

Plan de negocios “Luxury Bienes Raíces”

Sebastián Ríos.

Sergio Rodríguez.

Universidad Santo Tomás

Proyecto de grado

Facultad de administración de empresas

Octubre de 2024

Tabla de contenido

1.	RESUMEN EJECUTIVO	5
1.1	Resumen	5
1.2	Justificación.....	6
1.3	Problemática	9
1.4	Objetivo General	12
1.4.1	Objetivos específicos	12
1.5	Descripción preliminar básica del producto o servicio.	12
1.6	Metodología	13
1.7	Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto.....	13
2.	Planeación estratégica	14
2.1	Misión	14
2.2	Visión	15
2.3	Análisis del sector económico.....	15
2.4	Objetivos estratégicos	16
2.5	Objetivos tácticos	17
2.6	Objetivos operacionales	17
2.7	Filosofía del negocio.....	17
2.8	Know How.....	18
3.	Concepto del servicio	19
3.1	Identificación detallada de necesidades	19
3.2	Presentación muy detallada de las especificaciones del servicio	20
3.2.1	Evaluación de la Capacidad Financiera.....	21
3.2.2	Asesoramiento en Opciones de Financiación:	22
3.2.3	Acompañamiento en el proceso de compra	23
3.4	Uso y manejo del servicio.....	23
3.5	Imagen y marca	24
3.6	Slogan del servicio.....	25
3.7	Resumen del modelo de negocio.....	25

4. Estudio de Mercado.....	26
4.1 Investigación del mercado – Presentación de resultados de la metodología	26
4.2 Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural.	29
4.3 Nicho de mercado.	31
4.4 Determinación del precio.....	32
5. Plan de Mercadeo.....	34
5.3 Fidelización.	35
5.4 Postventa - servicio al cliente. Política de crédito.	35
6. Estudio de Operaciones.....	36
6.1 Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo.	36
6.2 Distribución de planta.	38
6.3 Costos de producción.	38
6.4 Inversiones en infraestructura.....	38
6.5 Inversiones en capital de trabajo	38
7. Estudio Organizacional.....	39
7.1 Estructura organizacional explicada – Organigrama.....	39
7.2 Perfiles de cargo.....	40
7.2.1 Asesor comercial	40
7.2.2 Encargado administrativo.	41
7.2.3 Perfiles a futuro	41
7.3 Requisitos legales del proyecto.	42
7.4 Gastos administrativos.....	44
7.5 Metodologías de Motivación. (explicar mejor con la referencia del libro)	45
7.6 Mecanismos de Liderazgo.....	45
7.7 Indicadores de Gestión.....	46
7.7.1 Tasa de conversión de clientes potenciales a clientes activos.....	46
7.7.2 Tiempo Promedio de Cierre de Ventas	47
7.7.3 Cantidad de nuevos clientes por periodo de tiempo.....	47
8. Estudio Financiero.....	478

8.2 Costos y gastos	499
8.3 Ingresos.....	499
8.4 Presupuestos de produccion	50
8.5 Presupuestos de produccion op	50
8.6 Presupuesto de produccion ps.	50
8.7 Flujo de Caja	50
9. Referencias.....	52
10. Bibliografía.....	52

Tablas:

Tabla 1. Proyecciones de viviendas ocupadas a nivel departamental 2018-2050 censo nacional de población y vivienda (CNPV) - 2018"

Tabla 2. Cuadro de disposición a compra de vivienda por ciudades.

Tabla 3. PROYECCIONES DE POBLACIÓN POR AÑO. PERIODO 2024 – 2028.

Tabla 4. PROYECCIONES DE POBLACIÓN A NIVEL DE LOCALIDADES. PERIODO 2024 – 2028.

Tabla 5. Costos de producción.

Tabla 6. Inversiones en capital de trabajo.

Tabla 7. Cargo de asesor comercial.

Tabla 8. Cargo de encargado administrativo.

Tabla 9. Registro de la organización.

Tabla 10. Impuestos de la actividad.

Tabla 11. Pago a nómina.

Tabla 12. Gastos administrativos.

Figuras:

Figura 1 Distribución de respuestas (%) a tres preguntas de conocimiento financiero por edad.

Figura 2. Promedio de Tasa de intervención de política monetaria anual (%).

Figura 3. Marca de la empresa Luxury bienes raices.

Figura 4. Investigación de mercado.

Figura 5. Investigación de mercado 2.

Figura 6. Etapas Compra Venta Sin Crédito Hipotecario.

Figura 7. Etapas Compra Venta Con Crédito Hipotecario.

Figura 8. Estructura organizacional.

Figura 9. Estructura organizacional a futuro.

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1 Resumen

“Luxury Bienes Raíces” es una empresa que brinda asesoría financiera en materia inmobiliaria a jóvenes de 18 a 35 años en Bogotá. El objetivo es eliminar las dificultades para acceder al crédito y la falta de conocimientos financieros a la hora de adquirir inmuebles.

Los servicios clave incluyen evaluación del desempeño financiero, asesoramiento sobre opciones de financiamiento y soporte integral durante el proceso de compra. Los valores especiales de la empresa residen en su enfoque individual, la transparencia y la educación financiera continua.

Luxury tiene como objetivo ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas y evitar deudas innecesarias proporcionando soluciones accesibles y sostenibles a los problemas del mercado inmobiliario.

1.2 Justificación

El mercado inmobiliario en Colombia se compone de la demanda y oferta que existe, pero nos enfocaremos en la necesidad de la demanda, específicamente en Bogotá, para que cada ciudadano logre adquirir su vivienda propia o en alquiler. Colombia ha crecido en los últimos años en el ámbito de viviendas ocupadas, registrando en 2024 un crecimiento del 3% comparado con el año inmediatamente anterior 2023, el incremento en el sector inmobiliario es equivalente a 466.990 unidades, según el departamento administrativo nacional de estadística¹ (DANE, 2024), como lo podemos apreciar en la Tabla 1 .

Tabla 1

Proyecciones de viviendas ocupadas a nivel departamental 2018-2050 censo nacional de población y vivienda (CNPV) - 2018"

Año	N.º de viviendas	Crecimiento
2018	14.465.744	-
2019	15.026.084	4%
2020	15.564.164	3%
2021	16.044.562	3%
2022	16.504.059	3%
2023	16.967.640	3%
2024	17.434.630	3%

¹ Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2024). Proyecciones de viviendas a nivel departamental 2018-2050 y municipal 2018-2035. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-viviendas-y-hogares>

Nota. Datos tomados del departamento administrativo nacional de estadística (2024).

Sin embargo, la adquisición de viviendas o el arrendamiento de estas ha sido complejo para los usuarios debido a diversas problemáticas, entre ellas el desconocimiento bancario, auxilios y alternativas para compras de primera vivienda. Este desconocimiento es notable, ya que solo el 16.4% de las personas puede responder correctamente tres preguntas básicas sobre economía y finanzas.² Aunque muchos entienden la inflación, la tasa de interés y demás, se limita su capacidad para tomar decisiones financieras efectivas. Además, un alto porcentaje de personas muestra inseguridad de sus respuestas lo que refleja una brecha significativa en la educación financiera del país.

Es necesario traer a este documento presente la información suministrada, identificamos que muchos Bogotanos no han logrado adquirir su vivienda por la desinformación y el poco interés de auto informarse por las entidades regulatorias del sector vivienda, como lo podemos ver en esta figura 1 donde podemos percatarnos del desconocimiento de acuerdo con grupo de edades.

Figura 1

Distribución de respuestas (%) a tres preguntas de conocimiento financiero por edad.

² Banco de la republica. (2024). Educación financiera y bienestar financiero: evidencia de Colombia en un entorno de alta inflación. Recuperado de <https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/3552dad8-bf61-4716-8c1a-cbeb82a0314e/content>

Variable demográfica	Interés		Inflación		Riesgo		En general	
Edad	Correctas	No sabe/no responde	Correctas	No sabe/no responde	Correctas	No sabe/no responde	3 correctas	Al menos 1 NS/NR
<=35	53,0	3,7	70,9	1,0	46,2	12,6	18,7	16,3
36-50	35,4	3,6	80,3	5,8	53,3	8,3	11,1	14,5
51-65	39,9	7,4	85,1	1,5	50,5	17,4	20,0	24,4
>65	37,6	10,1	86,7	1,1	50,2	27,9	16,2	31,6

Nota. Datos tomados de Banco de la república. Educación financiera y bienestar financiero: evidencia de Colombia en un entorno de alta inflación. (2024).

También la desbancarización, un fenómeno donde las personas no utiliza los servicios bancarios representando el 56.2% al año 2024 según el Banco mundial de acuerdo con la revista la república,³ por motivos como la informalidad laboral que se maneja en Colombia, lo que limita sus posibilidades de obtener financiamiento adecuado para la compra de vivienda, ya que todas las entidades financieras manejan políticas que previenen el lavado de activos y financiación del terrorismo al ser entidades vigiladas por la superintendencia financiera de Colombia.

Por lo tanto, nuestra empresa se posiciona como una entidad que correlaciona el mercado inmobiliario y financiero, brindando soluciones a la población que no ha podido adquirir o alquilar vivienda de manera satisfactoria en que podremos brindar asesorías no solo inmobiliarias, si no también financieras para lograr ubicar de forma acertada a cada cliente con las diversas políticas bancarias, ofreciendo una evaluación exhaustiva de ingresos y gastos para

³ Banco Mundial. (2024). El Banco Mundial destaca niveles de bancarización en la región por tarjetas y cuentas. Citado en La República. Recuperado de <https://www.larepublica.co/globoeconomia/banco-mundial-destaco-niveles-de-bancarizacion-en-la-region-3829821#:~:text=Colombia%20est%C3%A1%20en%20d%C3%A9cimo%20lugar,a%20trav%C3%A9s%20de%20las%20cuentas>

calcular la capacidad de endeudamiento con desarrollo de planes de ahorro y endeudamiento sostenible.

Dando así que la compañía destaca por su enfoque en la accesibilidad, ofreciendo soluciones que simplifican el acceso a préstamos hipotecarios y orientan a los clientes hacia opciones financieras que se ajustan a su perfil. Esto no es sólo una respuesta a la falta de conocimiento financiero, sino que también se alinea con las tendencias del mercado donde la personalización y el soporte integral son clave para generar confianza entre los compradores.

Por tanto, la propuesta pretende no sólo reducir la incertidumbre financiera, sino también capitalizar la creciente demanda de servicios que faciliten el proceso de adquisición de bienes inmuebles en entornos complejos.

1.3 Problemática

En Bogotá, el mercado inmobiliario enfrenta desafíos significativos debido a la falta de asesoramiento financiero adecuado. Muchos usuarios toman decisiones que perjudican su bienestar financiero por carecer de conocimientos específicos en finanzas. Un ejemplo de ello es la dificultad de muchos colombianos para acceder a créditos hipotecarios debido a la informalidad laboral. Según el departamento administrativo nacional de estadística (DANE, 2024), el 55,8% de la población ocupada trabaja en condiciones de informalidad entre abril a junio del 2024⁴, lo cual está relacionado con el hecho de que solo el 56.2% de la población no está bancarizada a través de cuentas corrientes y/o de ahorros, dando a entender que esta población se le dificulta el hecho de

⁴ Departamento administrativo nacional de estadística. (2024). Empleo informal y seguridad social. Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

solicitar préstamos para adquirir vivienda. En cuanto con la falta de educación financiera, también conocida como alfabetización financiera, es otro problema destacado.

En Bogotá, una encuesta del banco de la república reveló que el 70 % de los encuestados respondió incorrectamente a preguntas sobre temas financieros.⁵ Por ello, hoy en día, en Colombia aun parte de la población no le interesa ingresar sus ahorros y bancarizarlos, por lo que perciben el desconocimiento de beneficios y permanecen lo conocido tradicional.

La complejidad del mercado inmobiliario se ve agravada por la variabilidad en los precios de las propiedades. En el primer trimestre de 2024, los precios de los apartamentos aumentaron un 2.67% en comparación con el cuarto trimestre de 2023, mientras que los precios de las casas registraron un incremento del 2.20% en el mismo periodo.⁶ Esta situación deja a los consumidores sin el apoyo necesario para navegar eficazmente en el sector inmobiliario.

Además, la tasa de interés es un factor crítico que influye en la demanda. Desde octubre de 2021, el Banco de la República ha aumentado su tasa de interés de intervención (TIBR) en 20 ocasiones, pasando del 1.75% al 11.75% en junio de 2024.⁷ Este incremento anual ha promediado un crecimiento del 8.63%, como se muestra en la figura n.º2.

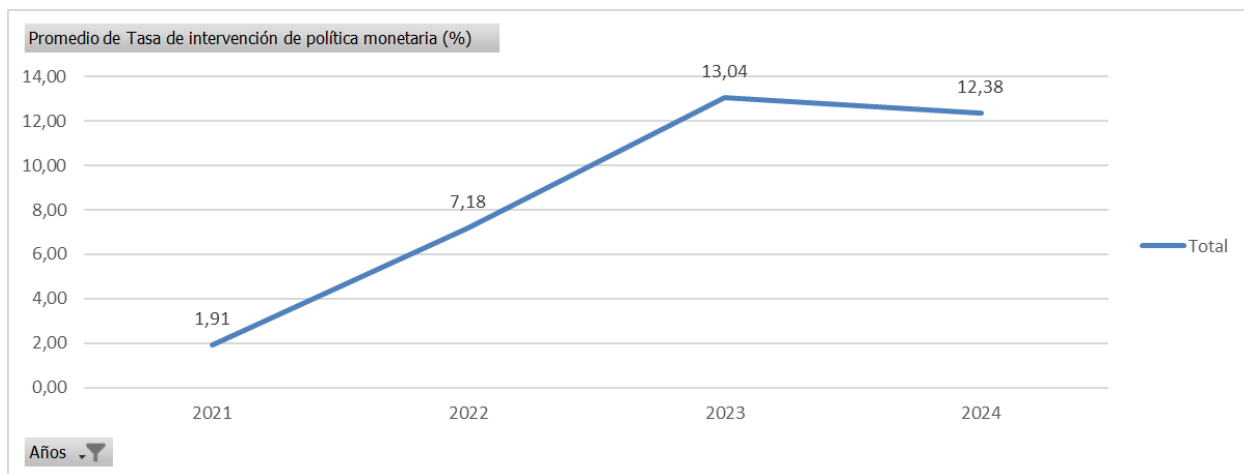
Figura 2.

Promedio de Tasa de intervención de política monetaria anual (%).

⁵ Banco de la república de Colombia. (2011). Determinantes de la alfabetización financiera de la población bogotana bancarizada. Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/borrador-792>

⁶ Departamento administrativo nacional de estadística. (2024). Índice de Precios de la Vivienda Nueva (IPVN). Recuperado de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPVN/bol-IPVN-Iltrim2024.pdf>

⁷ Banco de la República de Colombia. (2024). Tasas de interés de política monetaria. Recuperado de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-interes-politica-monetaria>.



Nota. Datos tomados del banco de la república (2024).

Con la creciente demanda de viviendas, evidenciada por un incremento del 13.6% en el frente al mismo trimestre del año 2023 en el desembolso,⁸ y el aumento en el endeudamiento de los hogares, que ahora alcanza el 11.75%, la necesidad de un asesoramiento financiero adecuado es más urgente que nunca por lo que este proyecto está diseñado para satisfacer esa demanda crítica.

Por lo tanto, este proyecto busca abordar estas problemáticas proporcionando un servicio integral que combine la asesoría financiera con los servicios tradicionales inmobiliarios. Al ofrecer este apoyo, se facilita la toma de decisiones informadas y seguras, promoviendo la estabilidad económica de los usuarios y mejorando la eficiencia del mercado inmobiliario en Bogotá.

De modo que nos preguntamos si, ¿es viable un servicio de asesoramiento financiero integral para mejorar las decisiones de compra y alquiler de propiedades, maximizando las posibilidades de inversión y satisfaciendo las necesidades de los clientes?

⁸ Departamento administrativo nacional de estadística (2024). Financiación de Vivienda (FIVI). Recuperado de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/financiacion-de-vivienda>.

1.4 Objetivo General

Evaluar la efectividad de nuestros servicios de asesoría financiera y apoyo profesional a la población de 25 a 45 años ubicados en Bogotá, facilitando el proceso de compra o alquiler de inmuebles para decisiones financieras acertadas y una experiencia segura.

1.4.1 Objetivos específicos

- a. Realizar un estudio de mercado detallado para el servicio que brindaremos y así reconocer cuales son nuestros competidores directos al inicio del proyecto.
- b. Determinar los requisitos legales y administrativos para crear la empresa, según las normas aplicables y beneficios para la actividad económica propuesta.
- c. Evaluar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, analizando todos los factores económicos, operativos y de mercadeo que puedan impactar su éxito.

1.5 Descripción preliminar básica del producto o servicio.

Contamos con tres servicios en la empresa. El primero es la evaluación de la capacidad financiera, diseñado para ayudar a los usuarios a comprender su situación financiera actual y determinar cuánto pueden invertir en un inmueble, evitando así el sobreendeudamiento. Este servicio incluye un análisis exhaustivo de ingresos y gastos, la evaluación de la capacidad de endeudamiento, y la creación de un plan de ahorro y de endeudamiento sostenible.

El segundo servicio es el asesoramiento en opciones de financiación, cuyo objetivo es orientar a los usuarios sobre las diversas opciones de financiación disponibles para la compra de inmuebles, encontrando una solución que se adapte a sus necesidades específicas.

Por último, se presenta el servicio de acompañamiento en el proceso de compra de vivienda, reduciendo el estrés que puede cargar el usuario debido a nuestro apoyo y asesoramiento pertinente.

1.6 Metodología

El lienzo Canvas es un modelo óptimo para nuestro proyecto inmobiliario que incluye: **Segmentos de Clientes**, ellos abarcan compradores de viviendas, inquilinos y empresas que buscan propiedades comerciales; Propuesta de Valor, ofreciendo propiedades bien ubicadas, con altos estándares de calidad y servicios adicionales como asesoría legal y financiera; **Canales**, utilizando agentes inmobiliarios, plataformas digitales y redes sociales; Relaciones con los Clientes, manteniendo una comunicación personalizada y un excelente servicio postventa; Fuentes de Ingresos, obtenidas de comisiones por ventas y alquileres; Recursos Clave, como terrenos, financiamiento, y personal capacitado; Actividades Clave, que incluyen la adquisición y desarrollo de propiedades, marketing y ventas; Socios Clave, como constructores, bancos y agencias de publicidad; y una Estructura de Costos, que abarca gastos de adquisición de terrenos, construcción, marketing y operación diaria.

1.7 Futuro general del sector al cual pertenece la empresa del plan propuesto

El futuro del mercado inmobiliario en Colombia es prometedor, impulsado por la mejora en la economía y otros factores. Este crecimiento se refleja en un mercado en expansión y mayor estabilidad económica.

La inflación ha mostrado una desaceleración significativa, pasando de una variación anual del 12.13% en 2023 a 7.18% en 2024, con proyecciones de Camacol que anticipan una reducción adicional a 5.60%. Esta disminución en la inflación aumenta el poder adquisitivo de las personas, facilitando un mayor ahorro para invertir en proyectos de vivienda y creando un entorno económico más favorable.

Sin embargo, los indicadores de actividad edificadora proporcionados por el DANE muestran una contracción en el sector. En el PIB nacional, el subsector de edificaciones presentó

una variación del -2.5%, mientras que la producción residencial tuvo una disminución del -5.3%. Además, según el presidente de Camacol, Guillermo Herrera, el primer semestre de 2024 evidenció una caída del -6.8% en la inversión en vivienda, con un porcentaje del PIB del 3.78%, el nivel más bajo desde 2005.

Por otro lado, en el primer trimestre del año, el censo de edificaciones registró una contracción del -0.9% en el área en proceso de construcción en el país. Esta disminución se debe a una variación del -2.8% en la construcción de viviendas. Mientras que, en el sector de destinos no residenciales, como bodegas, oficinas y comercios, se observó un crecimiento en la construcción, con un aumento del 5.5%.⁹

A pesar de los desafíos en el subsector de edificaciones y la producción residencial, la desaceleración de la inflación. El aumento del poder adquisitivo y el entorno económico favorable ofrecen oportunidades para nuevos inversores y compradores, apoyando un futuro prometedor para el sector inmobiliario en Colombia.

2. Planeación estratégica

2.1 Misión

Proporcionar servicios de evaluación de capacidad financiera y asesoramiento sobre opciones de financiación para combatir el desconocimiento financiero que provoca deudas innecesarias. Comprendiendo la situación financiera de nuestros clientes y brindarles orientación sobre las mejores opciones para invertir en inmuebles es nuestro objetivo principal. Para

⁹ Camacol. (2024). Tras caída en el PIB de edificaciones y los indicadores de vivienda, Camacol insiste en la necesidad de implementar un plan de reactivación para el sector. [https://camacol.co/prensa/noticias/tras-caida-en-el-pib-de-edificaciones-y-los-indicadores-de-vivienda-camacol-insiste#:~:text=Otros%20indicadores%20de%20actividad%20edificadora&text=Al%20respecto%2C%20el%20presidente%20de,VIS%20\(%2D51%2C8%20%25](https://camacol.co/prensa/noticias/tras-caida-en-el-pib-de-edificaciones-y-los-indicadores-de-vivienda-camacol-insiste#:~:text=Otros%20indicadores%20de%20actividad%20edificadora&text=Al%20respecto%2C%20el%20presidente%20de,VIS%20(%2D51%2C8%20%25)

ayudarlos a tomar decisiones informadas y responsables en el mercado inmobiliario, atendiendo principalmente a personas entre 18 y 35 años, guiados por nuestros valores de accesibilidad, educación financiera, transparencia, empoderamiento, personalización, sostenibilidad financiera, innovación, compromiso social, orientación y apoyo continuo y confiabilidad.

2.2 Visión

Ser una compañía sólida y confiable en Bogotá en un lapso de cinco años, reconocida por nuestros clientes fieles por nuestra habilidad para ayudarlos a encontrar y acceder a su inmueble deseado. Aspiramos a participar activamente en el desarrollo de la ciudad, promoviendo una vivienda digna y accesible para todos, con un enfoque particular en el impacto social de ayudar a las personas a lograr el sueño de tener una vivienda propia.

2.3 Análisis del sector económico

Según Fedesarrollo, la disposición de la gente a comprar vivienda en junio de 2024 fue del -41,7%, reflejando un menor deseo de compra respecto al mes anterior. Sin embargo, este valor fue 1,8 puntos superior al nivel de 2023 para el mismo mes del año pasado.¹⁰

Tabla 2.

Cuadro de disposición a compra de vivienda por ciudades.

Ciudad. Balance %	Junio 2023	Mayo 2024	Junio 2024
Bogotá	-53,8	-39,1	-46,9
Medellín	-44,1	-24,4	-55,5
Cali	-21,6	-25,7	-25,3
Barranquilla	-0,1	-31,6	-9,0
Bucaramanga	-46,3	-42,7	-23,2
Total	-43,5	-34,2	-41,7

¹⁰ Fedesarrollo (2024, junio) Encuesta de Opinión del Consumidor. https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/4616/BEOC_Junio_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Fuente: Encuesta de opinión del consumidor (EOC) - Fedesarrollo.

En promedio entre 2007 y 2024, la intención de compra de vivienda fue del 7,8% de acuerdo con Camacol. A pesar de la menor intención de compra, la cartera hipotecaria creció un 1,0% en mayo de 2024, con lo que el saldo de la cartera hipotecaria ascendió a \$106.24 billones, un aumento del 8,2% respecto a 2023.¹¹

En el periodo de mayo a junio de 2024 con respecto al mismo periodo, pero del año 2023, se observan estas tendencias con respecto a tres indicadores principales para el mercado general, incluida la segmentación VIS (vivienda pública) y no VIS.

El primer indicador que es sobre los lanzamientos se mostró una disminución del 26% en el periodo de mayo a junio de 2024 respecto al mismo periodo de 2023, de 153.325 a 113.399 unidades. El segundo indicador es el de iniciación, que se refiere al proyecto o fase en la que se inicia la construcción tuvo también una disminución del 20,6% de 173.314 unidades a 137.596 unidades. Finalmente, el tercer indicador fueron las ventas, que registraron una disminución del 21,6% de 173.717 unidades a 136.219 unidades.¹²

2.4 Objetivos estratégicos

Presencia en Bogotá, buscamos ser reconocidos como una empresa confiable y líder en asesoramiento financiero para la adquisición de inmuebles, en la que podamos brindar no solo información en compra y venta de inmuebles, también es brindar un ecosistema en asesoría especializada del sector financiero que permita agilizar la compra de inmuebles con la opción de solicitar sus créditos hipotecarios en un mismo lugar.

¹¹ Camacol. (2024, agosto) Informe de actividad edificadora agosto 2024. https://camacol.co/sites/default/files/descargables/IAE%20Agosto_2.pdf

¹² Camacol. (2024, agosto) Informe de actividad edificadora agosto 2024. https://camacol.co/sites/default/files/descargables/IAE%20Agosto_2.pdf

Contamos con el indicador de satisfacción para poder determinar nuestro reconocimiento por medio de una encuesta de satisfacción general que, a través de encuestas periódicas, podremos evaluar la satisfacción de los clientes con el servicio de asesoría financiera y la facilidad del proceso de compra.

2.5 Objetivos tácticos

Mejorar las herramientas de análisis financiero, personalizar las evaluaciones según las necesidades del cliente, y actualizar continuamente las estrategias de endeudamiento sostenible.

Establecer alianzas con bancos, cooperativas de crédito y otras entidades financieras; analizar y comparar continuamente las mejores opciones de financiación.

2.6 Objetivos operacionales

Capacitar al personal en servicio al cliente, implementar un sistema de seguimiento de casos, y establecer canales de comunicación eficientes.

Desarrollar o adquirir software para la evaluación financiera y gestión de clientes, asegurar la seguridad y privacidad de los datos

Realizar encuestas de satisfacción periódicas, analizar el impacto de los servicios en la situación financiera de los clientes, ajustar estrategias según los resultados

2.7 Filosofía del negocio

Nuestras decisiones y estrategias de la empresa van de la mano con los valores que hemos establecido para hacer un entorno adecuado para nuestro personal como para nuestros clientes, brindando siempre la confianza y transparencia en todo momento.

Buscamos ayudar a los usuarios tomando decisiones informadas sobre la compra de inmuebles promoviendo su empoderamiento financiero y bienestar a largo plazo, resultando en un futuro ser una empresa líder en Bogotá reconocida por su compromiso y valores.

2.8 Know How

Esta organización se especializa en brindar asesoramiento financiero personalizado a usuarios que buscan comprar y/o alquilar de vivienda. Este proceso comienza con la atracción de clientes a través de campañas en las redes sociales que se centran en nuestros valores de transparencia, confianza y compromiso.

Una vez que contactamos al cliente, comenzamos una evaluación financiera y analizamos su desempeño económico, incluyendo ingresos, gastos y capacidad de endeudamiento. Luego de realizar la evaluación, le asesoraremos sobre diversas opciones de financiamiento según su perfil financiero. Este proceso se complementa con un seguimiento continuo y un servicio postventa para garantizar la atención al cliente en cada paso del proceso.

También ofrecemos programas de capacitación interna para mantener a nuestros empleados informados sobre las últimas noticias y tendencias en la industria inmobiliaria. Nuestra cultura fomenta la mejora continua y garantiza que estemos un paso por delante en la entrega de soluciones que realmente capaciten a nuestros clientes.

3. Concepto del servicio

3.1 Identificación detallada de necesidades

Según artículo publicado por la revista “la pesquisa” en su 59va edición.¹³ Un 52,7% de la población Bogotana no ha logrado conseguir comprar vivienda de forma digna, teniendo presente, que de acuerdo con los niveles socioeconómicos Bogotá cuenta con una política de vivienda digna en la que según el artículo “se mueve por inercia”, esto obedece al desconocimiento de la política para adquisición de vivienda, ya sea vip (vivienda de interés prioritario), vis (Vivienda de interés social) o superior y el distrito ejerce poca promoción de dicha política.

Para arriendos, teniendo presente según el diario “La República” en su artículo (Colombia es un país de arrendatarios y las búsquedas de inmuebles siguen creciendo 2023) El 52,7% de la población vive en condición de arriendo hoy en día, es indispensable ya que es una de las necesidades básicas de los seres humanos para poder existir y sobrevivir, por lo que económicamente es un negocio que a diario buscan las personas para lograr habitar un espacio inmueble para su descanso y supervivencia.¹⁴

Adicional para poder cumplir el sueño de comprar vivienda, las personas manifiestan no tener el conocimiento necesario, por lo que proponemos que “Luxury Bienes Raíces” brinde una asesoría completa, tanto en un circuito inmobiliario como en conocimiento financiero (Costos,

¹³ Martínez, M. (20/05/2022) Vivienda social en Bogotá: una política en el aire. Pesquisa Javeriana, edición 59. <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/vivienda-social-bogota-una-politica-en-el-aire/>

¹⁴ Rodríguez, D. (11/01/2024). “Colombia es un país de arrendatarios y las búsquedas de inmuebles siguen creciendo”. La república. <https://www.larepublica.co/empresas/el-aumento-en-la-demanda-de-los-arriendos-no-parara-en-2024-y-sera-por-ciudades-3777948#:~:text=En%20las%20grandes%20ciudades%2C%20las,cantidad%20de%20arrendatarios%E2%80%9D%20indic%C3%B3%20Fedelonjas>

gastos, crédito e inversión inicial) la necesidad de un valor mínimo de cuota inicial a un 30% o valores directos asociados a Ley de vivienda siendo intermediarios directos en el servicio.

Hoy en día, de acuerdo con las políticas del gobierno de Colombia para los años 2022 a 2026, las políticas de adquisición de vivienda han cambiado, ya que el programa “Mi Casa Ya” que venía funcionando desde el año 2015 tuvo cambios, anteriormente, este programa otorgaba beneficios para personas que deseaban adquirir vivienda, consistía en vivienda vis y superior con apoyos económicos para la cuota inicial de vivienda nueva y una reducción en tasa de interés de hasta un 50% en los primeros 7 años de los créditos hipotecarios, este programa estuvo vigente con estas condiciones durante el año 2023 y se solicitaba directamente en las entidades financieras. Según la revista “Estrenar vivienda” en su artículo (Subsidios de vivienda) publicado el 3 de octubre de 2024, los cambios en el programa son notorios ya que se limita solo a vivienda de interés social, acobijando a familias con ingresos no superiores a 5.2 S.M.L.V, y están priorizados a personas con niveles primarios de Sisbén y/o madres cabeza de familia, esta solicitud, se debe realizar directamente en las cajas de compensación.

3.2 Presentación muy detallada de las especificaciones del servicio

Dentro de nuestro modelo de servicio brindaremos una asesoría especializada en compra, venta, arrendamiento y solicitud de créditos hipotecarios, que permita resolver al cliente todas sus necesidades; Tendremos un asesoramiento en compra-venta y arriendos, que permite al cliente ubicar todo lo necesario en el mismo lugar, entre ellas; Análisis del sector, valor por metro cuadrado, estándares de valorización, reglamentaciones y uso de suelo.

Se podrá brindar un asesoramiento especializado en créditos hipotecarios, teniendo como referente la ley de vivienda recientemente reformada (Ministerio de vivienda nacional 2079 del año 2021) y las diferentes políticas de entidades financieras, es vital dar a conocer información

para nuestros clientes como; Relación cuota de ingresos familiares vs cuota de crédito hipotecario, Monto a financiar por línea de crédito Leasing o Crédito Hipotecario, Tasas de amortización, modalidad en pesos o unidades de valor real, seguros. Entre otros.

3.2.1 Evaluación de la Capacidad Financiera

El propósito de este servicio es ayudar a los usuarios a comprender su situación financiera actual y determinar cuánto pueden invertir en un inmueble, evitando así el sobreendeudamiento. A través de una evaluación exhaustiva de los ingresos, que incluye salarios, inversiones y otros ingresos del usuario, ofreciendo una revisión detallada de los gastos mensuales como transporte y alimentación, se analizan las finanzas personales.

Asimismo, se calcula la capacidad de endeudamiento mediante tres pasos clave. Primero, se evalúa la relación ingreso-deuda para determinar la cantidad de deuda que el usuario puede asumir de manera segura. Luego, se revisan los ahorros disponibles del usuario y sus activos para el pago inicial del inmueble. Además, se diseña un plan de ahorro personalizado para aumentar la capacidad de inversión en el inmueble y reducir la dependencia de créditos.

Además, se ofrece sugerencias sobre rangos de precios que se ajusten a la capacidad financiera del usuario. Finalmente, se desarrolla un plan de endeudamiento sostenible que incluye estrategias para mantener un endeudamiento adecuado, considerando las tasas de interés actuales y futuras.

Por otro lado, como parte del servicio, se mantiene a los clientes informados mediante material educativo, como guías, artículos y herramientas para mejorar su comprensión de conceptos financieros, tanto básicos como avanzados. Esta iniciativa permite a los clientes obtener una visión clara y precisa de su situación financiera, optimizando sus recursos y identificando oportunidades para mejorar su capacidad de inversión.

Así que el servicio de evaluación financiera no solo facilita la toma de decisiones inmobiliarias, sino que también empodera a los usuarios con el conocimiento financiero necesario para asegurar un futuro económico saludable y estable.

3.2.2 Asesoramiento en Opciones de Financiación:

El propósito de este servicio es orientar al usuario sobre las diversas opciones de financiación disponibles para la compra de inmuebles, encontrando una solución financiera que se adapte a sus necesidades y situación específica.

Analizando opciones como créditos hipotecarios ofrecidos por bancos y entidades financieras, incluyendo detalles sobre tasas de interés, plazos, requisitos y condiciones. Además, se considerarán préstamos personales, comparando sus condiciones y tasas con las de los créditos hipotecarios. También se evaluarán opciones no bancarizadas, como las cooperativas de crédito, que suelen tener requisitos más flexibles y criterios menos estrictos que los bancos para otorgar préstamos y créditos.

Luego, se compararán las opciones utilizando diversos indicadores. Entre ellos, la tasa de interés ofrecida por los prestamistas ya sea fija o variable. Asimismo, se examinarán los plazos y las cuotas, evaluando tanto el periodo de pago como el monto de las cuotas mensuales, siempre considerando la capacidad de pago del usuario. Finalmente, se analizarán los costos adicionales asociados a cada opción de financiación, como comisiones, seguros y gastos administrativos.

Finalmente, se ofrecerá asistencia con la documentación necesaria para la solicitud de cada tipo de financiación. Esto incluye asesoría sobre los documentos requeridos, como identificación, comprobantes de ingresos, historial crediticio y avales.

Los beneficios que obtendrá el cliente incluyen acceso a información confiable y la optimización de costos, identificando oportunidades para mejorar su situación financiera a largo plazo.

3.2.3 Acompañamiento en el proceso de compra

El objetivo del servicio es acompañar al cliente durante el proceso de compra, desde la búsqueda inicial hasta la finalización de la transacción. Incluye visitas a propiedades, negociaciones, gestión documental y asesoramiento continuo. También brindamos soporte postcompra, incluyendo asesoramiento en remodelaciones y alquileres.

Esto crea una excelente experiencia para el cliente y proporciona beneficios como la reducción del estrés en lo que a menudo puede ser un proceso complejo y difícil, especialmente cuando se aborda por primera vez.

3.4 Uso y manejo del servicio

Nuestra propuesta es ofrecer digitalmente el servicio a través de una página web, redes sociales y aplicaciones de comunicación, sin embargo, será posible atender de forma presencial a los clientes que requieran en las oficinas que destinaremos para ello. Para acceder a nuestro servicio, solicitamos información inicial, como nombre, número telefónico, correo electrónico y la consulta específica del usuario. Esto nos permitirá comenzar el proceso de ayuda de acuerdo con su solicitud.

Procederemos con un análisis de la situación financiera del usuario, evaluando opciones disponibles como créditos hipotecarios, préstamos personales y alternativas no bancarizadas. Luego, compararemos las condiciones de cada opción, incluyendo tasas de interés, plazos de pago, requisitos de documentación y costos adicionales.

Ofreceremos asesoramiento personalizado mediante sesiones programadas para discutir y explicar las opciones disponibles, adaptadas a las necesidades y capacidades del usuario. En estas sesiones, proporcionaremos recomendaciones específicas para facilitar la toma de decisiones.

Finalmente, brindaremos educación continua a través de talleres y recursos educativos sobre gestión financiera y opciones de financiación, mejorando la comprensión del usuario. Además, ofreceremos un seguimiento continuo para mantener al usuario informado sobre el estado de su solicitud y ajustar las estrategias proporcionadas según sea necesario.

3.5 Imagen y marca

Figura 3.

Marca de la empresa Luxury bienes raices.



El nombre de la empresa “LUXURY BIENES RAICES” se eligió por su capacidad de transmitir confianza y cercanía con el público objetivo, que tiene entre 25 y 45 años, utilizando el término "LUXURY" para crear una conexión personal y amigable. Tiene como objetivo enfocar

en el centro de un mundo la vida en una vivienda, el cual se construye a su forma alta que garantiza la percepción de crecimiento. Los colores corporativos se seleccionaron basándose en la psicología del color: el blanco representa luz y amabilidad, reflejando la experiencia que los usuarios tendrán al contactarnos, mientras que el Azul Oscuro y gris simboliza la sobriedad, simplicidad, característica de nuestra empresa, que facilita el proceso de adquisición de vivienda para nuestros clientes.

3.6 Slogan del servicio

El slogan "Tu Casa, Nuestra Misión" tiene como objetivo combatir la ignorancia financiera y ayudar a los clientes a tomar decisiones informadas y responsables en el mercado inmobiliario. Este lema reconoce nuestra misión de entender la situación financiera de nuestros clientes y educarlos sobre las mejores opciones de inversión inmobiliaria, y nuestra capacidad de convertirnos en una empresa sólida y confiable en Bogotá en cinco años, ayudando a las personas a lograr sus objetivos.

3.7 Resumen del modelo de negocio

Somos una empresa especializada en asesoría financiera y asistencia en la compra de bienes inmuebles, enfocada en los jóvenes de Bogotá que tienen dificultades para obtener financiamiento. Ofrecemos tres servicios principales: evaluaciones de desempeño financiero, asesoramiento sobre opciones de financiamiento y asistencia en el proceso de compra de una propiedad.

Nuestros servicios se caracterizan por un trato personalizado y van más allá del asesoramiento, incluyendo planificación financiera sostenible, análisis comparativo de opciones crediticias y acompañamiento integral durante toda su transacción inmobiliaria.

Nos diferenciamos al brindarles a nuestros clientes conocimiento financiero y apoyo continuo para garantizar decisiones informadas y una experiencia de compra satisfactoria.

4. Estudio de Mercado

4.1 Investigación del mercado – Presentación de resultados de la metodología

En los diferentes escenarios del mercado inmobiliario en Colombia, según la cámara de comercio de Bogotá, se encuentran registradas alrededor de 17.655 inmobiliarias,¹⁵ que cumplen actividades de intermediación para el comercio de bienes inmuebles, donde se catalogan servicios de asesoramiento para la compra y venta de inmuebles, así mismo, de arrendamientos ya sea para uso residencial y/o comercial. Donde las empresas del sector inmobiliario tienen en sus modelos de negocio un cobro general entre un 1.5% y 3% del valor de la venta como ganancia en comisión de la venta de inmuebles y entre un 10% a 25% mensual por efectos de arriendos a inmuebles. (Fuente: Camacol 2023).

En el sector, la empresa líder que ha generado una fuente de ingresos considerable es la empresa “HABI” ya que es denominada como empresa “unicornio” según la plataforma LinkedIn en su artículo (Unicornio Inmobiliario, 2023)¹⁶. En el académico Fernando Barrero, nos muestra una visión del sector en el que esta compañía no solo opta por el modelo de negocio tradicional, si no, por apostar un ecosistema que pueda atender una necesidad general de incluir no solo la intermediación entre ventas inmobiliarias, adicionando el monopolio de compra de inmuebles para tener un capital robusto y el asesoramiento en el sector financiero. Esto provee

¹⁵ Cámara de comercio de Bogotá. (18/03/2022). La Cámara de Comercio de Bogotá lanza Programa de Reactivación Económica para Inmobiliarias en Bogotá y la Región. <https://www.ccb.org.co/de-interes/comunicados/la-ccb-lanza-apertura-segunda-version-programa-reactivacion-para-el-sector-inmobiliarias>

¹⁶ Barrero, F. (17/07/2023). Unicornio Inmobiliario. LinkedIn. <https://es.linkedin.com/pulse/unicornio-inmobiliario-fernando-barrero-rivera>

un manejo completo de una venta para ser los únicos al dar soluciones a los clientes que necesitan primaria.

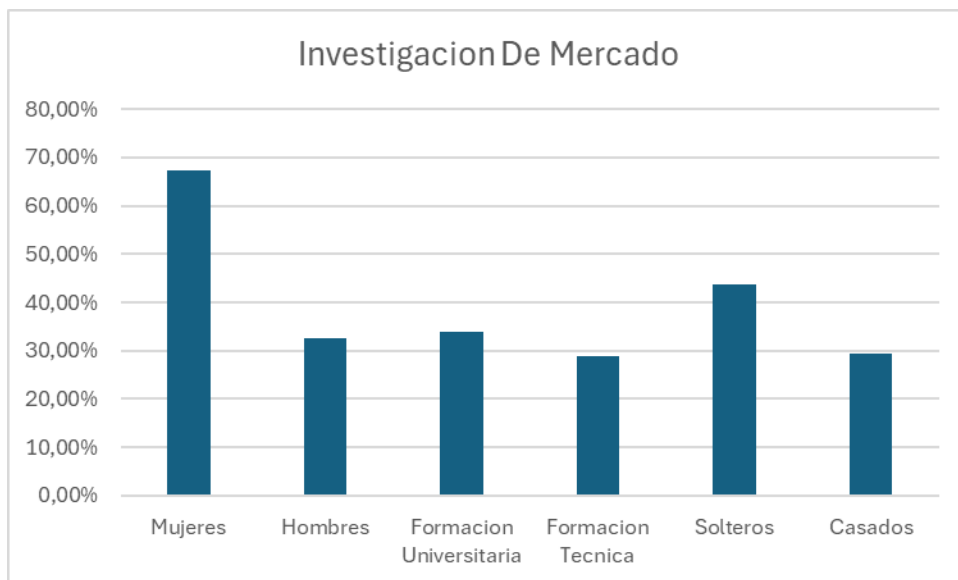
Luxury se diferencia de Habi en el mercado inmobiliario colombiano por ofrecer servicios más personalizados e integrales, que incluyen arrendamiento, venta de inmuebles y asesoramiento financiero directamente con bancos.

Mientras Habi aprovecha la tecnología avanzada para agilizar las transacciones, Luxury se enfoca no solo en ayudar a las personas a obtener préstamos hipotecarios, sino también en asociarse con constructores para ofrecer un inventario diverso de viviendas usadas. Esto permitirá a Luxury brindar valor agregado a sus clientes al resaltar la experiencia personal, el asesoramiento y la educación del cliente sobre el mercado inmobiliario.

Según el estudio, la encuesta muestra que la mayoría de los encuestados son adultos entre 35 y 54 años, con preponderancia de mujeres (67,32%). En cuanto al nivel educativo, la mayoría tiene formación universitaria (33,99%) o técnica (28,76%). El estado civil principal fue soltero (43,79%) o casado (29,41%).

Figura 4.

Investigación de mercado.



En cuanto al empleo, la mayoría estaba empleada a tiempo completo (47,71%) o por cuenta propia (26,14%). En términos de ingresos, la mayoría se encuentra en el rango 1-2 SMLV (42,48%), y respecto a los apartamentos, la distribución es casi pareja entre inquilinos (35,29%) y propietarios (34,64%), con una proporción importante que vive con familiares y amigos (29,41%).

Figura 5.

Investigación de mercado 2.



4.2 Análisis de la demanda – Social, Demográfica, Económica y Cultural.

La población promedio anual de Bogotá crece un 0,85% en promedio y para el 2028 se espera que llegue a 8,302,442 personas, de acuerdo con las proyecciones de población del DANE.¹⁷ Es importante señalar que la población de la ciudad es predominantemente femenina, como se destaca en la tabla n.º3.

Tabla 3.

PROYECCIONES DE POBLACIÓN POR AÑO. PERIODO 2024 – 2028.

AÑO	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	Crecimiento %
2024	3.847.592	4.178.057	8.025.649	
2025	3.879.681	4.221.731	8.101.412	0,94%
2026	3.911.974	4.256.447	8.168.421	0,83%
2027	3.944.403	4.291.109	8.235.512	0,82%
2028	3.976.858	4.325.584	8.302.442	0,81%

¹⁷ Departamento administrativo nacional de estadística. (2021). PROYECCIONES DE POBLACIÓN BOGOTÁ. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota>

Nota. Datos tomados del departamento administrativo nacional de estadística (2024).

En términos de distribución geográfica, se espera que las localidades Suba, Kennedy, Engativá, Bosa y Ciudad Bolívar tengan la población más alta de Bogotá en el año 2025 y 2026 como lo podemos ver en la tabla n.º4. Además, del público objetivo que son personas de 25 a 45 años, las personas de entre 25 y 30 años son el grupo de personas que sobresalen del objetivo ya que tienen la mayor cantidad de población, 913.253, donde predomina las mujeres con 457.205 personas.¹⁸

Tabla 4.

PROYECCIONES DE POBLACIÓN A NIVEL DE LOCALIDADES. PERIODO 2024 – 2028.

Localidad	2025	2026
Suba	1.332.958	1.351.651
Kennedy	1.041.286	1.045.353
Engativá	822.369	825.633
Bosa	737.647	741.537
Ciudad Bolívar	671.670	676.158

Nota. Datos tomados del departamento administrativo nacional de estadística (2024).

En el sector económico y social, Bogotá logro una reducción en el índice de pobreza multidimensional, al pasar de 3,8% en 2022 a 3,6% en 2023. Esto significa que 16.000 personas han salido de la pobreza. A la par, el trabajo informal también ha mostrado una ligera disminución, bajando del 54,1% al 53,2% en la capital. Sin embargo, a pesar de los avances, el desempleo de larga duración ha experimentado un incremento preocupante, pasando del 12,1%

¹⁸ Departamento administrativo nacional de estadística. (2021). PROYECCIONES DE POBLACIÓN BOGOTÁ. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/proyecciones-de-poblacion/proyecciones-de-poblacion-bogota>

en 2022 al 14,7% en 2023 de acuerdo con el estudio realizado de probogotá con ayuda del DANE.¹⁹

Respecto a lo cultural, la adquisición de vivienda o alquiler esta influenciada por diferentes factores, incluida la condición económica, la tendencia del mercado, entre otros. Tradicionalmente, ser propietario de una vivienda ha sido visto como símbolo de estabilidad y éxito, lo que motiva a muchos residentes de la capital, especialmente a la generación mayor que prioriza la compra sobre el alquiler. Sin embargo, factores como la flexibilidad y/o el deseo de ubicaciones céntricas que ofrezcan una mejor calidad de vida, aunque a mayores costes, están provocando una tendencia creciente entre los jóvenes a alquilar.

4.3 Nicho de mercado.

Nuestro público objetivo esta con personas trabajadoras de entre 25 y 45 años con ingresos medios a altos (> a 2 S.M.L.V) que viven en Bogotá y que buscan asesoramiento profesional, para comprar su primera vivienda o mejorar su propiedad actual. Este grupo se encuentra en una etapa crítica de su vida en la que se necesitan grandes inversiones, valoran la seguridad financiera y están dispuestos a pagar por un servicio que les brinde confianza y apoyo total en el proceso de compra, así mismo nuestro enfoque directo será vivienda de interés social y superiores.

Esto se debe ya que, el tipo de vivienda “VIPA” solo lo manejan las constructoras, de posibles clientes que viven en Bogotá y están interesados en aprovechar las oportunidades de inversión en regiones emergentes, asegurándose de tomar decisiones informadas por los entes de control gubernamentales y seguras para garantizar su bienestar financiero a largo plazo.

¹⁹ Probogotá fundación para el progreso de la región. (2024). Índice de pobreza multidimensional. <https://www.probogota.org/wp-content/uploads/2024/04/BOLETIN-IPM-2024.pdf>

Por lo que, según datos del DANE, Bogotá tiene una población de 8.025.649 personas. De este total, 913.253 personas tienen entre 25 y 30 años, y debido a su gran población las convierte en el grupo de edad más representado en el nicho de mercado que buscamos siendo de 25 a 45 años.

Además, se estima que el 51,6% de estas personas vive en viviendas de alquiler,²⁰ lo que equivale aproximadamente a 471.238 personas. Considerando que Colombia está creciendo en materia de vivienda ocupada, registrando un aumento del 3% en 2024, es posible que el 3% de sus 471.238 habitantes estén buscando vivienda propia.

Se estima que sí. Dar uno equivale a un total de 14.137 personas. Se espera atraer una parte de este segmento por medio de nuestra estrategia de mercadeo que se mencionara más adelante.

4.4 Determinación del precio.

En Colombia los diversos negocios en bienes raíces se han realizado tanto en la formalidad como en acuerdos de palabra con los actores inmobiliarios, ya que es tradición en la actividad de corredores inmobiliarios, adicional que en montos de compra y venta se han cobrado valores hasta de 3% de acuerdo con la plataforma 100 Cuadras, este porcentaje corresponde al valor de la negociación del bien inmueble.²¹ Para casos de arriendos según la plataforma Metro Cuadrado, se cobra un 8% del valor del canon de arrendamiento más un 2.5%

²⁰ Departamento administrativo nacional de estadística. (2024). Encuesta Nacional de Calidad de Vida (ECV) 2023. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2023>

²¹ Ciencuadras. (13/08/2020). ¿Cuánto cobra una inmobiliaria por vender tu casa?. Ciencuadras. <https://www.ciencuadras.com/blog/guia-para-vender-inmuebles/cuanto-cobra-una-inmobiliaria-por-vender-tu-casa#:~:text=Comisi%C3%B3n%20por%20venta%20de%20inmuebles,por%20escrito%20en%20el%20contrato.>

para efectos asegurables.²²

Para efectos de calidad Freelance con entidades financieras, según el portal Bancolombia para registro de programas Freelance, la aprobación de negocios inmobiliarios y posterior desembolso efectúa un pago que oscila entre un 0.50% y un 2.0% del valor del crédito hipotecario, esta oscilación depende de los bancos y topes desembolsables, entre mayor sean los montos desembolsados mayor es el porcentaje en comisión, que se paga directamente a la persona jurídica contratante.²³ Toda esta información la logramos recolectar gracias a las diversas consultas entre diferentes inmobiliarias registradas en portales de internet.

4.5 Pronóstico de ventas.

Evaluando los diferentes actores que intervienen en un negocio inmobiliario, entidades como; Notarias, Oficina de instrumentos públicos y registros, bancos, firmas avaluadoras, abogados, aseguradoras, etc. Evidenciamos que una operación de compra de vivienda tiene un periodo de maduración robusto, donde su fin puede ascender hasta 3 meses posterior a la fecha de inicio de la operación.

Esto es conocimiento que indica que en un periodo mensual se debe realizar y garantizar un número de operaciones para que haya un punto de equilibrio en los meses posteriores al inicio del proyecto. En conversaciones con Paola Castro, coordinadora de desembolsos de HABI, manifiesta que el valor promedio de cada asesor de esta entidad es de unas 4 operaciones desembolsadas al mes, con un valor total de \$800.000.000. Considerando esta información,

²² Metrocuadrado.com. (25/08/2021). CUÁL ES EL VALOR DE LA COMISIÓN POR VENTA O ARRIENDO DE INMUEBLE. metrocuadrado.com <https://www.metrocuadrado.com/noticias/guia-de-compra-y-venta/cual-es-el-valor-de-la-comision-por-venta-o-arriendo-de-inmueble-303/>

²³ Bancolombia. (22/12/2020). Contrato freelance: una alternativa para empresas y profesionales. Bancolombia. <https://www.bancolombia.com/negocios/actualizate/legal-y-tributario/contrato-freelance-alternativa-empresas-profesionales>

podemos identificar que es posible tener una curva ascendente de atracción de clientes con una fuerza comercial especializada en el modelo de negocio planteado.

5. Plan de Mercadeo

5.1 Estrategias de promoción.

Gracias al avance de la industria 5.0, el mundo está en constante evolución que promete una dirección a un desarrollo tecnológico, teniendo presente los diferentes avances en Trends, se logra identificar que es posible llegar a un número considerable de clientes promocionando desde algoritmos orientados, publicidad y ofertas que garanticen la recepción a un público en específico, publicaciones emitidas en diferentes plataformas de redes sociales tales como; TikTok , Instagram y Meta Business, creando así la promoción principal en redes sociales y obtener una actividad mayoritaria por medios digitales.

Para esto, se configurará un programa de referencias que ofrezca incentivos a los clientes existentes, como descuentos o recompensas en efectivo, por recomendar nuevos usuarios. Este enfoque no sólo promueve sus servicios, sino que también genera confianza con nuevos clientes.

Además, plataformas como TikTok e Instagram deben utilizar algoritmos de orientación para identificar y llegar a audiencias específicas y crear anuncios personalizados que respondan a sus intereses y necesidades. De manera similar, el contenido atractivo y relevante es la clave para atraer la atención del público.

TikTok te permite crear videos que explican conceptos de compra de vivienda de una manera divertida, mientras que Instagram te permite utilizar infografías y testimonios visuales de clientes satisfechos.

Esta combinación de estrategias asegura fuertes vínculos con los clientes, aumentando la lealtad y satisfacción a largo plazo.

5.2 Publicidad – Marketing mix.

La publicidad de la marca la catalogamos en la diferente forma de estimular al consumidor final, de acuerdo con las necesidades primarias que indique que es un posible consumidor, es por eso por lo que la publicidad se debe orientar a variables como: Producto, Precio, Distribución y Promoción. Por eso se centra en la estrategia de distribución que garantice el cumplimiento con la publicidad, que sean en videos, fotos y mensajes llamativos que vía web se garanticen una promoción acertada de lo realizado en este proyecto.

5.3 Fidelización.

La estrategia de fidelización se basa en el servicio brindado junto con las líneas de negocio propuestas, esto garantiza un cliente satisfecho en las diferentes necesidades al momento de adquirir los servicios del proyecto, así mismo se implementara un modelo de servicio tipo “Medalia”, la cual es una plataforma digital que tabula y otorga experiencias reales de satisfacción en clientes, en el que el cliente podrá calificar el servicio brindado, recopilando de manera orgánica que ajustes se pueden solventar en la operación, así mismo garantizara una comunicación constante y posible atracción de referidos y futuras ventas.

5.4 Postventa - servicio al cliente. Política de crédito.

Después de la venta, es fundamental mantener una relación sólida con los clientes. Se debe implementar un seguimiento personalizado que incluya llamadas o correos de agradecimiento, encuestas de satisfacción para identificar áreas de mejora y ofrecer soporte continuo en trámites adicionales como constitución de limitaciones a dominios o gestión de servicios. Además, crear un programa de referidos puede incentivar a los clientes satisfechos a

recomendar Luxury a amigos y familiares, aumentando así la lealtad y generando nuevas oportunidades de negocio.

6. Estudio de Operaciones

6.1 Descripción y formalización del proceso - Diagrama de flujo.

Mediante el siguiente diagrama, se entregará la explicación de los procesos en las líneas de negocio:

Figura 6.

Etapas Compra Venta Sin Crédito Hipotecario.

Etapas Compra Venta Sin Crédito Hipotecario							
Tiempo en Semanas	1 semana	2 semana	3 semana	4 semana	5 semana	6 semana	7 semana
Etapa							
1 primer Contacto del cliente							
Decisión De Compra							
Firma de Promesa Compraventa							
Pago Comisión Compra Venta							
Pago de valor de separación							
Elaboración Minuta Notarial							
Firma de Escrituras							
Radicación escritura en notariado y registro							
Emisión Escritura Registrada							

Figura 7.

Etapas Compra Venta Con Crédito Hipotecario.

Etapas Compra Venta Con Crédito Hipotecario							
Tiempo en Semanas	1 semana	2 semana	3 Semana	4 semana	5 semana	6 Semana	7 Semana
Etapa							

1 primer Contacto del cliente							
Decisión De Compra							
Firma de Promesa Compraventa							
Pago de valor de separación							
Solicitud Crédito Hipotecario							
Aprobación Crédito Hipotecario							
Pago de arras							
Legalización de crédito							
Pago Comisión venta							
Avalúo							
Estudio de títulos							
Elaboración Minuta Notarial							
Firma de Escrituras							
Radicación escritura en notariado y registro							
Desembolso de crédito con boleta							
Emisión Escritura Registrada							
Desembolso de crédito contra registro*							
Pago Comisión crédito Hipotecario							
*Solo aplica en caso de no tener desembolso con boleta							

Figura 8.

Etapas Arriendo.

Etapas Arriendo		
Etapa	Tiempo en Días	
	1 Día	7 Días
Consignación Inmuebles		
1 er Contacto del cliente		
Decisión De Arriendo		
Solicitud Seguro Arrendamiento		
Aprobación Seguro Arrendamiento		
Firma y autenticación Contrato		

6.2 Distribución de planta.

Debido al inicio del proyecto, Luxury tendrá un periodo de maduración, sin embargo, durante los dos primeros años se remitirá a tener un espacio óptimo para el área de trabajo de los fundadores del proyecto, con su escritorio y lo necesario para el desarrollo del trabajo. Con la evaluación periódica del proyecto se puede valorar un crecimiento de la planta a mediano plazo.

6.3 Costos de producción.

A continuación, relacionaremos los costos de producción necesarios para la actividad:

Tabla 5.

Costos de producción.

Ítem	Costo
Servicio De Internet	\$ 120.000
Marketing	\$ 530.000
Servicios Públicos	\$ 195.000
Total	\$ 845.000

6.4 Inversiones en infraestructura.

En sus inicios no Luxury no tendrá inversión en infraestructura, sin embargo, a un plazo de 5 años de acuerdo con el avance del proyecto, se tendrá en cuenta la opción de adquirir bienes inmuebles para su funcionamiento.

6.5 Inversiones en capital de trabajo

Teniendo presente los costos iniciales, al momento que Luxury inicie su operación, el periodo de maduración de la actividad es vital contar con una base de provisión que garantice la continuidad del negocio:

Tabla 6.

Inversiones en capital de trabajo.

Ítem	Costo
Equipos de computo	\$ 4.497.000
Mobiliario	\$ 2.309.200
Software	\$ 11.160.000
Estudios preliminares	\$ 5.000.000
Diseños	\$ 2.000.000
Capacitación	\$ 9.600.000
Imprevistos	\$ 3.767.803
Vehículo	\$ 40.000.000
Efectivo en caja	\$ 40.000.000
Total	\$ 118.334.003

7. Estudio Organizacional

7.1 Estructura organizacional explicada – Organigrama.

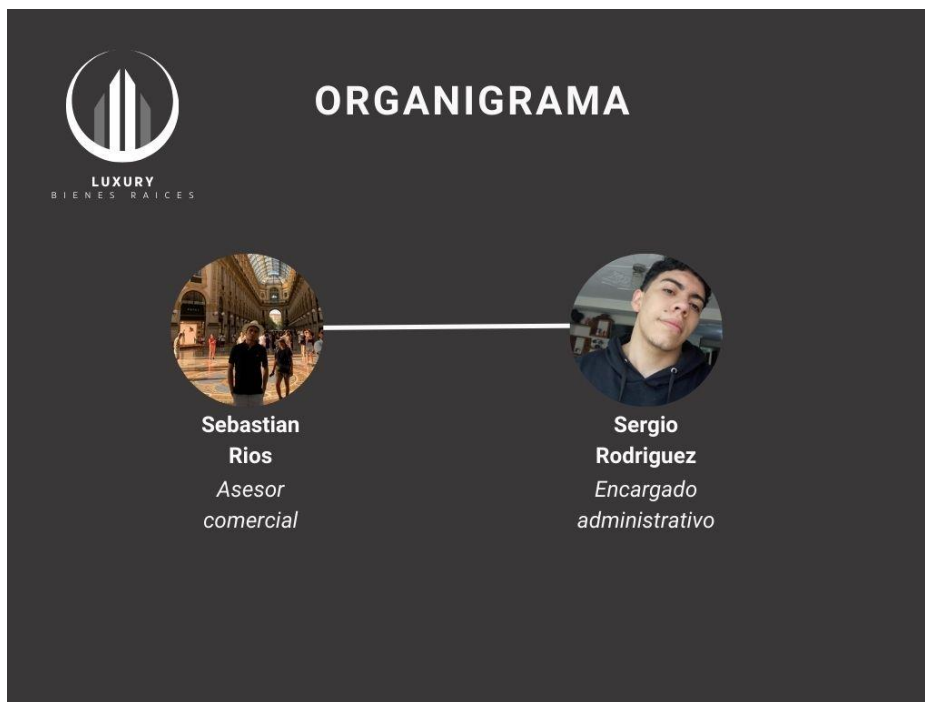
Nos basamos en una estructura organizacional flexible que permite el crecimiento con el tiempo. Como no contamos con un equipo grande al comienzo del proyecto, necesitamos mantener una dirección simple donde los miembros pueden trabajar juntos según sus fortalezas.

Por lo tanto, los miembros tendrán funciones cruzadas, un ejemplo es con el asesor comercial que puede participar en actividades de marketing, mientras que el encargado administrativo puede apoyar la gestión de relaciones con los clientes. Creando una estructura fácil de administrar y mantener, que a su vez permite el desarrollo de habilidades multifuncionales para responder eficazmente a las demandas de la empresa.

A medida que la empresa va creciendo se agregarán más roles con funciones y responsabilidades específicas que se requerirán en la organización.

Figura 8.

Estructura organizacional.



7.2 Perfiles de cargo.

Al comienzo del proyecto se contará con dos cargos: un asesor comercial que es encargado de las ventas y un encargado administrativo que colaborara en la gestión recursos, contratos y otras tareas administrativas.

7.2.1 Asesor comercial

Tabla 7.

Cargo de asesor comercial.

Nombre del cargo	Asesor comercial
Competencias	Poseer habilidades de comunicación y negociación
	Capacidad para trabajar en equipo e independientemente
	Habilidades analíticas para la resolución de problemas

	Proactividad y orientación a resultados
Descripción	Responsable de desarrollar estrategias de venta, contactar, gestionar realizaciones con los clientes y cerrar ventas de servicios.
Funciones	Identificar y contactar clientes potenciales
	Presentar y vender servicios financieros a clientes nuevos y existentes
	Mantener relaciones sólidas con los clientes
Formación	Profesional en administración de empresas
Experiencia	1 año de experiencia en ventas o en el sector financiero

7.2.2 Encargado administrativo.

Tabla 8.

Cargo de encargado administrativo.

Nombre del cargo	Encargado administrativo
Competencias	Habilidades organizativas
	Atención al detalle
	Capacidad para realizar múltiples tareas simultáneamente
Descripción	Responsable de gestionar operaciones internas de la empresa, garantizando los procesos administrativos se lleven a cabo de manera eficiente y efectiva
Funciones	Gestión contable
	Gestión de contratos
	Seguimiento al cumplimiento normativo
	Gestión de recursos
Formación	Profesional en administración de empresas
Experiencia	1 año en puestos similares

7.2.3 Perfiles a futuro

En el futuro está previsto la integración de perfiles adicionales para fortalecer y dar forma al crecimiento de la empresa. Esto incluye gerente de ventas que supervisa al equipo de ventas y establecen objetivos, estrategias. Coordinador de marketing que desarrolla y ejecuta estrategias

de comunicación. Un especialista en servicio al cliente que brinda soporte y asistencia con preguntas, problemas de los clientes.

También un gerente de recursos humanos responsable de gestionar la capacitación y beneficios del personal. Un gerente de operaciones supervisando las operaciones diarias y optimizando el proceso. Por último, un especialista en tecnologías de información responsable de implementar soluciones de infraestructura tecnológica.

Figura 9.

Estructura organizacional a futuro.



7.3 Requisitos legales del proyecto.

En el ámbito legal, es necesario cumplir con varios procesos. Primero, debemos registrar la empresa en la Cámara de Comercio e inscribirnos en la DIAN para obtener el RUT, lo que nos

permitirá declarar y pagar impuestos. Adicionalmente, es crucial contar con el registro de la marca en la Superintendencia de Industria y Comercio.²⁴

Tabla 9.

Registro de la organización.

Registro Luxury Realstate S.A.S		
Registro	< a 35 años	\$ -
Rango Capital	\$5.000.000	\$ 126.000,00
Formulario Rues	1	\$ 7.900,00
Derecho Inscripción	1	\$ 58.000,00
Inscripción libros	1	\$ 19.000,00
Total		\$ 210.900,00

Asimismo, es esencial cumplir con las obligaciones tributarias, como el IVA, el impuesto de renta y la retención en la fuente, además de adherirnos a las regulaciones financieras establecidas por la Superintendencia Financiera y garantizar la protección al consumidor financiero para asegurar la transparencia y la correcta información a los clientes. También, debemos cumplir con la Ley 1581 de 2012 sobre protección de datos personales, obteniendo el consentimiento de los usuarios para el tratamiento de sus datos.

Tabla 10.

Impuestos de la actividad.

Impuestos Luxury Realstate S.A.S		
Impuesto Incorporación	7%	Sobre Capital
Impuesto Renta	35%	Sobre Utilidades
Retención en la Fuente	4%	Sobre Utilidades
Impuesto Iva	19%	Sobre Venta

²⁴ Cámara de comercio Bogotá. (s.f). Tipo de empresa a constituir. <https://www.ccb.org.co/servicios/crea-tu-empresa/constituye-tu-empresa/tipo-de-empresa-a-constituir>

Impuesto Ica	15%	Sobre Ingresos netos
--------------	-----	----------------------

En el ámbito laboral, es fundamental cumplir con las normativas vigentes, formalizando los contratos de trabajo y asegurándonos de cumplir con las disposiciones laborales actuales, garantizando la seguridad. Además, es importante formalizar los contratos de servicios, detallando las condiciones y responsabilidades de ambas partes.

Tabla 11.

Pago a nómina.

Pagos a Trabajadores Luxury Realstate		
Salario	100%	Salario
Salud	8.50%	Base Salario
Pensión	12%	Base Salario
Cesantías	8,33%	Base Salario
Vacaciones	4,17%	Base Salario
Auxilio De Transporte	\$162.000	< 2 s.m.l.v
Caja Compensación	4%	Base Salario
ARL	0,52%	Base Salario
Primas	8%	Base Salario
Intereses Cesantías	1%	Base Salario

7.4 Gastos administrativos.

Tabla 12.

Gastos administrativos.

ÍTEM	MONTO
Arriendo	\$ 2.000.000
Marketing	\$ 530.000
Salarios	\$ 2.700.000
Mantenimiento	\$ 100.000
Materia prima e insumos	\$ 708.333
Capacitación y desarrollo	\$ 800.000
Transporte	\$ 500.000

Prestaciones	\$ 1.350.000
Total	\$ 8.688.333

7.5 Metodologías de Motivación. (explicar mejor con la referencia del libro)

Según Susana Hilario Gómez (2019) Desarrollo de talento y la creatividad en el puesto de trabajo,²⁵ nos habla sobre el salario emocional que se refiere a los beneficios no financieros que las empresas pueden ofrecer para aumentar la motivación y satisfacción de los empleados. Este enfoque va más allá de la compensación financiera y reconoce el valor de crear un ambiente de trabajo positivo que brinde oportunidades de desarrollo profesional, flexibilidad y beneficios.

El salario emocional juega un papel importante en el éxito del proyecto, ya que, al aplicar esta estrategia, se fortalece el compromiso del equipo, mejorando la productividad y generando más creatividad. Los sentimientos de gratitud y apoyo motivan a los empleados a alcanzar objetivos comunes, lo que repercute positivamente en la consecución de los objetivos de la empresa. Además, este enfoque también contribuye a la retención del talento, promoviendo la estabilidad y el crecimiento a largo plazo de la empresa.

Por lo tanto, estas recompensas emocionales en los proyectos no solo dan valor e importancia al desempeño, sino que también crea una cultura de reconocimiento y desarrollo continuo que fomenta el crecimiento y la innovación dentro de una organización.

7.6 Mecanismos de Liderazgo.

El liderazgo transformacional se presenta como una estrategia clave para inspirar y motivar a los empleados, lo que resulta en un mejor desempeño y cambios significativos dentro de la organización. Este enfoque se basa en la capacidad de un líder para inspirar a su equipo a

²⁵ Hilario Gómez, S. (2019). Desarrollo del talento y la creatividad en el puesto de trabajo. Ediciones de la U. <https://ebooks7-24-com.crai-ustadigital.usantotomas.edu.co/?il=9549>

través de una visión clara y convincente del futuro, fomentando la creatividad y la innovación en la resolución de problemas.

Desarrollar este tipo de liderazgo requiere comprender los conceptos y aplicarlos eficazmente. Esto significa que los líderes deben poder inspirar nuevas ideas y soluciones creativas a los desafíos organizacionales y alentar a los empleados a pensar de manera innovadora y tomar decisiones estratégicas.

Además, es importante fomentar un ambiente respetuoso donde cada miembro de tu equipo pueda expresar sus opiniones y crecer profesionalmente. Este enfoque fortalece el compromiso y el sentido de pertenencia del equipo y permite que el equipo se convierta en agentes de cambio en la organización y contribuya al éxito y crecimiento del proyecto.

7.7 Indicadores de Gestión.

7.7.1 Tasa de conversión de clientes potenciales a clientes activos

Pasando de clientes potenciales a activos tendremos una tasa que nos colabora a evaluar la relación que hay con los clientes que se han fidelizado gracias a nuestras estrategias de marketing, servicio post venta y en si toda la experiencia que se da en el proceso.

El objetivo es incrementar la tasa mediante la detección de oportunidades y el mejoramiento continuo del mismo. La fórmula para sacar el indicador es el siguiente:

$$\text{Tasa de conversión (\%)} = (\text{Número de clientes activos} / \text{Número de clientes potenciales}) \times$$

100

7.7.2 Tiempo Promedio de Cierre de Ventas

Este indicador nos propone medir la eficiencia del proceso de ventas, lo que nos colabora en detectar cuellos de botella en el proceso y optimizar el tiempo de respuesta del equipo comercial.

Tiempo promedio de cierre de ventas = (Suma del tiempo para cerrar cada venta/ Número de ventas cerradas)

7.7.3 Cantidad de nuevos clientes por periodo de tiempo

Mide cuántos clientes nuevos se han captado y comienzan a usar el servicio en un periodo específico, como por día, semana y mes. El cálculo solo se tomará durante el periodo de tiempo deseado:

Número de nuevos clientes por día

Número de nuevos clientes por semana

Número de nuevos clientes por mes

Este indicador colabora en monitoriar el flujo de clientes captados por nuestro alcance mediante estrategias de marketing en un tiempo determinado. Permite identificar tendencia y patrones en la adquisición de clientes.

8. Estudio Financiero

Realizamos un análisis exhaustivo de las inversiones, gastos y costos requeridos para iniciar el negocio, incluyendo tanto los recursos humanos y demás. Dentro de los factores considerados se incluyen los sueldos, que son un componente esencial para asegurar un equipo formado y dedicado; el alquiler de infraestructuras apropiadas; la adquisición de muebles y la compra de

equipos, software especializado y medios de transporte que faciliten la optimización de las operaciones.

En el análisis de ingresos, se plantean tres perspectivas clave: optimista, pesimista e ideal, con el objetivo de evaluar la viabilidad financiera del negocio desde diferentes escenarios. Estas perspectivas se fundamentan en un WACC del 21%, que representa el rendimiento esperado por los socios. En el escenario ideal, el negocio cumple con esta expectativa al alcanzar una TIR del 21.62%, asegurando un retorno ligeramente superior al mínimo requerido y confirmando la rentabilidad esperada.

Además, el análisis incluye indicadores financieros esenciales que refuerzan la evaluación económica. El VPN (Valor Presente Neto) alcanza un total de \$2,531,205.25, lo que indica un flujo de caja acumulado positivo que respalda la viabilidad del proyecto en términos de generación de valor. Por otro lado, la relación Beneficio/Costo (B/C) es del 0.02%, lo cual, aunque es un valor bajo, evidencia que el proyecto puede cubrir sus costos básicos y generar utilidades mínimas bajo ciertas condiciones. Finalmente, el CAUE (Costo Anual Uniforme Equivalente) se sitúa en \$865,078.19, proporcionando una medida útil para comparar los costos promedio anuales del proyecto con sus ingresos.

Este enfoque garantiza que las decisiones estratégicas estén respaldadas por un análisis financiero robusto y adaptable, facilitando la toma de decisiones fundamentadas en las circunstancias del mercado y los objetivos fijados para la empresa.

8.1 Inversiones

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
1. INVERSIONES FIJAS	\$ 17.389.860,00	\$ 21.728.310,00	\$ 27.340.117,19	\$ 34.600.105,79	\$ 44.001.351,15	\$ 56.184.797,45
No Depreciables	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Terrenos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciables	\$ 17.389.860,00	\$ 21.728.310,00	\$ 27.340.117,19	\$ 34.600.105,79	\$ 44.001.351,15	\$ 56.184.797,45
Construcciones y Obras Civiles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Equipos de computo	\$ 4.497.000,00	\$ 5.846.100,00	\$ 7.599.930,00	\$ 9.879.909,00	\$ 12.843.881,70	\$ 16.697.046,21
Muebles y Enseres	\$ 2.309.200,00	\$ 3.001.960,00	\$ 3.902.548,00	\$ 5.073.312,40	\$ 6.595.306,12	\$ 8.573.897,96
Vehiculos	\$ 40.000.000,00	\$ 52.000.000,00	\$ 67.600.000,00	\$ 87.880.000,00	\$ 114.244.000,00	\$ 148.517.200,00
Software*	\$ 11.160.000,00	\$ 11.579.640,00	\$ 12.031.245,96	\$ 12.500.464,55	\$ 12.987.982,67	\$ 13.494.513,99
Otros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
2. INVERSIONES DIFERIDAS	\$ 20.367.803,00	\$ 25.787.800,50	\$ 32.727.692,06	\$ 41.621.889,59	\$ 53.032.386,08	\$ 67.684.960,78
Estudios Preliminares	\$ 5.000.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 7.200.000,00	\$ 8.640.000,00	\$ 10.368.000,00	\$ 12.441.600,00
Diseños	\$ 2.000.000,00	\$ 2.600.000,00	\$ 3.380.000,00	\$ 4.394.000,00	\$ 5.712.200,00	\$ 7.425.860,00
Gastos de Montaje	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Organización	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de Puesta en Marcha	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Capacitación - Entrenamiento	\$ 9.600.000,00	\$ 12.480.000,00	\$ 16.224.000,00	\$ 21.091.200,00	\$ 27.418.560,00	\$ 35.644.128,00
Estudios Ambientales	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Otros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imprevistos	\$ 3.767.803,00	\$ 4.707.800,50	\$ 5.923.692,06	\$ 7.496.689,59	\$ 9.533.626,08	\$ 12.173.372,78
3. CAPITAL DE TRABAJO	\$ 100.000.000,00	\$ 52.000.000,00	\$ 67.600.000,00	\$ 87.880.000,00	\$ 114.244.000,00	\$ 148.517.200,00
Efectivo (Caja - Bancos)	\$ 40.000.000,00	\$ 52.000.000,00	\$ 67.600.000,00	\$ 87.880.000,00	\$ 114.244.000,00	\$ 148.517.200,00
Materias Primas **						
Materiales **	\$ 60.000.000,00					
Inventarios (Proceso - Terminados)	\$ -					
Otros						
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN TOTAL	\$ 137.757.663,00	\$ 99.516.110,50	\$ 127.667.809,25	\$ 164.101.995,37	\$ 211.277.737,23	\$ 272.386.958,23

8.2 Costos y Gastos.

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
1. COSTOS DE FABRICACIÓN	\$ 10.253.000,00	\$ 25.099.386,32	\$ 32.079.956,33	\$ 43.987.096,08	\$ 48.886.268,21	\$ 25.146.601,63
Costos Directos	\$ 3.456.000,00	\$ 4.368.000,00	\$ 5.678.400,00	\$ 7.381.920,00	\$ 9.596.496,00	\$ 12.475.444,80
Materia Prima (Insumos)**	\$ 3.200.000,00	\$ 4.160.000,00	\$ 5.408.000,00	\$ 7.030.400,00	\$ 9.139.520,00	\$ 11.881.376,00
Materiales Directos						
Mano de Obra Directa**		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Prestaciones**	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Imprevistos	\$ 256.000,00	\$ 208.000,00	\$ 270.400,00	\$ 351.520,00	\$ 456.976,00	\$ 594.068,80
Gastos de Fabricación	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Materiales Indirectos	0					
Mano de Obra Indirecta**	0					
Prestaciones**	0					
Otros	0					
Otros Gastos Indirectos	\$ 6.797.000,00	\$ 20.731.386,32	\$ 26.401.556,33	\$ 36.605.176,08	\$ 39.289.772,21	\$ 12.671.156,83
Depreciación Operativa	\$ 3.497.000,00	\$ 2.797.600,00	\$ 2.238.080,00	\$ 1.790.464,00	\$ 1.432.371,20	\$ 1.145.896,96
Servicios Públicos	\$ -	\$ 2.340.000,00	\$ 2.368.080,00	\$ 2.396.496,96	\$ 2.425.254,92	\$ 2.454.357,98
Mantenimiento	\$ 1.200.000,00	\$ 1.214.400,00	\$ 1.228.972,80	\$ 1.243.720,47	\$ 1.258.645,12	\$ 1.273.748,86
Seguros	\$ 2.100.000,00	\$ 2.730.000,00	\$ 3.549.000,00	\$ 4.613.700,00	\$ 5.997.810,00	\$ 7.797.153,00
Impuestos	\$ -	\$ 11.649.386,32	\$ 17.017.423,53	\$ 26.560.794,65	\$ 28.175.690,96	\$ 0,03
Amortización de Diferidos						
Otros						
2. GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 43.890.500,00	\$ 87.418.170,50	\$ 160.320.390,66	\$ 179.580.965,50	\$ 201.345.002,99	\$ 225.985.726,22
Sueldos	\$ 32.400.000,00	\$ 36.310.680,00	\$ 81.386.758,15	\$ 91.210.139,86	\$ 102.219.203,74	\$ 114.557.061,63
Prestaciones	\$ 4.620.000,00	\$ 18.155.340,00	\$ 40.693.379,08	\$ 45.605.069,93	\$ 51.109.601,87	\$ 57.278.530,82
Depreciación Administrativa	\$ 2.000.000,00	\$ 2.600.000,00	\$ 3.380.000,00	\$ 4.394.000,00	\$ 5.712.200,00	\$ 7.425.860,00
Seguros	\$ 800.000,00	\$ 1.040.000,00	\$ 1.352.000,00	\$ 1.757.600,00	\$ 2.284.880,00	\$ 2.970.344,00
Arriendos	\$ -	\$ 24.000.000,00	\$ 26.227.200,00	\$ 28.661.084,16	\$ 31.320.832,77	\$ 34.227.406,05
Otros	\$ 3.000.000,00	\$ 3.180.000,00	\$ 3.370.800,00	\$ 3.573.048,00	\$ 3.787.430,88	\$ 4.014.676,73
Imprevistos	\$ 1.070.500,00	\$ 2.132.150,50	\$ 3.910.253,43	\$ 4.380.023,55	\$ 4.910.853,73	\$ 5.511.846,98
3. GASTOS DE VENTAS	\$ 530.000,00	\$ 10.998.689,53	\$ 14.453.086,32	\$ 20.241.678,53	\$ 30.268.687,90	\$ 32.439.768,20
Gastos de Comercialización	\$ 530.000,00	\$ 2.438.000,00	\$ 2.803.700,00	\$ 3.224.255,00	\$ 3.707.893,25	\$ 4.264.077,24
Gastos de Distribución						
Comisiones	0	\$ 8.560.689,53	\$ 11.649.386,32	\$ 17.017.423,53	\$ 26.560.794,65	\$ 28.175.690,96
3. GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Amortización Créditos**						
COSTO Y GASTO TOTAL	\$ 54.673.500,00	\$ 123.516.246,35	\$ 206.853.433,31	\$ 243.809.740,12	\$ 280.499.959,10	\$ 283.572.096,05

8.3 Ingresos

Problema planteado	A	B	C	TOTAL ENERO 2022												
Cantidad Ventas Enero 2024	\$			\$ 22.500.000,00												
Precio Enero 2024	\$	7.500.000,00														
Ingresos Enero 2024	\$	22.500.000,00	\$ -													
Total Ventas	\$	22.500.000,00	\$ 22.725.000,00	\$ 22.950.200,00	\$ 23.181.772,00	\$ 23.413.589,21	\$ 23.647.726,13	\$ 23.884.203,90	\$ 24.121.045,42	\$ 24.364.275,89	\$ 24.607.918,64	\$ 24.851.997,82	\$ 25.102.537,89	\$ 25.356.317,89		
Elaboración del?				0%	Por temporada											
Elaboración del?				3%	Por estrategia de marketing											
Elaboración del?				0%	Por inversión en instalaciones											
Tasa de crecimiento				2,0%												
Tasa de inflación				4,0%												
Periodo	1	2	3	4	5											
Ventas Totales	\$ 285.356.317,80	\$ 388.312.877,26	\$ 567.247.451,10	\$ 885.359.821,67	\$ 939.189.698,83											
INGRESO TOTAL (real)	\$ 285.356.317,80	\$ 388.312.877,26	\$ 567.247.451,10	\$ 885.359.821,67	\$ 939.189.698,83											
INGRESO OPTIMISTA	\$ 299.624.133,69	\$ 407.728.521,12	\$ 595.609.823,65	\$ 929.627.812,76	\$ 986.149.183,77											
INGRESO PESIMISTA	\$ 228.285.054,24	\$ 310.650.301,81	\$ 453.797.960,88	\$ 708.287.857,34	\$ 751.351.759,07											

8.4 Presupuesto De Producción.

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	\$ -	\$ 285.356.317,80	\$ 388.312.877,26	\$ 567.247.451,10	\$ 885.359.821,67	\$ 939.189.698,83
COSTO Y GASTO TOTAL	\$ 54.673.500,00	\$ 123.516.246,35	\$ 206.853.433,31	\$ 243.809.740,12	\$ 280.499.959,10	\$ 283.572.096,05
UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 54.673.500,00	\$ 161.840.071,45	\$ 181.459.443,95	\$ 323.437.710,98	\$ 604.859.862,57	\$ 655.617.602,78
IMPUESTOS (33%)	-\$ 18.042.255,00	\$ 53.407.223,58	\$ 59.881.616,50	\$ 106.734.444,62	\$ 199.603.754,65	\$ 216.353.808,92
UTILIDAD DESPUES ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 36.631.245,00	\$ 108.432.847,87	\$ 121.577.827,45	\$ 216.703.266,36	\$ 405.256.107,92	\$ 439.263.793,86
RESERVA LEGAL (10%)	-\$ 3.663.124,50	\$ 10.843.284,79	\$ 12.157.782,74	\$ 21.670.326,64	\$ 40.525.610,79	\$ 43.926.379,39
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	-\$ 32.968.120,50	\$ 97.589.563,08	\$ 109.420.044,70	\$ 195.032.939,72	\$ 364.730.497,13	\$ 395.337.414,48
DEPRECIACIONES	\$ 5.497.000,00	\$ 5.397.600,00	\$ 5.618.080,00	\$ 6.184.464,00	\$ 7.144.571,20	\$ 8.571.756,96
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN (real)	-\$ 27.471.120,50	\$ 102.987.163,08	\$ 115.038.124,70	\$ 201.217.403,72	\$ 371.875.068,33	\$ 403.909.171,44

8.5 Presupuesto de producción (op)

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	\$ -	\$ 299.624.133,69	\$ 407.728.521,12	\$ 595.609.823,65	\$ 929.627.812,76	\$ 986.149.183,77
COSTO Y GASTO TOTAL	\$ 54.673.500,00	\$ 123.516.246,35	\$ 206.853.433,31	\$ 243.809.740,12	\$ 280.499.959,10	\$ 283.572.096,05
UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 54.673.500,00	\$ 176.107.887,34	\$ 200.875.087,81	\$ 351.800.083,54	\$ 649.127.853,66	\$ 702.577.087,72
IMPUESTOS (33%)	-\$ 18.042.255,00	\$ 58.115.602,82	\$ 66.288.778,98	\$ 116.094.027,57	\$ 214.212.191,71	\$ 231.850.438,95
UTILIDAD DESPUES ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 36.631.245,00	\$ 117.992.284,51	\$ 134.586.308,83	\$ 235.706.055,97	\$ 434.915.661,95	\$ 470.726.648,77
RESERVA LEGAL (10%)	-\$ 3.663.124,50	\$ 11.799.228,45	\$ 13.458.630,88	\$ 23.570.605,60	\$ 43.491.566,19	\$ 47.072.664,88
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	-\$ 32.968.120,50	\$ 106.193.056,06	\$ 121.127.677,95	\$ 212.135.450,37	\$ 391.424.095,75	\$ 423.653.983,90
DEPRECIACIONES	\$ 5.497.000,00	\$ 5.397.600,00	\$ 5.618.080,00	\$ 6.184.464,00	\$ 7.144.571,20	\$ 8.571.756,96
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN (OPTIMISTA)	-\$ 27.471.120,50	\$ 111.590.656,06	\$ 126.745.757,95	\$ 218.319.914,37	\$ 398.568.666,95	\$ 432.225.740,86

8.6 Presupuesto de producción (ps)

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS POR VENTAS	\$ -	\$ 228.285.054,24	\$ 310.650.301,81	\$ 453.797.960,88	\$ 708.287.857,34	\$ 751.351.759,07
COSTO Y GASTO TOTAL	\$ 54.673.500,00	\$ 123.516.246,35	\$ 206.853.433,31	\$ 243.809.740,12	\$ 280.499.959,10	\$ 283.572.096,05
UTILIDAD BRUTA ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 54.673.500,00	\$ 104.768.807,89	\$ 103.796.868,50	\$ 209.988.220,76	\$ 427.787.898,24	\$ 467.779.663,01
IMPUESTOS (33%)	-\$ 19.135.725,00	\$ 34.573.706,60	\$ 34.252.966,60	\$ 69.296.112,85	\$ 141.170.006,42	\$ 154.367.288,79
UTILIDAD DESPUES ANTES DE IMPUESTOS	-\$ 35.537.775,00	\$ 70.195.101,28	\$ 69.543.901,89	\$ 140.692.107,91	\$ 286.617.891,82	\$ 313.412.374,22
RESERVA LEGAL (10%)	-\$ 3.553.777,50	\$ 7.019.510,13	\$ 6.954.390,19	\$ 14.069.210,79	\$ 28.661.789,18	\$ 31.341.237,42
UTILIDAD POR DISTRIBUIR	-\$ 31.983.997,50	\$ 63.175.591,16	\$ 62.589.511,70	\$ 126.622.897,12	\$ 257.956.102,64	\$ 282.071.136,80
DEPRECIACIONES	\$ 5.497.000,00	\$ 5.397.600,00	\$ 5.618.080,00	\$ 6.184.464,00	\$ 7.144.571,20	\$ 8.571.756,96
AMORTIZACIÓN DE DIFERIDOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO DE PRODUCCIÓN (PESIMISTA)	-\$ 26.486.997,50	\$ 68.573.191,16	\$ 68.207.591,70	\$ 132.807.361,12	\$ 265.100.673,84	\$ 290.642.893,76

8.7 Flujo de caja

ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 137.757.663,00	\$ 99.516.110,50	\$ 127.667.809,25	\$ 164.101.995,37	\$ 211.277.737,23	\$ 272.386.958,23
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 102.987.163,08	\$ 115.038.124,70	\$ 201.217.403,72	\$ 371.875.068,33	\$ 403.909.171,44
FLUJO NETO DE CAJA (REAL)	-\$ 137.757.663,00	\$ 3.471.052,58	-\$ 12.629.684,54	\$ 37.115.408,35	\$ 160.597.331,10	\$ 131.522.213,21
ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 137.757.663,00	\$ 99.516.110,50	\$ 127.667.809,25	\$ 164.101.995,37	\$ 211.277.737,23	\$ 272.386.958,23
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 111.590.656,06	\$ 126.745.757,95	\$ 218.319.914,37	\$ 398.568.666,95	\$ 432.225.740,86
FLUJO NETO DE CAJA (OPTIMISTA)	-\$ 137.757.663,00	\$ 12.074.545,56	-\$ 922.051,30	\$ 54.217.919,00	\$ 187.290.929,73	\$ 159.838.782,63
ITEM	AÑO					
	0	1	2	3	4	5
PRESUPUESTO DE INVERSIÓN	\$ 137.757.663,00	\$ 99.516.110,50	\$ 127.667.809,25	\$ 164.101.995,37	\$ 211.277.737,23	\$ 272.386.958,23
FLUJO DE PRODUCCIÓN	\$ -	\$ 68.573.191,16	\$ 68.207.591,70	\$ 132.807.361,12	\$ 265.100.673,84	\$ 290.642.893,76
FLUJO NETO DE CAJA (PESIMISTA)	-\$ 137.757.663,00	-\$ 30.942.919,34	-\$ 59.460.217,54	-\$ 31.294.634,25	\$ 53.822.936,61	\$ 18.255.935,53
	ESCENARIO	TIR	VPN	B/C	CAUE	
	REAL	21,62%	\$ 2.531.205,25	0,02	\$ 865.078,19	
	OPTIMISTA	31,02%	\$ 42.308.677,39	0,31	\$ 14.459.639,06	
	PESIMISTA	-34,03%	-\$ 156.578.683,35	1,14	\$ 53.513.165,27	

9. Conclusiones.

El objetivo general del proyecto “LUXURY BIENES RAICES” es evaluar la efectividad de los servicios de asesoría financiera y asistencia profesional para la población de 25 a 45 años en Bogotá y facilitar el proceso de compra o alquiler de bienes inmuebles.

Este enfoque tiene como objetivo no sólo tomar decisiones financieras informadas, sino también garantizar una experiencia segura en el mercado inmobiliario. Implementación de servicios con propósitos específicos, como realizar investigaciones de mercado detalladas para identificar competidores, identificar los requisitos legales y administrativos necesarios para establecer un negocio y evaluar la viabilidad y rentabilidad de un proyecto.

La rentabilidad de la empresa está respaldada por un análisis exhaustivo de los factores económicos, operativos y de marketing que pueden impactar el éxito.

Sin embargo, también existen desafíos que requieren estrategias efectivas para superarlos, como la desconfianza de los clientes y la competencia de la industria. Adoptar un enfoque educativo, diferenciarse a través de servicios personalizados y formar alianzas estratégicas con empresas financieras son claves para abordar estos desafíos.

Los próximos pasos como el desarrollo de plataformas digitales, la capacitación de los empleados y las campañas de marketing son fundamentales para alcanzar las metas propuestas y ayudar a fortalecer la cultura de educación financiera en la comunidad.

10. Referencias

El Departamento Administrativo Nacional de Estadística (12/06/2024). *Empleo informal y seguridad social*. Dane. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/mercado-laboral/empleo-informal-y-seguridad-social>

Psicología y mente, Piramide de Maslow (10/05/2024) Jonathan Garcia Allen
<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>

11. Bibliografía

Revista Empresarial & Laboral. (s.f.). Habi, unicornio inmobiliario de Colombia. Revista Empresarial & Laboral. <https://revistaempresarial.com/empresas/habi-unicornio-inmobiliario-de-colombia/>

Banco de la República de Colombia. (s.f.). *Tasas de interés de política monetaria*. <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/tasas-interes-politica-monetaria>

Departamento administrativo nacional de estadística. (23/08/2024). *Índice de Precios de la Vivienda Nueva (IPVN)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-de-la-vivienda-nueva-ipvn>

Pinto, K. (28/03/2024). *Banco Mundial destacó niveles de bancarización en la región*. La República. <https://www.larepublica.co/globoeconomia/banco-mundial-destaco-niveles-de-bancarizacion-en-la-region-3829821#:~:text=Colombia%20est%C3%A1%20en%20d%C3%A9cimo%20lugar,a%20trav%C3%A9s%20de%20las%20cuentas>

Banco de la república. (11/12/2023). *Determinantes de la alfabetización financiera de la población bogotana bancarizada*. <https://www.banrep.gov.co/es/borrador-792>

Departamento administrativo nacional de estadística. (20/08/2024). *Financiación de vivienda (FIVI)*. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/financiacion-de-vivienda>

Martínez, M. (20/05/2022) *Vivienda social en Bogotá: una política en el aire*. *Pesquisa Javeriana*, edición 59. <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/vivienda-social-bogota-una-politica-en-el-aire/>

Rodríguez, D. (11/01/2024). *“Colombia es un país de arrendatarios y las búsquedas de inmuebles siguen creciendo”*. La república. <https://www.larepublica.co/empresas/el-aumento-en-la-demanda-de-los-arriendos-no-parara-en-2024-y-sera-por-ciudades-3777948#:~:text=En%20las%20grandes%20ciudades%2C%20las,cantidad%20de%20arrendatarios%20%80%9D%20indic%C3%B3%20Fedelonjas>.

Equilibrio Agency. (23/02/2024). *Tendencias del mercado inmobiliario en Bogotá para 2024.*

Tecni. <https://tecni.com.co/sin-categorizar/tendencias-del-mercado-inmobiliario-en-bogota-para-2024/#:~:text=En%20t%C3%A9rminos%20de%20absorci%C3%B3n%20neta,del%20promedio%20de%20a%C3%B1os%20anteriores>

Urrego, S. (26/06/2024). *Estos son los valores de la vivienda para 2024 en Colombia.*

Metrocuadrado.com. <https://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/estos-son-los-valores-de-la-vivienda-para-2024-en-colombia-4732/>

Viventa. (s.f) *Mejores zonas para invertir en Bogotá: conoce el top 5.* Viventa.

<https://viventa.co/oportunidades-de-inversion/mejores-zonas-para-invertir-en-bogota/>

Gov.co. (s.f). *Decreto POT Bogotá 2021.* <https://www.sdp.gov.co/micrositios/pot/decreto-pot-bogota-2021>

[bogota-2021](https://www.sdp.gov.co/micrositios/pot/decreto-pot-bogota-2021)

Ciencuadras. (14/06/2024). *Retos y desafíos del sector constructor en la actualidad.* Ciencuadras.

<https://www.ciencuadras.com/blog/proyectos-de-vivienda/cuales-son-los-desafios-del-sector-constructor-camacol>

Departamento administrativo nacional de estadística. (08/08/2024). *IPC Índice de precios al consumidor.*

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica#:~:text=Informaci%C3%B3n%20junio%202024,la%20anual%207%2C18%25>.

Camacol. (s.f). *Tras caída en el PIB de edificaciones y los indicadores de vivienda, Camacol insiste en urgencia de activar la inversión en el sector.* Camacol.

<https://camacol.co/prensa/noticias/tras-caida-en-el-pib-de-edificaciones-y-los->

Metrocuadrado.com. (25/08/2021). *CUÁL ES EL VALOR DE LA COMISIÓN POR VENTA O ARRIENDO DE INMUEBLE.* metrocuadrado.com

<https://www.metrocuadrado.com/noticias/guia-de-compra-y-venta/cual-es-el-valor-de-la-comision-por-venta-o-arriendo-de-inmueble-303/>

Ciencuadras. (13/08/2020). *¿Cuánto cobra una inmobiliaria por vender tu casa?*. Ciencuadras.

<https://www.ciencuadras.com/blog/guia-para-vender-inmuebles/cuanto-cobra-una-inmobiliaria-por-vender-tu-casa#:~:text=Comisi%C3%B3n%20por%20venta%20de%20inmuebles,por%20escrito%20en%20el%20contrato.>

Barrero, F. [@FernandoBarreroRivera]. (17/07/2023). Unicornio Inmobiliario. LinkedIn.

<https://es.linkedin.com/pulse/unicornio-inmobiliario-fernando-barrero-rivera>

Cámara de comercio de Bogotá. (18/03/2022). *La Cámara de Comercio de Bogotá lanza Programa de Reactivación Económica para Inmobiliarias en Bogotá y la Región.*

<https://www.ccb.org.co/de-interes/comunicados/la-ccb-lanza-apertura-segunda-version-programa-reactivacion-para-el-sector-inmobiliarias>

Fedesarrollo centro de investigación económica y social. (2024, Junio). *Encuesta de opinión del consumidor.* Fedesarrollo centro de investigación económica y social.

https://www.repository.fedesarrollo.org.co/bitstream/handle/11445/4616/BEOC_Junio_2024.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Banco de la república. (2024). Educación financiera y bienestar financiero: evidencia de Colombia en un entorno de alta inflación.

<https://repositorio.banrep.gov.co/server/api/core/bitstreams/3552dad8-bf61-4716-8c1a-cbeb82a0314e/content>

Plataforma Medalia

<https://www.medallia.com/es/about-us/>

Cámara de comercio Bogotá. (s.f). Tipo de empresa a constituir.

<https://www.ccb.org.co/servicios/crea-tu-empresa/constituye-tu-empresa/tipo-de-empresa-a-constituir>

Departamento administrativo nacional de estadística. (2024). *Encuesta Nacional de Calidad de*

Vida (ECV) 2023. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2023>