidad de financiación se plantea a partir del flujo de caja mensual del proyecto, en Colombia para este tipo de proyectos de construcción de vivienda, el sistema bancario ofrece un sistema de crédito llamado Crédito constructor, el cual toma como garantía el lote del proyecto para aprobar el crédito. Este sistema permite la financiación hasta del 80% de los costos del proyecto sin incluir el costo del lote, el cual necesariamente debe ser de propiedad del inversionista. En este modelo el banco va desembolsando el capital

a medida que se vaya avanzando en la construcción, durante el plazo del crédito se van pagando los intereses, de forma tal que el capital se paga al final del periodo del crédito, es decir la cuota mensual solo cubre intereses sin abonar a capital. El valor con el cual se cubre el capital es procedente del pago por los apartamentos en el momento de la entrega y la escrituración, la amortización del crédito se presenta a continuación.

Dicho modelo es aplicable al régimen de cooperativas y fondo de empleados a los cuales pretendemos llegar inicialmente.

3.2.9 Fiducia. El encargo fiduciario de preventas va ligado usualmente al crédito constructor, los costos generados por la administración de los recursos por parte de la fiducia se encuentran en el mercado con tasas entre el 0.3% y 0.7% de los ingresos por ventas mensuales, el cobro de la administración de esta inicia desde el primer mes de preventas.

La Fiducia Inmobiliaria es una herramienta diseñada para comercializar y gestionar proyectos inmobiliarios; así mismo, brindar a los compradores plena confianza en la administración de los recursos en el estado de preventas y su posterior destinación en cada una de las actividades del proyecto.

El constructor suscribe un contrato de Encargo Fiduciario y carta de instrucción, en virtud del cual se vinculan los interesados en el proyecto inmobiliario (optantes), para que una vez cumplidas las condiciones pactadas en el contrato de fiducia (puntos de equilibrio), los recursos recibidos sean entregados al promotor o a quien se determine en el contrato, para ser destinados al desarrollo del proyecto.

La Fiducia entregará dinero para la fase de construcción, en el momento que se logre el punto de equilibrio estipulado, a partir del momento que se cumplen los requisitos, la fiducia desembolsa el dinero recogido hasta ese momento, en los meses siguientes los costos directos de la obra serán cubiertos por la fiducia ya sea por los aportes de los optantes o por préstamo bancario.

3.2.10 Indicadores financieros modelo construyendo juntos. La planeación de proyectos de inversión en el campo de la construcción de vivienda en general requiere de un completo análisis a través del ciclo de vida de cada uno de los proyectos específicamente en la etapa de planeación que limiten los márgenes de incertidumbre y generen la información necesaria para una acertada toma de decisiones. El esfuerzo desarrollado por la gestión financiera debe tender hacia la

maximización del valor de la empresa, entendido este como el valor de mercado que puede llegar a alcanzar la empresa en el tiempo, reflejando el éxito o fracaso de la gestión financiera.

Los estudios financieros se constituyen en una herramienta que permitirá al inversionista del proyecto, poseer la información necesaria para la toma de decisión, identificando su viabilidad financiera. Esta metodología permitirá replicar las experiencias a proyectos de similares características en el área de la construcción de vivienda. El proyecto plantea la necesidad de determinar la rentabilidad a través de una metodología de evaluación financiera que analizando el ciclo de vida del proyecto y el costo del capital del dinero en el tiempo. Genere las herramientas necesarias para que la gerencia pueda minimizar el riesgo y tomar las decisiones más acertadas para la organización.

De acuerdo con múltiples análisis de inversión realizado a distintos proyectos de vivienda en el país se han obtenido valores de rentabilidad (TIRM) por encima de la tasa de oportunidad de los proyectos y la de los inversionistas, así mismo un valor presente neto mayor a cero lo que indica que los proyectos son rentables y desde el punto de vista del inversionista se vuelve muy atractivo ya que recupera la inversión en un periodo de tiempo prudente, obteniendo buenos dividendos al culminar el proyecto.

Para el modelo planteado en CONSTRUYENDO JUNTOS el éxito dependerá del estudio minucioso tanto en la parte jurídica como legal y en planificación de cada una de las actividades de tal manera que se pueda obtener un comparativo con los precios del mercado y poder decidir si el proyecto es viable o no de acuerdo con nuestras expectativas y necesidades.

3.3 ASPECTO JURIDICO

3.3.1 Tipo de sociedad responsabilidad y socios. Para la constitución de Construyendo Juntos el grupo promotor a decido realizar una sociedad anónima simple SAS la cual estará compuesta por tres socios.

Debido al tipo de sociedad escogido se determinara que el límite de responsabilidad de la sociedad será hasta el capital suscrito por los socios.

3.3.2 Trámites administrativos y obligaciones contables. Entre los trámites administrativos y obligaciones contables de la sociedad se tendrá:

- Registro de la sociedad en la cámara de comercio
- Pago de impuestos
- Registro de accionistas

3.3.3 Tipos de contrato de trabajo: Debido a la actividad que desarrollara Construyendo Juntos se hace necesario una gran cantidad de mano de obra, por lo que para las distintas fases de proyecto se deberá contar con distintos contratistas, los cuales deberán contar bajo su cuenta y riesgo con un equipo de trabajo idóneo que cumpla con todas las exigencias tanto de seguridad social y aportes parafiscales, para este fin se realizarán contratos de obra prestación de servicio o labor. Para el resto de equipo de trabajo entre los que se encuentran director, residente y maestro de obra, almacenista y gerente de proyecto se realizarán contratos a término indefinido.

3.3.4 Obligaciones fiscales: dentro de las obligaciones fiscales que deberá cumplir la sociedad se encuentran:

- Gastos de registro cámara de comercio
- RUT Registro único tributario (Régimen común)
- Retención en la fuente
- Retención IVA
- Información exógena
- Contabilidad
- Gastos notariales
- Rentas departamentales

3.3.5 Normas Ambientales y restricciones. Para el desarrollo del objeto social de Construyendo Juntos y como restricción al mismo se tienen los planes de

ordenamiento territorial, curaduría, permisos ambientales y de arborización emitidos por Coornare, y protocolo para remoción de escombros.

3.3.6 Permisos licencias y seguros. Los proyectos que desarrolle Juntos contarán con pólizas de todo riesgo construcción, cumplimiento, responsabilidad civil predios labores y operaciones, y responsabilidad civil extracontractual, adicionalmente antes de entregar las unidades de vivienda estas contarán con seguro de incendio, inundación, anegación y terremoto.

BIBLIOGRAFIA

Icex Instituto Español de Comercio Exterior Colombia y Oportunidades de Negocio con el Banco Mundial BM y el Banco Interamericano de Desarrollo BID

Informe Económico y Comercial, elaborado por la oficina Económica y Comercial de España en Bogotá agosto 2013.

www.dane.gov.co

ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA

A continuación se presentará el resultado de una encuesta realizada a 21 empresas constructoras y comercializadoras de la ciudad de Medellín con el fin de evidenciar resultados interesantes en cuanto a la competencia que servirán como fuente para acometer nuestro proyecto.

La mayor cantidad de propiedades demandadas son apartamentos, estos tienen un 90% del mercado, mientras que las viviendas unifamiliares en unidad cerrada y otros tipos de hogares solo conservan el 10%, lo que da una idea de que los usuarios prefieren este tipo de infraestructura, esto puede ser porque esta clase de inmuebles son más competitivos y comercializables con respecto a las demás (Gráfico 1).

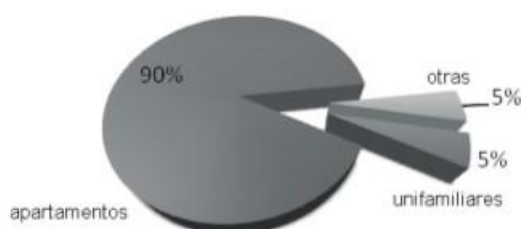


Gráfico 1. Tipo de vivienda más demandada

La mayor oferta de viviendas que tienen las diferentes constructoras está concentrado en los estratos 3 y 4, los cuales cuentan con un 38% del total; aunque la diferencia no es notoria con respecto a los demás estratos, es claro que los estratos 4, 5 y 6 son los que tienen la mayor oferta, pues en estos tres estratos es donde más se concentra el mercado de los bienes inmuebles de la ciudad. Sin embargo, para estas encuestas se observó que el nivel de preferencia de inversión por parte de las constructoras para el estrato uno y dos es cero (Gráfico 2).

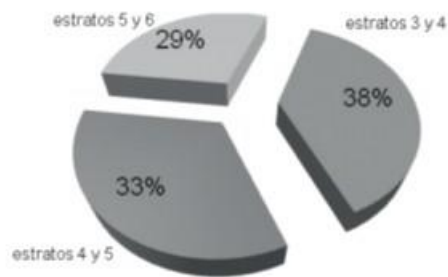


Gráfico 2. Existencia de mayor oferta

La mayor oferta de viviendas está en el rango de 120 a 200 millones, seguida de las viviendas que se encuentran por encima de los 200 millones, con esto se ratifica la idea de a quién está dirigido el mercado de viviendas en la ciudad; mientras que las viviendas con valores inferiores a los 50 millones solo ocupa el 19% de la totalidad del mercado. Las viviendas que se encuentran en un rango de 60 a 120 millones solo poseen el 10% del total de la oferta (Gráfico 3).

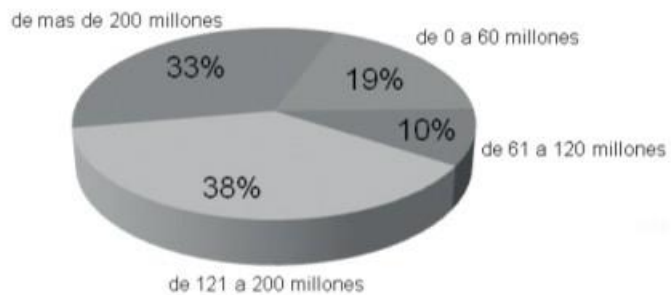


Gráfico 3. Rangos de precios

El 90% de las veces las viviendas son compradas para vivir en ellas, mientras que solo un 10% de las veces son utilizadas como inversión (Gráfico 4)

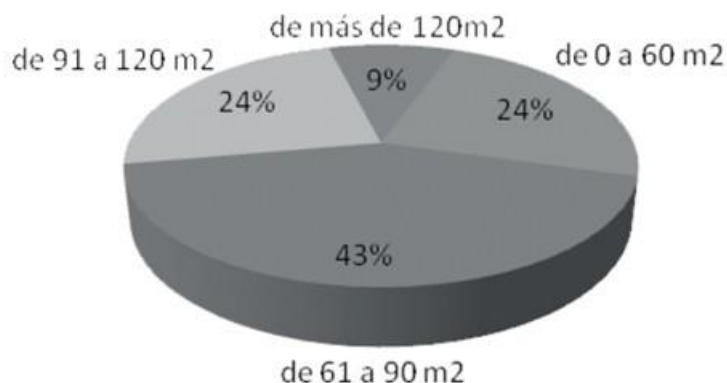


Gráfico 4. Propósito de la vivienda

Se observa que las viviendas que tienen mayor demanda son las que se encuentran entre 60 y 90 metros cuadrados, con un 43% del mercado; seguidas de las que tienen entre 91 y 120 metros cuadrados, que tienen una demanda del 24%; del mismo modo, las viviendas que se encuentran entre 0 a 60 metros cuadrados, que cuentan con un 24% de preferencia; mientras que las viviendas que tienen más de 120 metros cuadrados solo cuentan con un 9% de las preferencias de los compradores; esto se debe a que este tipo de viviendas tienen altos costos para los usuarios (Gráfico 5).

Grafico 5. Mayor demanda de vivienda según m2

Por otro lado, en cuanto a los tipos de vivienda que ofrecen las constructoras, un 57% de ellas poseen tres alcobas y dos baños, un 24% de las viviendas tienen dos alcobas y dos baños, y solo un 9% consta de dos alcobas y un baño; el 10% restante tienen más de tres alcobas y dos baños o más; lo que nos ratifica lo dicho por los estudios de Camacol, los cuales afirmaban que el tipo de vivienda que más se construye son las de tres alcobas y dos baños. Asimismo, en las encuestas realizadas el 100% de los entrevistados afirmó que las viviendas tienen salón comedor, lo que nos muestra que los inmuebles con sala y comedor independientes están desapareciendo (Gráfico 6).

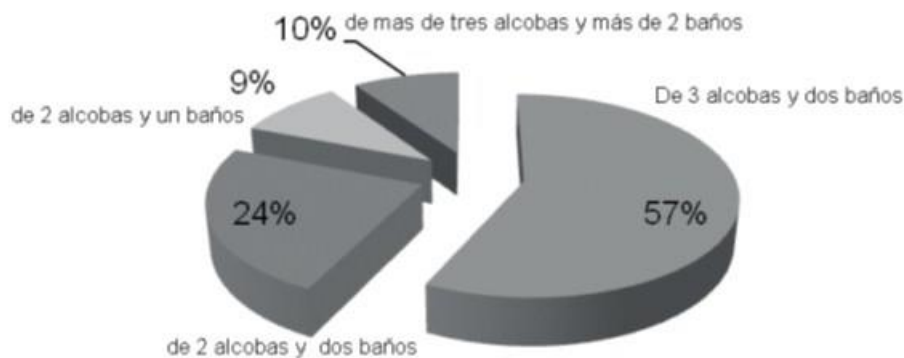


Gráfico 6. Cantidad de alcobas y baños

Finalmente, se encontró que al comprar vivienda los usuarios optan en un 52% por la ubicación, seguido del precio con un 29%, y por último, la comodidad y el confort representan solo un 19% de las preferencias que tiene el comprador a la hora de escoger vivienda. Dado lo anterior, es claro que la ubicación juega un papel determinante a la hora de decidir dónde invertir. Asimismo, esta variable es un indicativo clave para determinar donde se presentan mayores aumentos del precio del metro cuadrado en la ciudad. Por lo tanto, se ratifica que aunque la variable precio es importante a la hora de decidir dónde comprar, no es el determinante de mayor importancia a la hora de la toma de decisión (Gráfico 7).

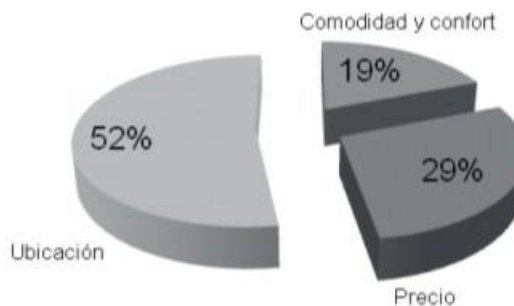


Gráfico 7. Preferencias del comprador a la hora de elegir vivienda

Los mercados actuales han evolucionado al igual que las culturas lo han hecho. En el mercado inmobiliario se hace necesario entender cuáles son las preferencias que tienen los compradores actuales, sus necesidades existentes, sus estilos de vida actuales. Es bien importante conocer cuáles son sus necesidades básicas y sus patrones de comportamiento.

ANEXO 2 ANALISIS DOFA

Análisis de influencias internas y externas DOFA

DEBILIDADES: La principal debilidad que puede afectar a Construyendo Juntos, es el hecho de ser una nueva empresa, la cual no cuenta con proyectos o logros previos para mostrar como respaldo.

Inicialmente el poder de negociación de construyendo juntos puede no ser muy fuerte, por ser una empresa nueva, lo que le dará cierto poder de negociación a los fondos de empleados.

OPORTUNIDADES: Los fondos de empleados de las grandes empresas del país, cuentan con una gran cantidad de asociados, y serán estos los futuros clientes/socios de Construyendo Juntos.

La empresa contara con toda la fuerza de promoción con la que cuente el fondo hacia el que se dirija, y tendrá la posibilidad de utilizar estos mecanismos para llegar a sus futuros asociados, lo que se verá representado en un ahorro de dinero en el costo de la comunicación.

La necesidad de adquirir vivienda de la mayoría de las personas, y la demanda insatisfecha en estratos 1,2,3 son oportunidades para ser explotadas por construyendo juntos.

FORTALEZAS: La capacidad de ofrecerles a los asociados un costo menor de su vivienda, con respecto a los constructores tradicionales.

El hecho de que los fondos de empleados sean los proveedores del dinero, le da una fortaleza importante a Construyendo Juntos, ya que el recaudo de cartera se realizara directamente con el fondo, lo cual da cierta seguridad en este aspecto.

AMENAZAS: El negocio de la construcción es un negocio cíclico, donde hay momentos en los que se construye mucho, seguidos por momentos en donde la compra de vivienda baja, viéndose esto mas en estratos altos, pero afectando en menor escala a los bajos.

ANEXO 3
MANUAL DE IMAGEN CORPORATIVA