CREACIÓN DE LA EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S

HERNAN MAURICIO SERNA LINARES
CRISTIAN DANIEL VALDÉS RAMÍREZ

UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2024

CREACIÓN DE LA EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S

HERNAN MAURICIO SERNA LINARES
CRISTIAN DANIEL VALDÉS RAMÍREZ

Proyecto de Grado para optar al título de Administración de Empresas

DOCENTE OMAIRA MOSQUERA MOSQUERA
ADMINISTRADORA DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD LIBRE SECCIONAL CALI
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
SANTIAGO DE CALI
2024Nota de Aceptación

_____

_____

_____

_____

Presidente del Jurado

_____

Jurado

_____

Jurado

Santiago de Cali,

2024

AGRADECIMIENTOS

Hernan Mauricio Serna Linares:
Primeramente, quiero dar gracias a Dios por haberme permitido cumplir este sueño de ser administrador de empresas y por darme el valor y la fe para no rendirme a pesar de los obstáculos y las adversidades que se me presentaron a lo largo del camino.

Gracias también a mi esposa y familia por creer en mí y apoyarme cuando más lo necesité. Fueron ese motor que me ayudó a no darme por vencido, aunque a lo último sentí que no tenía fuerzas para continuar, pero mi fe y su apoyo fueron esenciales para dar la milla extra que necesitaba para terminar mi carrera.

Gracias a mis docentes y compañeros por hacer parte de este proceso de aprendizaje que me formó como profesional en administración de empresas y por la paciencia y dedicación que tuvieron conmigo, aprecio y valoro mucho ese esfuerzo. Dios los bendiga grandemente.

Cristian Daniel Valdés Ramírez:
Agradezco a Dios, mis padres principales promotores de mis sueños quienes con su amor, paciencia y esfuerzo me permitieron cumplir mi meta. familiares, maestros, compañeros y amigos; sacando de su tiempo de trabajo, estudio para responder la encuesta presentada en este trabajo así también su apoyo incondicional en todo el proceso de formación y crecimiento tanto personal como profesional. Gracias por estar en esos momentos de dificultad brindándome una palabra de aliento y ánimo, que me sirvieron para superar todos los obstáculos que se presentaron y hoy puedo ver los frutos como resultado de esos consejos recibidos de cada uno de ustedes.

TABLA DE CONTENIDO

Resumen 9

Abstrac 10

1. MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S 11

Definición De La Necesidad 12

2. Objetivos 14

2.1 Objetivo General 14

2.2 Objetivos Específicos 14

3. Justificación 15

4. Marco Referencial 16

4.1 Marco Teórico 16

4.1.1 Plan de Negocio 16

4.2 Marco Legal 18

4.3 Marco Contextual 18

4.4 Marco Geográfico 21

5.1 Fase De Ideación Y Modelo De Negocio 26

6. Matriz 27

6.1 Entornos Del Sector Inmobiliario 27

6.2 Normas Para El Sector Inmobiliario 27

6.3 Estudio De Mercado 31

6.4 Estudio Técnico 34

6.5 Propuesta De Gestión Administrativa 34

6.5.1 Estudio Organizativo 34

6.5.2 Propuesta De Planeación Estratégica 35

6.5.3 Filosofía Organizacional 40

6.5.4 Plan De Acción Año 2024: 41

6.5.5 Estructura Organizacional 42

Organigrama de la Empresa MS - Soluciones Inmobiliarias S.A.S. 42

6.5.6 Talento Humano: 42

6.5.7 Marco Legal: 44

6.6 Estudio Económico – Financiero 45
7. Estado De Resultados 47
8. Estado De Situación Financiera 48
8.2 Estudio De Viabilidad 49
8.3 Impacto Social Y Ambiental 49
8.3.1 Impacto Ambiental - Objetivos De Desarrollo Sostenible (Ods) 50
9. Mercado Objetivo 53
9.1 Análisis De La Encuesta 53
9.1 Benchmarking 61
9.2.1 Plan De Marketing 63
9.3 Descripción Del Servicio 64
9.4 Identidad Corporativa 64
9.5 Análisis Financiero 66
9.5.1 Que conlleva un análisis financiero 66
Costos Y Gastos 66
Costos 66
Costos de Nómina 67
Costos de tecnología 69
Costos de Marketing 70
Costos de Operación 71
Costos de capacitación y fidelización 71
Gastos 71
Gastos de Venta de Marketing 73
Finanzas Materias Primas E Insumos 73
Muebles Y Enseres 74
Inversión Inicial 75
Proyección Primer Año: 76
Ventas de unidades en el Mercado 76
Proyección para el Primer Año de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S: Mejor escenario posible cumpliendo el mínimo de ventas presupuestadas. 77
Para obtener esta utilidad: 77

Costos y Gastos Anuales 78
Utilidad Neta Anual en el mejor escenario posible 78
Para obtener esta utilidad: 79
Costos y Gastos Anuales 79
Punto De Equilibrio 80
Costos Anuales Fijos 81
$374.796.200COP 81
Ingresos por Unidad 81
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) 83
Mejor escenario posible (TIER 1) 83
Peor escenario posible (TIER 5) 84
Retorno Sobre La Inversión (ROI) 85
Mejor escenario 86
Peor escenario 86
Análisis De Factibilidad 87
Viabilidad Económica 87
Viabilidad Financiero 88
Viabilidad Operacional 89
9.3 PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO 90
10. Conclusiones 91
11. Referencias Bibliográficas 92

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Modelo para la Empresa Ms-Soluciones Inmobiliarias S.A.S. 37
Tabla 2 Estado de Resultados Integral Base 47
Tabla 3 Estado de Situación Financiera 48
Tabla 4. Costos de Nómina 67
Tabla 5. Costos de Tecnología 69
Tabla 6. Costos de marketing y publicidad 70
Tabla 7. Costos de Operación 71

Tabla 8. Costos estrategia de servicio 71
Tabla 9. Gastos administrativos..... 72
Tabla 10. Venta de Marketing 73
Tabla 11. Gastos varios 73
Tabla 12. Costos de Insumos tecnológicos..... 74
Tabla 13. Muebles y enseres 74
Tabla 14. Costo de inversión inicial..... 76
Tabla 15. Costos y gastos anuales..... 78
Tabla 16 Costos y gastos Anuales..... 79

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 Figura SEQ Figura * ARABIC 1. Matriz FODA 36
Figura 2. MS-Soluciones Inmobiliarias S.A.A 42
Figura 3 Estrato..... 54
Figura 4 Servicios de inmobiliaria..... 55
Figura 5. *Finalidad de la Propiedad*..... 56
Figura 6. *Opciones de inversión* 57
Figura 7. Plataformas..... 57
Figura 8. Sectores..... 58
Figura 9. Atención 59
Figura 10. Frecuencia de Noticias Inmobiliarias 59
Figura 11. Sistematización de la información..... 60
Figura 12. Logo..... 65

Resumen

El presente documento tiene como propósito la creación de una empresa innovadora en el sector de compra, venta y alquiler de bienes inmuebles. La misión de la empresa es facilitar a la población la localización de propiedades que se adaptan a sus necesidades específicas, aprovechando la tecnología y estrategias de mercado avanzadas teniendo en cuenta que el mercado inmobiliario presenta una creciente demanda de soluciones que simplifican el proceso de búsqueda y adquisición de propiedades. Nuestra empresa abordará esta necesidad proporcionando una plataforma intuitiva y accesible que conecte a compradores, vendedores y arrendatarios de manera eficiente. La empresa operará bajo un modelo de negocio que incluye servicios de intermediación para la compra y venta de propiedades, gestión de alquileres y asesoramiento personalizado su estructura organizacional estará compuesta por departamentos de ventas, marketing, atención al cliente, y un equipo técnico encargado del desarrollo y mantenimiento de la plataforma digital asegurándose de cumplir con todas las regulaciones y licencias necesarias para operar en el sector inmobiliario así mismo se implementarán políticas claras de privacidad y manejo de datos para garantizar la confianza y seguridad de nuestros usuarios.

Palabras claves: Bienes muebles, propiedad, inmobiliaria, empresa, innovación

Abstrac

The purpose of this document is the creation of an innovative company in the real estate sector, focused on the purchase, sale, and rental of properties. The company's mission is to make it easier for people to find properties that meet their specific needs by leveraging technology and advanced market strategies. Considering that the real estate market has a growing demand for solutions that simplify the search and acquisition of properties, our company will address this need by providing an intuitive and accessible platform that efficiently connects buyers, sellers,

The company will operate under a business model that includes brokerage services for property purchases and sales, rental management, and personalized advisory services. Its organizational structure will consist of sales, marketing, customer service departments, and a technical team in charge of the development and maintenance of the digital platform. The company will ensure compliance with all necessary regulations and licenses to operate in the real estate sector. Clear privacy and data management policies will also be implemented to guarantee the trus.

Keywords : Movable assets, property, real estate, company, innovation

1. MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S

El sector inmobiliario en Colombia ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. Según la revista Cambio, esto ha atraído una considerable inversión tanto local como extranjera en ciudades principales e intermedias. Como resultado, han surgido diversas empresas inmobiliarias que emplean diferentes modelos de negocio para ofrecer sus servicios, contribuyendo así al aumento significativo del Producto Interno Bruto (PIB) del país.

El presente trabajo tiene como propósito dar a conocer la idea de negocio que surgió por parte de los estudiantes Hernán Mauricio Serna Linares y Cristian Daniel Valdés Ramírez, a cerca de la creación de la Empresa **MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S**. presentando un nuevo modelo de negocio el cual integra los conocimientos administrativos aplicados a la actividad inmobiliaria, ofreciendo una idea de innovación en cuanto a la forma de hacer negocio inmobiliario en la ciudad de Santiago de Cali.

El presente documento contiene las estadísticas y el análisis para dar inicio a la empresa y así mismo realizar las estrategias necesarias para su introducción en el mercado inmobiliario. Para llevar a cabo la creación de esta empresa se desarrolló un ejercicio investigativo sobre el mercado del sector inmobiliario a nivel local, seguidamente se realizó un estudio de los principales modelos de negocios por las empresas más representativas del sector, el cual permitió identificar aspectos claves para la elaboración de un modelo de negocio apropiado para la empresa.

Seguido a lo anterior se llevó a cabo un estudio de viabilidad para establecer la empresa,

con el objetivo de gestionar e intermediar negocios inmobiliarios en la zona sur de la ciudad de Cali. Este estudio busca responder a la creciente demanda en este sector, aprovechando la oportunidad de negocio para satisfacer las necesidades de los clientes. La empresa se enfocará en asesorar en la compra, venta y alquiler de propiedades, brindando confianza, ajustándose al presupuesto de cada cliente y garantizando la seguridad estructural de los inmuebles. Para mitigar los riesgos propios de esta zona, se contó con una matriz de riesgo (DOFA). Finalmente, se desarrolló el plan de negocio que indica el paso a paso que se debe seguir para la adecuada prestación de los servicios inmobiliarios y el plan financiero que demuestra la rentabilidad que se espera y los resultados financieros en términos de ingreso, costos y gastos proyectados desde el 2022 hasta el 2027.

Definición De La Necesidad

El Departamento Administrativo de Estadística (DANE) (2024), señala que

> […] en el primer trimestre de 2024 se iniciaron 45.888 unidades de vivienda, lo que significó un aumento de 3,6% con respecto al trimestre inmediatamente anterior. Del total de unidades iniciadas, 40.938 se destinaron a apartamentos y 4.950 a casas. Del total de unidades iniciadas, 30.301 se destinaron a vivienda de tipo VIS (27.278 a apartamentos y 3.023 a casas) y 15.887 a vivienda diferente de VIS (13.660 a apartamentos y 1.927 a casas). El crecimiento de 3,6% en el número de unidades respecto al trimestre anterior, se explicó principalmente por el aumento de 6,8% en la vivienda de interés social que sumó 4,4 puntos porcentuales a esta variación. Por el contrario, las unidades iniciadas para vivienda diferente de interés social presentaron una variación de -2,2% y restaron 0,8 puntos porcentuales a la variación trimestral.

De acuerdo a lo anterior, el aumento en el sector de la construcción ha impulsado la compra, venta y alquiler de inmuebles, lo que ha llevado a una mayor demanda de servicios inmobiliarios. Estos servicios son esenciales para gestionar todos los aspectos relacionados con la adquisición, alquiler o venta de propiedades, asegurando que los clientes eviten problemas con los pagos de arriendos y trámites legales, y garantizando su seguridad. Sin embargo, muchas personas carecen de la información necesaria al contratar estos servicios, y mientras existen empresas legalmente constituidas, también hay otras que operan de manera informal, lo que genera inseguridad, insatisfacción y, en muchos casos, pérdida de tiempo y dinero para los clientes.

En el interés de emprender y dar solución a las necesidades relacionadas con el sector inmobiliario de Santiago de Cali, se creó la Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S la cual se respalda en referentes de información sólidos que constituyen y rigen el mercado mobiliario como lo son: encuestas, estadísticas y leyes. Con lo anterior, para iniciar este proyecto con el impacto positivo del mercado inmobiliario y la evolución que ha tenido la industria para la promoción de bienes raíces, sacando provecho de las Tic (Tecnologías de Información y Comunicación) para el relacionamiento con los clientes teniendo en cuenta que antes de la adquisición o venta de una propiedad se debe hacer una valoración estructural al inmueble para conocer el estado en que se encuentra.

2. Objetivos

2.1 Objetivo General

Elaborar una propuesta para la creación de la Empresa MS – Soluciones Inmobiliarias S.A.S. en la ciudad de Santiago de Cali

2.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado detallado para identificar las necesidades y preferencias del público objetivo en el sector inmobiliario de la región, así como analizar la competencia existente.
- Desarrollar un modelo de negocio innovador que combine la compra, venta y alquiler de propiedades, incorporando herramientas tecnológicas para facilitar la búsqueda y selección de inmuebles.
- Analizar la viabilidad y el impacto de la empresa en el entorno socioeconómico, evaluando cómo contribuye a mejorar el acceso a la vivienda y a dinamizar el mercado inmobiliario en la región.

3. Justificación

LA EMPRESA-MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S tiene en cuenta la necesidad y demanda constante de viviendas, espacios comerciales e industriales y propiedades en general, para ello se tomaron en cuenta algunas razones importantes para la creación de la empresa:

- El crecimiento continuo de la población crea una demanda constante de viviendas y espacios comerciales, lo que facilita llevar a cabo sus actividades comerciales.

- El sector inmobiliario es atractivo para los inversionistas, por lo que causa que las propiedades tiendan a aumentar su valor comercial y con el tiempo generar ganancias significativas.

- Las propiedades inmobiliarias representan una forma de diversificar su portafolio, reduciendo el riesgo al distribuir sus inversiones en diferentes activos.

- Las empresas necesitan espacios para operar, bien sean oficinas, tiendas, almacenes o instalaciones industriales. Una empresa inmobiliaria puede brindar opciones que se adapten a las necesidades comerciales de diferentes industrias, a medida que las poblaciones crecen y las ciudades se desarrollan, el sector inmobiliario sigue siendo un componente esencial de la economía.

4. Marco Referencial

4.1 Marco Teórico

4.1.1 Plan de Negocio

Autores como Pride y Ferrell afirman que "El plan de negocio se desarrolla independientemente del proyecto presente o no de innovación. Sin embargo, cuando se le incorpora el componente innovador, el plan de negocio significa un elemento vital para el desarrollo exitoso del proyecto" (1990).

Por otro lado, autores como Alizo; Graterol; Hernández & Añez (2007) señalan que el plan de negocios debe transmitir a los nuevos inversionistas, a los accionistas y a los grupos financieros, los factores que harán de la empresa un éxito, la forma en la que recuperarán su inversión y, en el caso de no lograr las expectativas de los socios, la fórmula para terminar la sociedad y cerrar la empresa (p. 134). Entre tanto, de acuerdo a Kuczmarski (1997), el plan de negocios debe justificar cualquier meta sobre el futuro que se fije. Debe ser muy dinámico, por lo que se actualizará y renovará de acuerdo a las necesidades del momento. Asimismo, debe proporcionar un panorama general del mercado y de los requerimientos de la nueva empresa, producto, servicio o, en su caso, de su crecimiento.

Anzola (1998), llama al "Plan para la Creación de Empresas" definiéndolo como una herramienta muy útil para alcanzar el éxito. Es un medio para comunicar las ideas de los emprendedores a otras personas, y da las bases fundamentales para concretarlas. Su redacción sencilla apoya su finalidad principal; que sea de fácil comprensión para todos.

En ese sentido, para Fleitman (2000), un plan de negocios es un instrumento clave y fundamental para el éxito de los empresarios. Es una serie de actividades relacionadas entre sí para el comienzo o desarrollo de una empresa o proyecto con un sistema de planeación tendiente a alcanzar metas determinadas.

Autores como Kotler y Armstrong, manifiestan que las empresas suelen preparar planes anuales, planes a largo plazo y planes estratégicos. Los planes anuales y a largo plazo se ocupan de los negocios actuales de la empresa y de cómo mantenerlos en marcha. En contraste, el plan estratégico implica adaptar la empresa para poder aprovechar las oportunidades que ofrece su entorno al cambiar constantemente (2013)

La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, propone la utilización de estrategias de marketing que permitan una ventaja competitiva frente a sus competidores. Para esto tiene una estrategia definida en la captación de inmuebles para compra- venta y alquiler manejando un inventario sistematizado que permita llevar un registro y control de las propiedades para su posterior publicación en los portales inmobiliarios y redes sociales. La importancia de crear un plan de negocio, está en lograr un incremento sustancial y aumentar las probabilidades de éxito de una empresa. De este modo, se logra reducir errores, pérdida de tiempo y dinero. De acuerdo a esto, el enfoque de la empresa es identificar clientes potenciales que quieran comprar, vender o alquilar una propiedad, que cuenten con un crédito hipotecario preaprobado o el dinero en efectivo y requieran tener una asesoría para su inversión.

4.2 Marco Legal

Ley 820 De 2003 “por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones ”. Esta ley regula el aumento en los precios de los arriendos de inmuebles habitacionales en Colombia, junto a los contratos (derechos y deberes) y garantías. La ley regula los tipos de vivienda habitacional, las obligaciones del arrendador y del arrendatario, la forma y elementos del contrato de arrendamiento, la regulación de los pagos mensuales, cómo realizar notificaciones y pagos, la prohibición de subarrendamiento o depósitos, causas para la terminación de un contrato.

Para la creación de una empresa inmobiliaria se tienen las leyes que lo respalden y se rige por la (Lonja de Colombia) (2016)

- Ley 1673 de 2013, correspondiente a los evaluadores.
- Decreto 1420 de 1998, Elaboración de Avalúos.
- Ley 820 de 2003, Para arrendamiento de vivienda urbana.
- Ley 675 de 2001, Reglamento de Propiedad Horizontal.

Las Empresas Inmobiliarias para su funcionamiento deberán registrarse en la Lonja de Propiedad Raíz Avaluadores y Constructores de Colombia. Como una inmobiliaria que prestará servicios de avalúos, ventas, compras, arrendamientos y con asesorías estructurales como valor agregado al servicio.

4.3 Marco Contextual

El crecimiento de la cartera de vivienda, liderado por el portafolio de crédito en pesos continuó con la tendencia de desaceleración que venía registrando desde finales del año 2022; comportamiento en línea con la dinámica observada para la cartera total. Pese a lo anterior, y

teniendo en cuenta la información recolectada hasta agosto de 2023, se destaca que los créditos pactados a la UVR (Unidad de Valor Real), registran un mayor ritmo de crecimiento desde el primer trimestre del año, contrario a lo observado para los créditos en pesos. Este comportamiento coincide con la caída observada en la inflación total desde abril de 2023.

Dado que la construcción residencial y no residencial en Colombia es un componente clave del sector económico de la construcción, es importante analizar la dinámica del crédito en este ámbito. Este análisis permitirá identificar posibles vulnerabilidades que podrían impactar la estabilidad financiera. Con información a septiembre de 2023, la cartera destinada al sector de la construcción es la tercera rama más importante del portafolio de créditos de la modalidad comercial. La cartera de este sector registró un saldo de COP 43,0 b, el cual representó el 14,5% del total de la cartera comercial del sector corporativo privado.

En cuanto a la oferta, el PIB del sector de la construcción en el tercer trimestre de 2023 mostró una contracción real anual del 4,1%, convirtiéndose en el sector económico con la mayor caída. Esta contracción se debe principalmente al PIB de obras de ingeniería civil, que representa el 44% del total del sector. Además, se observa una desaceleración en el ritmo de crecimiento en la construcción de edificaciones residenciales y no residenciales.

En la última década, Colombia ha retomado el crecimiento económico, lo que ha generado una importante valorización de la finca raíz. Desde el punto de vista de las fuentes de recursos y entidades responsables de la construcción de vivienda, el crecimiento urbano reciente ha pasado por varias etapas. La primera abarca desde los años 30 hasta los 60, cuando se creó el Banco Central Hipotecario (BCH) y el Instituto de Crédito Territorial, y

destacadas firmas urbanizadoras participaron en las principales ciudades del país. Posteriormente, entre las décadas de los 70 y 90, la creación de las Corporaciones de Ahorro y Vivienda modernizó la industria de la construcción, basada en el ahorro del público destinado al crédito hipotecario, tanto para constructores como para compradores de vivienda. Sin embargo, con la crisis de la Unidad de Poder Adquisitivo Constante (UPAC), este modelo colapsó a finales de los años 90.

Los incentivos y subsidios para la demanda de vivienda dirigidos a los menos favorecidos han contado en los últimos años con un sólido respaldo, dado que la construcción ha sido empleada por el gobierno nacional como una herramienta de política económica y equidad social. De esta manera, Colombia ha avanzado hacia el desarrollo, logrando una significativa reducción de la pobreza y una transformación del sector inmobiliario. Entre los programas recientes, destacan los subsidios a las tasas de financiación para compradores y la entrega, este año, de 100.000 unidades habitacionales gratuitas a hogares que nunca habrían tenido la oportunidad de adquirir una vivienda. Colombia es un país de regiones y ciudades, cuyo futuro depende en gran medida del desarrollo de estas. A pesar de contar con un sistema urbano diversificado, compuesto por 40 ciudades con más de 100.000 habitantes y varios polos de desarrollo, estas enfrentan problemas comunes, como la existencia de viviendas de origen informal, la escasez de suelo urbanizable y espacio público útil, problemas de movilidad y el mencionado déficit de vivienda.

El último informe de Coordenada Urbana, el sistema de información de la Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol) (2022); la cifra estimada representa

un aumento del 6.6% en comparación con el año 2022, cuando se previó la venta de 234,592 viviendas. El cierre esperado para 2022 mostró un aumento del 0.8% en comparación con el año anterior 2021. Mientras que las ventas de viviendas entre 2020 y 2021 fueron 232,622. Esto supone un aumento del 27,2% en comparación con el período entre 2016 y 2019, cuando se vendieron 182.947 unidades.

En resumen, de acuerdo al portal Wasi (2023), se espera que de las 250,133 viviendas proyectadas para 2023 un total de 177,027 viviendas sean de Interés Social (VIS) y 73,106 de no VIS, lo que significa un aumento del 6% y el 8,1% respectivamente. Se espera que para el año 2023 se vendan alrededor de 250,000 viviendas, lo que supone un incremento del 6.6% respecto al año anterior 2022, donde se proyectó la venta de 234,592 unidades.

4.4 Marco Geográfico

El marco geográfico permite analizar y tomar decisiones en un negocio con variables georreferenciadas. Es una herramienta que permite analizar las características de la oferta y la demanda mediante la localización de los clientes, los puntos de venta, sucursales y competencia construyendo un mapa digital de la zona. Es decir, pretende analizar cómo las variables geográficas del mercado afectan el negocio de manera positiva o negativa, y a su vez identificar las zonas más apropiadas para una adecuada segmentación del mercado. Con lo anterior, la zona en la cual se ha decidido enfocar este marco geográfico es la zona sur de la ciudad de Cali, puesto que se está caracterizando por su gran demanda de compradores, arrendamientos y zonas comerciales.

En los últimos años, las rápidas transformaciones en la estructura familiar han

dado lugar a nuevas configuraciones demográficas y necesidades. Las estructuras demográficas se refieren a patrones o regularidades en la distribución de la población, lo que permite clasificar a las personas en grupos con características estructurales similares. Entre los principales indicadores sociodemográficos se incluyen la estructura de la población, el nivel educativo de los ciudadanos, los movimientos migratorios y la situación del mercado laboral. Estos factores son esenciales para definir la jerarquización social de una zona, comprender la dinámica demográfica y sus implicaciones en la planificación económica, social, cultural y educativa de un territorio determinado. La clasificación más común se realiza según el sexo, la edad, la nacionalidad, el lugar de nacimiento y el nivel de estudios.

De acuerdo, al estudio realizado por Sotelo Ariza (2024) sobre el análisis del mercado del sector inmobiliario en Santiago de Cali, se identifican tendencias importantes, como por ejemplo la división en la distribución de las viviendas, de esta manera, se destaca la zona sur con una oferta significativa, debido a la mayor demanda en este sector a influir en los precios y las preferencias del público.

Al analizar los tipos de viviendas más ofertadas en el mercado, se aprecia una variación significativa en características como el número de baños, habitaciones y parqueaderos. Por ejemplo, las casas suelen ofrecer más baños y habitaciones en comparación con los apartamentos, lo que puede reflejar las necesidades y preferencias de los compradores en distintos segmentos del mercado.

Además, al analizar el estrato socioeconómico predominante en cada zona, se pueden identificar patrones socioeconómicos específicos que pueden influir en la

dinámica del mercado inmobiliario. Por ejemplo, en la zona sur se observa un predominio de estratos cuatro y cinco, mientras que en la zona oeste predomina el estrato seis. “Estos hallazgos son importantes para comprender las preferencias y capacidades financieras de los compradores en cada zona” (Sotelo; 2024).

Sin embargo, para llegar a este análisis se presentaron desafíos asociados con la calidad de los datos. La presencia inicial de valores nulos en la información suministrada planteó un obstáculo significativo en el proceso de análisis. Esta anomalía requirió una atención inmediata, debido a que los datos faltantes representan un impresionante 51% del total de la muestra. La validación y limpieza de estos valores nulos a 0 fueron pasos cruciales para garantizar la integridad y fiabilidad de los resultados posteriores, por lo que es recomendado que en estudios futuros, esto se tenga en cuenta mejorando los métodos de recolección (Sotelo; 2024).

5. Plan De Negocio De La Empresa Ms – Soluciones Inmobiliarias S.A.S

El modelo de negocio de esta empresa se implementó con un análisis del sector; con el cual se pudo identificar las necesidades que más prevalecen en la zona Sur de la Ciudad de Santiago de Cali, lo que permitió encontrar aspectos claves que favorecen la creación de la Empresa MS - SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, así mismo como la identificación de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que se deben tener en cuenta para un adecuado desarrollo de estrategias que sirvan de guía para favorecer el emprendimiento.

En el plan de negocio contemplado por la Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, se debe realizar el Estudio de títulos en la captación de cada inmueble y el acompañamiento en todo el proceso de adquisición de la siguiente manera:

Se realiza un análisis para conocer cuál es la situación jurídica del inmueble donde un abogado o agente inmobiliario revisa los antecedentes de la propiedad, teniendo en cuenta:

- El Certificado de tradición y libertad: contiene toda la información del inmueble desde el momento en que se matriculó ante la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos, Dentro del documento se encuentran en orden cronológico todos los dueños que ha tenido y los procesos que ha sido objeto el predio, como ventas, hipotecas, embargos o afectaciones por patrimonios de familia.
- La referencia catastral: es un número que sirve para identificar inmuebles, de forma oficial (y obligatoria). Es un código alfanumérico asignado por el Catastro; de esta

forma, cada inmueble tiene un número único que lo identifica dentro de la cartografía catastral.

- La función principal de la referencia catastral es identificar bienes inmuebles dentro de la cartografía catastral, por lo que, si se va a realizar una operación como venta o alquiler, o si la casa va a formar parte de una herencia o donación, evitará que la propiedad se confunda con otras propiedades como también suplantación de documentación relacionada con la misma.
- Paz y salvos del impuesto predial, valorización y megaobras, documentos indispensables para realizar la nueva escritura pública.
- y la Escritura pública para conocer la información actual del vendedor y del predio.
- Después de realizar el estudio de títulos de la propiedad y de comprobar la legalidad del predio, se procede a realizar el acta o promesa de compraventa con autenticación en una notaría, requisito indispensable para iniciar la negociación y posterior desembolso del dinero por parte de la entidad financiera seleccionada o dinero en efectivo por parte del comprador.
- Se realiza la firma de la nueva escritura pública en notaría, donde comprador y vendedor firman.
- y por último se espera el registro del nuevo propietario en la oficina de instrumentos públicos donde ya queda la propiedad a su nombre y se da por terminada la negociación.

5.1 Fase De Ideación Y Modelo De Negocio

En el presente trabajo se da a conocer la idea y modelo de negocio que surgió por parte de los estudiantes de administración de empresas, Hernán Mauricio Serna Linares y Cristian Daniel Valdés, acerca de la creación de la Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S. presentando la propuesta de un nuevo modelo de negocio que integra los conocimientos administrativos aplicados a la actividad inmobiliaria, permitiendo dar una propuesta de innovación en cuanto a la forma de hacer negocio inmobiliario en Santiago de Cali.

Para esto se desarrolló una investigación de mercado del sector inmobiliario a nivel local, seguidamente se realizó un estudio de los principales modelos de negocios por las empresas más representativas del sector, lo cual permitió identificar aspectos claves para la elaboración de un modelo de negocio apropiado para la empresa.

Posteriormente se hizo el estudio de viabilidad para la creación de la empresa, el cual tiene como objetivo la administración e intermediación de negocios inmobiliarios en la zona Sur de la Ciudad de Cali, dando respuesta a la demanda que se ha presentado en este sector de la ciudad y aprovechar la oportunidad de negocio; así como satisfacer la necesidad de los clientes, asesorándolos en la compraventa y alquiler del inmueble deseado, brindando confianza, teniendo en cuenta el presupuesto de cada cliente y seguridad en los procesos administrativos.

6. Matriz

6.1 Entornos Del Sector Inmobiliario

El análisis del entorno permite identificar las fortalezas y los puntos débiles de una organización, algo fundamental para la planificación estratégica y el desarrollo de la misma.

Las fuerzas externas identificadas se presentan a continuación:

- **Políticos:** legislación vigente, medidas fiscales y todas aquellas decisiones del gobierno en relación al ámbito económico.

  Según la resolución 0417 de 19 de junio de 2024 del ministerio de vivienda ciudad y territorio; informa que, la Dirección del Sistema habitacional del ministerio de vivienda, ciudad y Territorio en ejercicio de sus funciones como secretaría técnica del consejo superior de vivienda, de conformidad con el artículo 2.1.7.3 del Decreto 1077 de 2015, en el periodo comprendido del 30 de enero de 2024 y hasta el 15 de febrero de 2024, publicó en la página web del ministerio de vivienda, ciudad y territorio la invitación a presentar postulaciones para el representante del sector inmobiliario nacional ante el consejo superior de vivienda, periodo en el cual fueron recibidas varias postulaciones.

6.2 Normas Para El Sector Inmobiliario

- **Económico:** PIB, nivel de renta y poder adquisitivo, índice de desempleo, inflación.

  En junio de 2024 la variación anual del IPC fue de 7,18%, es decir, 4,95% puntos

porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior 2023 que fue de 12,13%.

Para el mes de mayo de 2024, la tasa de desocupación del total nacional fue 10,3%, mientras que en el mismo mes de 2023 fue de 10,5%. La tasa global de participación se ubicó en 64,1% y la tasa de ocupación en 57,5%, estas tasas en mayo de 2023 fueron 63,9%. Proyectándose así un déficit fiscal en 2024 de 5,3% del PIB, frente al 4,2% del 2023 y 57,2%, respectivamente (Ministerio de Hacienda; 2024)

- **Demográfico:** Tasa de natalidad y mortalidad, relacionada con la pirámide de población, sexo, edad, movimientos migratorios del país. De acuerdo a los datos demográficos se tiene que: en la última década, el 2024 es el año con mayor caída de nacimientos en Colombia, al registrar un total de 145.416 nacidos vivos, es decir, -14,6% en comparación con el 2023, según el DANE en su más reciente informe de Estadísticas Vitales (2024).
- **Socio-culturales:** estilo de vida, valores, ideologías, creencias religiosas, todo aquello que define a una sociedad. A continuación, se presentan algunas tendencias que se espera que marquen el mercado inmobiliario en Colombia en los próximos años:

- **Aumento de la demanda de vivienda en las principales ciudades:** El crecimiento económico y la migración interna continuarán impulsando la demanda de vivienda en las principales ciudades del país.
- **Desarrollo de vivienda sostenible:** La preocupación por el medio ambiente está impulsando el desarrollo de vivienda sostenible en Colombia.

- **Aumento de la inversión en vivienda de alquiler:** La creciente demanda de vivienda de alquiler está impulsando la inversión en este segmento.
- **Desarrollo de vivienda turística:** El turismo es una de las principales industrias de Colombia, y el desarrollo de vivienda turística está ganando popularidad en el país.

Actualmente se han creado diferentes proyectos de vivienda nueva, tales como apartamentos y casas en conjuntos cerrados. Por su material; construcción moderna, entre otros aspectos a resaltar, los precios pueden ser bastante accesibles acorde a las zonas y estratos donde se encuentren las viviendas.

El Sur de Cali, es la zona de la ciudad que posee más diversidad en muchos aspectos necesarios, tales como ofertas académicas, comerciales, y, oportunidades laborales. Esto se debe a la realización de los últimos proyectos de vivienda que han existido en el país, ya que, se han creado grandes demandas, por la ubicación perfecta que posee. Tanto así que según Camacol Valle y sus estudios hechos al respecto, afirma que hay más de 2.500 ofertas de inmuebles en el Sur de la ciudad, donde se incluyen todos los estratos, pero, específicamente en el 4, pues el mismo es la representación socioeconómica del colombiano común, es decir, de la mayoría de la población que presenta un ingreso mensual estable pero no ajustado.

También, en el Sur de Cali no solo hay arriendos de viviendas, sino de oficinas, locales comerciales, entre otros. Por lo cual, el sector empresarial se encuentra activado para generar suficientes oportunidades e ingresos a todo aquel que le interese. Un ejemplo claro de ello es la torre Holguines Trade Center, Unicentro, Jardín Plaza, Home Center, Makro y la antigua 14 Valle del Lili hoy propiedad del Éxito, que poseen gran variedad de oficinas y locales

comerciales y Se consideran como grandes oportunidades que ha ofrecido el mercado a los ciudadanos para invertir o comenzar un nuevo emprendimiento.

El Sur de Cali es buscada por las ventajas que se presentan para realizar nuevos proyectos de viviendas, bien sea para arrendar, comprar o vender. Dentro de los beneficios se encuentran las bellezas que hay alrededor y las necesidades que cubre a cualquier tipo de persona. Se considera como un nuevo desarrollo social, económico y financiero que los grandes empresarios están observando en el lugar para generar inversión, empleo, educación y hogares para las personas que lo necesitan.

El Sur de Cali tiene además la ventaja de contar con:

- Universidades de prestigio como son la ICESI, Universidad Pontificia Javeriana, San Buenaventura, Universidad del Valle, Universidad Libre, Universidad Santiago de Cali, entre otras.
- Restaurantes populares por su gastronomía, lo cual lo convierte en oportunidad de empleo.
- Centros de salud altamente calificados como son la Clínica Valle del Lili y la Policlínica.
- Concesionarios de vehículos de las diferentes marcas que ofrece el mercado.
- Centros comerciales, entre otros.

- **Naturales:** Los factores naturales que influyen en la empresa son, por ejemplo; los materiales de construcción. ya que en el momento los precios se encuentran muy elevados y las personas prefieren esperar que se estabilice la economía para invertir.

La Empresa MS- SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, a pesar de ser una empresa digital, otros factores externos naturales que pueden afectar el funcionamiento de la empresa son los desastres naturales que puedan afectar los inmuebles involucrados en las negociaciones.

- **Tecnológicas:** el paso del offline al online es la base, pero la aparición continua de novedades obliga a las empresas a tener que adaptarse al cambio. La EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, iniciará a operar inicialmente de manera digital, por tal motivo el entorno externo del emprendimiento entre su fuerza tecnológica y que puede afectar el funcionamiento de la empresa es una amenaza cibernética.

6.3 Estudio De Mercado

Según el último pronunciamiento de la Cámara Colombiana de Construcción (Camacol), el sector señala que enfrenta una crisis marcada por la caída en las cifras del Producto Interno Bruto (PIB) de las edificaciones. De acuerdo a Camacol (2024) “la venta de vivienda en Colombia cayó un 30,2% en abril de 2024 frente al mismo mes del año pasado” (pág. 1-61)

El mercado inmobiliario tiene un papel importante en la economía del país, pero según CAMACOL (2024), el 2023 cerró con una caída del 49,7% en las ventas de vivienda VIS y no VIS. Durante el 2023 se vendieron en Colombia 128.038 viviendas nuevas VIS y no VIS, esto representa 106.554 unidades menos que en el 2022 cuando se vendieron 234.592.

Según datos de Coordenada Urbana, sistema de información de la Cámara Colombiana de Construcción (Camacol), para abril de 2024 los lanzamientos a nivel nacional cayeron 30,3% con 6.286 unidades puestas en el mercado, mientras que un año atrás el indicador llegó a 9.020 unidades. En el caso del segmento VIS se lanzaron 4.819 unidades y en el mismo mes del 2023 cerca de 5.057 unidades, es decir, se presentó un decrecimiento de 4,7%.

Para que haya un ejercicio de conocimiento y de comparación sobre el mercado inmobiliario del año 2021 y del 2020, la Subdirección de Catastro Distrital realizó un análisis comparativo de las ofertas entre apartamentos, casas, edificios y locales en las comunas 2, 17, 19 y la zona de expansión urbana en los corregimientos Navarro y El Hormiguero.

Este informe comparativo, llevado a cabo por el Observatorio Inmobiliario Catastral (OIC, en el año 2021), describe cambios en las ofertas de Santiago de Cali y cómo se ha dinamizado este mercado en general; así pues, el subdirector de Catastro, Edwin Alberto Perea Serrano explicó que “en el año 2020, donde muchas actividades económicas se vieron afectadas a causa de la pandemia generada por el Covid-19, el mercado inmobiliario se mantuvo estable y dinámico, con saldo positivo en el valor agregado en el Producto Interno Bruto (PIB)” (Macías, Portillo; 2021)

La zona de expansión urbana aumentó su participación porcentual en un 21,8 % para el año 2021 con respecto al 2020, el cual aportó en este mercado un 13,7 %, convirtiéndose en la proyección mayoritaria y positiva de la oferta inmobiliaria en la ciudad para los siguientes años (Galeano; 2022).

Según la Lonja de Propiedad Raíz de Bogotá, “cerca del 35% de los colombianos viven en arriendo, lo que representa una cifra aproximada de 17 millones de personas” (Lonja Raíz; 2024).

El mercado objetivo en una empresa inmobiliaria puede variar dependiendo de varios factores, como la ubicación geográfica, el mercado, la estrategia de negocio y las tendencias actuales del sector inmobiliario. Teniendo en cuenta la ubicación geográfica se tiene como prioridad la zona sur de la ciudad de Cali y los estratos 4, 5 y 6. La cual cuenta con diversas universidades y centros educativos, a lo que se suma opciones de entretenimiento y centros comerciales haciendo que esta zona sea muy demandada por los clientes.

Algunas razones por las cuales los colombianos compran vivienda:

- **Valorización:** aunque muchos no lo crean, las casas y apartamentos nuevos y usados se sigue valorizando en Colombia.
- **Seguridad:** otra de las razones para comprar vivienda en el país es que al tener un Inmueble propio vamos acumulando un patrimonio que nos da seguridad a nosotros y nuestras familias.
- **La buena oferta inmobiliaria:** la cual ofrecen las constructoras.
- **Beneficios gubernamentales:** entre ellos los subsidios del gobierno MI CASA YA, y las cajas de compensación familiar, caja de honor (militares).
- **La posibilidad de comprar en preventas:** es decir se compra sobre planos y dan buen plazo para el pago de la cuota inicial (Blog Ciencuadras; 2023).

6.4 Estudio Técnico

Es necesario realizar el estudio técnico en un proyecto de emprendimiento, el cual indica la viabilidad a la hora de invertir en una empresa del sector inmobiliario. En toda inversión hay riesgos y muchos especialistas en la materia dicen que es el estudio técnico de un proyecto el único medio para poder visualizar el desarrollo de un negocio y su posible desenlace.

La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, ha realizado un ejercicio de análisis sobre la viabilidad del proyecto y teniendo en cuenta el crecimiento de la población y la alta demanda en servicios inmobiliarios en la zona Sur de la Ciudad Cali, así como los costos de inversión y de operación requeridos, el balance general y capital de trabajo necesarios, los beneficios económicos y ganancias factibles y los equipos necesarios para iniciar el proyecto.

6.5 Propuesta De Gestión Administrativa

6.5.1 Estudio Organizativo

El objetivo del estudio organizativo es determinar la estructura organizacional administrativa óptima y los planes de trabajo administrativos con lo cual operará el proyecto una vez este se ponga en funcionamiento. Los elementos que encontramos necesarios para el estudio organizativo del proyecto inmobiliario son:

-La planeación estratégica: aquí identificamos hacia dónde va la empresa a través del estudio de viabilidad, estudio del mercado, estudio económico, impacto social y la misión de la organización.

-El organigrama: tiene como objetivo señalar las relaciones de cada integrante del proyecto. En este caso existe una buena comunicación y relaciones interpersonales entre el equipo de trabajo.

-Planificación de los recursos humanos: se ha definido el rol que va a desempeñar cada integrante del equipo de trabajo, toda vez que dará claridad a la administración del proyecto y logrará que la empresa tenga marcado los objetivos empresariales.

-Marco legal y fiscal: busca dar la personalidad jurídica a la empresa según lo cual articulará su legislación y fiscalidad, con base al Código mercantil y la ley General de sociedades mercantiles, además de la legislación tributaria competente y los decretos y leyes que regulan el sector inmobiliario en Colombia.

-Aspecto laboral: atiende al contrato de trabajo y al reglamento del régimen laboral en Colombia.

-Aspecto ecológico: La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, considera ser amigable con el medio ambiente, a través del aprovechamiento de los productos biodegradables y la optimización de los recursos.

6.5.2 Propuesta De Planeación Estratégica

Al desarrollar el punto de la planeación estratégica de la idea de negocio se realizó un análisis FODA, el cual a partir de la identificación de las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas; se despliegan las estrategias que se van a implementar en la Empresa.

En la figura 1 se presentan los principales aspectos clave del resultado de la matriz FODA y sus estrategias.

Figura 1 Figura SEQ Figura * ARABIC 1. Matriz FODA

Figura SEQ Figura * ARABIC 1. Matriz FODA

MATRIZ DOFA	FORTALEZAS (F)	DEBILIDADES (D)
	- personal calificado en manejo de páginas web y redes sociales, así mismo conocimientos del mercado inmobiliario. - Fuente de ingreso sostenibles.	- la poca aceptación en el mercado, ya que falta inversión en marketing digital inmobiliario. - se debe incurrir en gastos antes de recibir ingresos, imprevistos que se puedan presentar a la hora de la ejecución de cada proceso.
OPORTUNIDADES (O)	**ESTRATEGIA (FO)**	**ESTRATEGIA (DO)**
- la competencia, ya que esta nos da una idea de mejora continua y nos da la posibilidad de compartir inmuebles,clientes y comisiones. - Aprovechar los nuevos planes y opciones que ofrece el gobierno para la adquisición de vivienda.	- Se puede fidelizar a los clientes de manera sencilla ya que encontraran una opción que les ayuda a generar ingresos extra, mes a mes y les ayudara con sus gastos del inmueble sin necesidad de preocuparse. - Encontrar vendedores que estén en línea con los principios y valores de la empresa y que tengan la capacidad de consolidar cierres de venta con los clientes con el propósito de adquirir el mayor portafolio de inmuebles posible, con un control mensual.	-Mantener el correcto funcionamiento de todos los procesos necesarios en la empresa, ayudar y ser un soporte en caso de contingencia en cada una de las áreas, buscar alternativas de mejora continua y crecimiento.
AMENAZAS (A)	**ESTRATEGIA (FA)**	**ESTRATEGIA (DA)**
- la inflación, ya que esta disminuye la demanda en el sector inmobiliario por las altas tasas de interés del sector financiero. - Aumento de los precios en intereses.	- Facilidad de adquisición de clientes, la manera en la que se ofrece el servicio genera gran facilidad de adquisición de cliente ya que no requiere gran inversión inicial.	- Tras la poca aceptación se trabajara en la imagen que quiere proyectarse a los clientes y por tanto del desarrollo de las actividades publicitarias, como principal criterio se busca manejar simplicidad y claridad en la manera como se muestran los procesos, las ventajas y características del proyecto.

Fuente: Autoría propia

Para ello se encontró lo siguiente:

Fortalezas: se tiene un personal calificado en conocimientos del mercado inmobiliario y en el servicio al cliente, también en el manejo de páginas web y redes sociales.

Oportunidades: la competencia directa en el mercado inmobiliario, la cual da un apoyo para una mejora continua y da un panorama de alianzas estratégicas para ser de ayuda en aspectos como compartir inmuebles, clientes y comisiones.

Debilidades: se basan en la poca aceptación en el mercado, por lo que al ser una empresa nueva se deberá incurrir en gastos previos a recibir ingresos, teniendo en cuenta los imprevistos que surjan a la hora de ejecutar algunos procesos.

Amenazas: se tiene la inflación, ya que esta disminuye la demanda en el sector inmobiliario por las altas tasas de interés del sector financiero, de lo anterior se debe tener en cuenta algunos aspectos claves para conocer el entorno, competencia y servicios que favorecen positivamente la empresa.

Como herramienta para conocer más a profundidad la planeación estratégica de la empresa, se utilizó el método CANVA, que muestra los aspectos claves e importantes que fortalecerán este emprendimiento y el comportamiento en el mercado inmobiliario. (Ver Tabla 1)

Tabla 1 Modelo para la Empresa Ms-Soluciones Inmobiliarias S.A.S.

MODELO PARA LA EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S.	
8) Socios Claves	Para el desarrollo de los procesos de alianzas los más importantes son las inmobiliarias, facilitando promoción e inversión y contribuyendo a la variedad de inmuebles que se tendrán, así mismo como: Entidades Financieras, Caja de Honor (Militares), Fondos de Empleados, Fondos de ahorros y Cajas de Compensación.
7).Actividades Claves	La empresa se verá como una inversión transparente, segura y rentable. de esta manera las estrategias de precio, y de promoción se verán soportadas en las políticas comerciales y de mercado para que cada vez más clientes nos tomen como su primera opción a la hora de invertir.
6). Recursos Clave	Dentro de los recursos claves se debe contar con el conocimiento del mercado y de los procesos que se llevarán a cabo para poder brindar un servicio claro y agradable. Para el desarrollo de esta labor se debe contar con un personal capacitado en el negocio, acceso a internet, computadoras, teléfono celular como también página web de la empresa para que los usuarios puedan conocer cómo funciona la empresa.
2). Propuesta De Valor	La propuesta de valor que le damos a nuestros clientes y que nos diferencian de las demás empresas inmobiliarias, es el seguimiento continuo, así como satisfacer la necesidad de los clientes asesorándolos en la compraventa del inmueble deseado, brindando confort, teniendo en cuenta el presupuesto de cada cliente y seguridad de la inversión. Por lo que un cliente satisfecho traerá más clientes a nuestra empresa.
4). Relación Con Los Clientes	Buscar una relación gana y gana, es decir desde el inicio garantizar que el cliente se encuentre al tanto de cómo se realizará toda la gestión del plan de inversión, por lo que se debe generar un acompañamiento desde que el cliente quiera realizar la inversión, así mismo como los soportes legales, a fin de garantizar que el cliente sienta confianza y satisfacción al invertir en la compañía y con esto se logre no solo un cliente feliz, sino un cliente que quiera volver a invertir en la empresa.

3). Canales	Desplegar la empresa en Medios masivos como redes sociales, la página web de la empresa, hacer presencia en ferias de negocios inmobiliarios, inversionistas e inmobiliarias para que se pueda dar a conocer la empresa (alianzas estratégicas)
1). Segmento De Clientes	La segmentación es en la zona Sur de la Ciudad de Cali: teniendo demanda en los estratos 4, 5, y 6. El cual tiene como objetivo la administración e intermediación de negocios en el mercado inmobiliario de la zona, brindando respuesta a la demanda que se ha presentado en este sector de la ciudad para aprovechar la oportunidad de negocio; satisfaciendo la necesidad de los clientes y asesorándolos en la compraventa del inmueble deseado, generando tranquilidad y confianza en la inversión.
9) Estructura De Costos	Se realizará una estructura de costos, en la cual se deberán plasmar costos administrativos, de operación, gastos de administración de capital, gasto financiero e impuestos generados.
5). Flujo De Ingresos	Como flujo de ingresos se tiene definido que será un 3% sobre el valor comercial individual de la inversión realizada, así como también se obtendrán comisiones por ventas y alianzas estratégicas, las cuales ocasionan un ingreso sostenible.

Fuente: Autoría propia.

Analizar el mercado objetivo: En vista que el Sur de Cali está en constante crecimiento, se ha decidido incursionar en este mercado objetivo aprovechando la gran oferta y demanda inmobiliaria en este sector.

-Seguir de cerca la competencia: con el fin de prestar atención a lo que la competencia está haciendo para diferenciarnos en el mercado y mejorar lo que hace la competencia o abrir un nuevo mercado.

-Servicios a ofrecer: la mejor atención a los clientes en cuanto a asesorías y trámites inmobiliarios, proyectos de inversión y curaduría, además los servicios postventa en cuanto a plomería, pintura, cerrajería y demás servicios demandados.

-Identificar los clientes potenciales: los clientes potenciales serán los estratos 4, 5 y 6 del Sur de Santiago de Cali.

-Actividad financiera: hacer un seguimiento mensual de los ingresos, egresos, inversión y utilidad de la empresa.

-Fidelización de los clientes: Generar una relación en donde la empresa y el cliente obtengan ganancias; es decir desde el primer contacto con el cliente garantizar que este se encuentre al tanto de cómo se realizará toda la gestión del plan de su inversión. por lo que se debe realizar un acompañamiento en todo el proceso de negociación, hasta que esta llegue a feliz término. así mismo contar con todos los soportes legales a fin de garantizar que el cliente sienta confianza y satisfacción al invertir en la compañía.

6.5.3 Filosofía Organizacional

Para la constitución de esta empresa se tuvo en cuenta la filosofía organizacional

-Principios: Transparencia en las relaciones interpersonales, confianza en los procesos, seguridad en la inversión y una comunicación asertiva y clara con los clientes.

-Expansión económica: Se proyecta crecer y ser reconocida inicialmente a nivel local y departamental en los próximos 10 años.

-Valores: Ser una Empresa íntegra con sus clientes e innovadora con las tendencias del mercado Ofrecer calidad en la atención

-Políticas: Fomentar el trabajo en equipo para garantizar un buen clima laboral, cero tolerancias a la corrupción y contribuir con la capacitación del personal.

-Misión: Brindar servicios y asesorías inmobiliarias mediante el acompañamiento de

talento humano calificado y comprometido; para dar respuestas oportunas a las necesidades y expectativas de los clientes, generando así tranquilidad y confianza en la inversión y rentabilidad a los accionistas.

-Visión: Para el año 2028 Ser una Empresa líder en el sector inmobiliario en Santiago de Cali, a través de un amplio portafolio de servicios, con tecnología de punta y perfeccionamiento de los procesos tecnológicos y administrativos, para ser competitivos en los servicios.

-Objetivos: Ser una empresa competitiva en el mercado en la asesoría, acompañamiento y trámites inmobiliarios.

-Ayudar a los clientes: Nuestro mayor deseo es ayudar a los clientes a encontrar la propiedad de sus sueños.

6.5.4 Plan De Acción Año 2024:

La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, Se proyecta para el 2024 empezar a operar con los servicios y trámites inmobiliarios, apoyados en las Tecnologías de información y comunicación (TIC), a través de las redes sociales y portales inmobiliarios que permitan la visibilidad de la empresa en los medios digitales.

6.5.5 Estructura Organizacional

Organigrama de la Empresa MS - Soluciones Inmobiliarias S.A.S.

Figura 2. MS-Soluciones Inmobiliarias S.A.A

6.5.6 Talento Humano:

La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, contará con el siguiente talento humano: gerente general, administrador, director de ventas, contador, diseñador gráfico y vendedores.

Funciones: a continuación se encuentran descritas las funciones de cada miembro de la empresa.

-Gerente general: será el encargado de contratar al personal, llevar la dirección de la empresa a través de la planificación y coordinación de los procedimientos administrativos y la optimización de los procesos.

-Administrador: será la persona encargada de ejercer los procesos administrativos; planear, controlar, dirigir y organizar los objetivos de la empresa, liderazgo y dirección del equipo de trabajo, gestor de proyectos y evaluador de resultados.

-Director de ventas: será el encargado de planificar y establecer estrategias comerciales y de ventas, administrar y capacitar al equipo de ventas, y pronosticar las ventas esperadas.

-Contador: será la persona encargada de llevar los estados financieros de la empresa, pago de nómina, seguridad social y parafiscales.

-Diseñador gráfico: será el encargado de diseñar la imagen de la empresa, creador de las páginas web inmobiliarias y quien realice los trabajos de edición fotográfica, imágenes y videos digitales.

-Vendedores: serán las personas encargadas de manejar los procesos de negociación con los clientes, acompañamiento en los trámites inmobiliarios, asesoramiento a los potenciales compradores, realizar la captación de propiedades y conectar al comprador con el vendedor o propietario.

Competencias:

-Gerente general: El gerente general debe tener capacidad de liderazgo, ser capaz de motivar al equipo de trabajo con su ejemplo, inspirar e influenciar con sus palabras y acciones, y tener un pensamiento crítico.

-Administrador: El administrador será la persona encargada de resolver conflictos al interior de la organización, a través de su liderazgo y pensamiento estratégico, íntegro, con manejo eficaz de la información y orientación a los resultados.

-Director de ventas: El director de ventas será la persona con capacidad de negociación, analítica, con liderazgo y habilidades comunicativas, planificador y con gestión del tiempo.

-Contador: El contador será una persona honesta, responsable, encargada de tomar decisiones de forma independiente que permitan reducir costos y maximizar las utilidades de la empresa.

-Diseñador gráfico: El diseñador será una persona creativa, con capacidad de innovación en los procesos digitales y destrezas de comunicación verbal y escrita.

-Vendedores: Los vendedores serán personas honestas, con empatía y habilidades de negociación, comunicación asertiva y conocimientos tecnológicos.

6.5.7 Marco Legal:

La Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, Cuenta con el siguiente marco legal regido por la ley en Colombia en el sector inmobiliario:

Ley 820 de 2003: “por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones”. Esta ley regula el aumento en los arriendos de inmuebles habitacionales en Colombia, junto a los contratos (derechos y deberes) y garantías.

Ley 675 de 2001: “por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal”. Esta ley regula la forma especial de dominio, denominada propiedad horizontal, en la que concurren derechos de propiedad exclusiva sobre bienes privados y derechos de copropiedad

sobre terreno y los demás bienes comunes, con el fin de garantizar la seguridad y la convivencia pacífica en los inmuebles sometidos a ella, así como la función social de la propiedad.

Ley 1673 de 2013: “por la cual se reglamenta la actividad del evaluador y se dictan otras disposiciones”. Esta ley tiene como objeto regular y establecer responsabilidades y competencias de los evaluadores en Colombia para prevenir riesgos sociales de inequidad, injusticia, ineficiencia, restricción del acceso a la propiedad, falta de transparencia y posible engaño a compradores y vendedores o al Estado. Igualmente, la presente ley propende por el reconocimiento general de la actividad de los evaluadores.

Decreto 1420 de 1998: “por la cual se reglamenta el tema de avalúos”. Las disposiciones contenidas en el presente decreto tienen por objeto señalar las normas, procedimientos, parámetros y criterios para la elaboración de los avalúos por los cuales se determinará el valor comercial de los bienes inmuebles.

Además, la Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S., se proyecta para el 2024 realizar su registro ante la cámara de comercio y así poder operar como una empresa legalmente constituida con los parámetros del gobierno nacional.

6.6 Estudio Económico – Financiero

En el estudio económico-financiero se deben tener en cuenta algunos factores que son de vital importancia a la hora de identificar la rentabilidad y la eficiencia de la empresa, por lo que se hace referencia a los indicadores ROA Y ROE, el ROA Es un indicador el cual revela la rentabilidad sobre los activos (Return On Assets), también llamado ROI

(rentabilidad sobre las inversiones). Este indicador, es fundamental, porque calcula la rentabilidad total de los activos de la empresa, es decir un rendimiento. El ROE es un indicador el cual indica el retorno de la inversión (Return On Investment) es el indicador que mide el rendimiento que ha logrado el capital que se ha invertido y por lo tanto se puede obtener toda la información para analizar la viabilidad de la inversión realizada, lo que permite incluso la reinversión de las utilidades.

7. Estado De Resultados

Se realizó estado de resultados desde el 01 de enero del 2022 hasta el 31 de diciembre del 2027, con una utilidad neta de 0 (Cero) debido al inicio de la empresa.

Tabla 2 Estado de Resultados Integral Base

ESTADO DE RESULTADOS INTEGRAL BASE
EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A
01 ENERO 2022 - 31 DICIEMBRE 2027
PESOS COLOMBIANOS

	2022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
INGRESOS	19.854.468	21.839.914	23.576.188	25.191.156	26.916.751	28.760.548
COSTOS	9.927.234	10.919.957	11.788.094	12.595.578	13.458.375	14.380.274
UTILIDAD BRUTA	9.927.234	10.919.957	11.788.094	12.595.578	13.458.375	14.380.274
GASTOS OPERACIONALES	3.000.000	3.291.000	3.475.296	3.593.456	3.715.634	3.841.965
EBITDA	6.927.234	7.628.957	8.312.798	9.002.122	9.742.742	10.538.309
DEPRECIACIONES	2.666.667	2.666.667	2.666.667	2.666.667	2.666.667	2.666.667
AMORTIZACIONES						
EBIT	4.260.567	4.962.291	5.646.131	6.335.456	7.076.075	7.871.642
INTERES	2.854.580	2.787.748	2.698.913			
IMPUESTOS	1.405.987	1.637.556	1.863.223	2.090.700	2.335.105	2.597.642
UTILIDAD NETA	- 0	536.987	1.083.995	4.244.755	4.740.970	5.274.000

Fuente: Autoría propia.

8. Estado De Situación Financiera

Se realizó estado de situación financiera desde el 01 de enero del 2022 hasta el 31 de diciembre del 2027, con una utilidad de 0 (Cero) debido al inicio de la empresa.

Tabla 3 Estado de Situación Financiera

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA
EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOB. S.A
01 ENERO 2022 - 31 DICIEMBRE 2027
PESOS COLOMBIANOS

ACTIVOS CORRIENTES	2.022	2023*	2024*	2025*	2026*	2027*
BANCOS	3.000.000	4.863.671	3.562.350	3.806.371	4.067.107	4.345.704
CUENTAS POR COBRAR		536.987	1.083.995			
INVENTARIO	4.000.000	4.400.000	7.923.260	5.075.161	5.422.810	5.794.272
EFECTIVO	5.000.000	5.500.000	5.937.250	6.343.952	6.778.512	7.242.840
INVERSIONES				8.994.157	10.898.086	12.628.291
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	**12.000.000**	**15.300.658**	**18.506.855**	**24.219.641**	**27.166.516**	**30.011.108**
ACTIVOS NO CORRIENTES						
EQUIPO DE COMPUTO	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000	10.000.000
DEPRECIACION		- 1.666.667	- 3.333.333	- 5.000.000	- 6.666.667	- 8.333.333
VEHÍCULO	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000	15.000.000
DLEPRECIACION		- 1.000.000	- 2.000.000	- 3.000.000	- 4.000.000	- 5.000.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	**25.000.000**	**22.333.333**	**19.666.667**	**17.000.000**	**14.333.333**	**11.666.667**
TOTAL ACTIVOS	**37.000.000**	**37.633.991**	**38.173.522**	**41.219.641**	**41.499.849**	**41.677.775**
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
PROVEEDORES	3.000.000	3.300.000,00	3.562.350,00	3.806.370,98	4.067.107,39	4.345.704,24
IMPUESTOS	1.405.987	1.637.556	1.863.223	2.090.700	2.335.105	2.597.642
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	**3.000.000**	**3.300.000**	**3.562.350**	**3.806.371**	**4.067.107**	**4.345.704**
PASIVOS NO CORRIENTES						
BANCOS FINANCIEROS	10.000.000	9.797.004	9.527.177	9.168.515	8.691.771	8.058.070
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	**10.000.000**	**9.797.004**	**9.527.177**	**9.168.515**	**8.691.771**	**8.058.070**
TOTAL PASIVOS	**13.000.000**	**13.097.004**	**13.089.527**	**12.974.886**	**12.758.878**	**12.403.774**
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000	24.000.000
UTILIDAD	-	536.987	1.083.995	4.244.755	4.740.970	5.274.000
TOTAL PATRIMONIO	24.000.000	24.536.987	25.083.995	28.244.755	28.740.970	29.274.000
PATRI+PASIVO	**37.000.000**	**37.633.991**	**38.173.522**	**41.219.641**	**41.499.849**	**41.677.774**
DIFERENCIA	-	- 0	0	0	- 0	- 0

Fuente: Autoría propia.

8.2 Estudio De Viabilidad

A través de los aliados establecer un servicio antes, durante y después de la venta, logrando así una mayor seguridad y confianza de los clientes. brindando servicios de plomería, pintura, cerrajería y demás servicios que se puedan demandar. Contar con un equipo de profesionales con experiencia en el sector inmobiliario, que posea un conocimiento profundo del mercado y pueda proporcionar asesoramiento experto a los clientes brindando un enfoque personalizado y atención individualizada a cada cliente, comprendiendo sus necesidades y deseos específicos, para ayudarlos a encontrar la propiedad ideal, así como también un servicio de postventa excepcional, asegurándose de que los clientes estén satisfechos con su compra y ofreciendo apoyo continuo, como ayuda en trámites legales, asesoramiento sobre mantenimiento de propiedades y servicios de administración de alquileres.

8.3 Impacto Social Y Ambiental

Autores como Aguilera (2006) manifiesta que “ha tomado conciencia de la importancia del medio ambiente como 'sustrato' en el que se producen las actividades humanas y, por tanto, las de mercado. Un sistema influyente e influenciable por parte de la economía” (pág. 66-71) y que, por tanto, se presenta como criterio de decisión en la elección de una determinada localización.

Teniendo en cuenta el impacto social, se pueden ejercer presiones significativas directas e indirectas en la búsqueda de clientes potenciales. El análisis del entorno del cliente analiza la situación actual de las necesidades del mercado meta (clientes o de negocio a

negocio), las posibilidades de cambio en estas necesidades y la satisfacción de los productos de la empresa. La disponibilidad y utilización de talento humano, la antigüedad y capacidad del equipo o la tecnología, la disponibilidad de recursos financieros y el poder o las luchas políticas dentro de la estructura de la empresa son elementos del análisis del entorno interno de la empresa.

El propósito del proyecto inmobiliario es crear un impacto social y ambiental en la ciudad de Cali que fomente la competencia y, por lo tanto, la creación de puestos de trabajo. La empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S. tiene como objetivo cambiar la vida de miles de personas en nuestra ciudad, con un impacto positivo al poder ayudarlos a cumplir el sueño de "tener su casa propia" y con ello mejorar su calidad de vida.

8.3.1 Impacto Ambiental - Objetivos De Desarrollo Sostenible (Ods)

Se busca que los productos y los procesos de la empresa, sean amigables con el medio ambiente. Una de las principales herramientas que se van a tener en cuenta son el uso de los paneles solares, los cuales permiten ser mucho más amigables con el medio ambiente, lo que proporciona una reducción de la huella de carbono por parte de la empresa, así mismo las buenas prácticas de reciclaje, las cuales favorecen la credibilidad de los clientes hacia la empresa.

“La relación entre la sostenibilidad y el sector inmobiliario es una acción que no solo beneficia a las personas, sino también a las desarrolladoras, ya que les permite generar una mayor sinergia con el entorno en donde sus proyectos tienen presencia por medio de la

construcción, enfocada en el ahorro de los recursos y la disminución en el impacto ambiental"(Verdes, 2021). Con esto no solo se buscan beneficios económicos sino también crear valor social y ambiental para la comunidad de Santiago de Cali.

Más de la mitad de la población mundial vive hoy en zonas urbanas. En 2050, esa cifra habrá aumentado a 6.500 millones de personas, dos tercios de la humanidad. No es posible lograr un desarrollo sostenible sin transformar radicalmente la forma en que construimos y administramos los espacios urbanos.

El rápido crecimiento de las urbes en el mundo en desarrollo, como resultado de la creciente población y del incremento en la migración, ha provocado un incremento explosivo de las megas urbes, especialmente en el mundo desarrollado, y los barrios marginales se están convirtiendo en una característica más significativa de la vida urbana.

Mejorar la seguridad y la sostenibilidad de las ciudades implica garantizar el acceso a viviendas seguras y asequibles y el mejoramiento de los asentamientos marginales. También incluye realizar inversiones en transporte público, crear áreas públicas verdes y mejorar la planificación y gestión urbana de manera que sea participativa e inclusiva.

Los Objetivos de desarrollo sostenibles que tienen gran relación con la creación de la empresa son:

Número 8 hace referencia al TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, así como el Mejoramiento progresivo de la producción y el consumo eficientes de los recursos mundiales y procurar desvincular el crecimiento económico de la degradación del medio ambiente.

Número 9 hace referencia a la INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA

Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados. Desarrollando infraestructuras fiables, sostenibles, resilientes y de calidad, incluidas infraestructuras regionales y transfronterizas, para apoyar el desarrollo económico y el bienestar humano.

Número 11 hace referencia a las CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES.

Apoyar los vínculos económicos, sociales y ambientales positivos entre las zonas urbanas, periurbanas y rurales fortaleciendo la planificación del desarrollo nacional y regional.

Número 17 hace referencia a ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS.

Mejorar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible, complementada por alianzas entre múltiples interesados que movilicen e intercambien conocimientos, especialización, tecnología y recursos financieros. Promover el desarrollo de tecnologías ecológicamente racionales y su transferencia, divulgación y difusión a los países en desarrollo.

Estos objetivos son aspectos importantes, los cuales se pueden aplicar en la empresa para identificar su impacto social, económico, ambiental e identificar si la empresa cuenta con un valor para la sociedad, lo cual llevará a fortalecer la reputación de la empresa y sus relaciones estratégicas.

9. Mercado Objetivo

El mercado objetivo en una empresa inmobiliaria puede variar dependiendo de varios factores, como la ubicación geográfica, el mercado, la estrategia de negocio y las tendencias actuales del sector inmobiliario. En nuestro entorno lo más común son la compra, venta y las viviendas de alquiler.

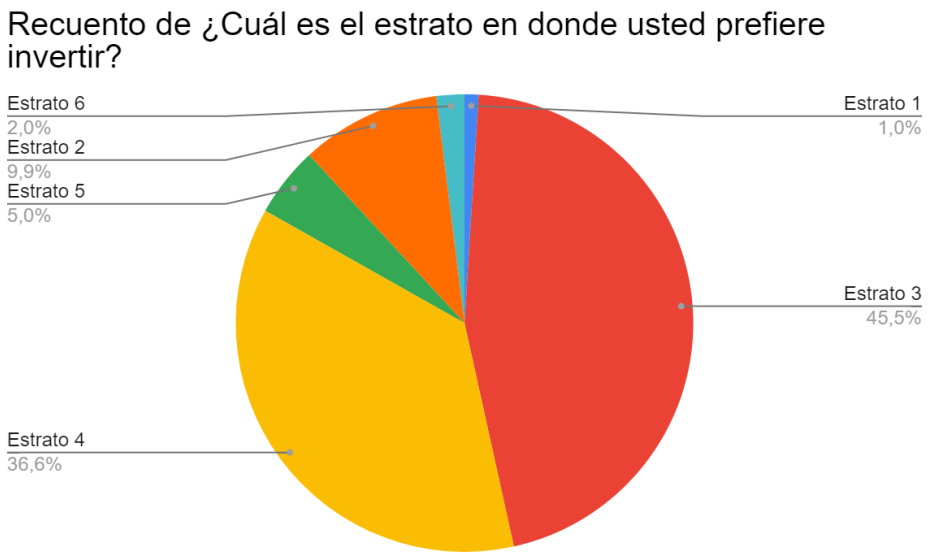
Esto implica encontrar propiedades para compra, venta y alquiler, administrar contratos de arrendamiento y brindar servicios inmobiliarios a los propietarios e inquilinos. Teniendo en cuenta la ubicación geográfica se tiene como prioridad la zona sur de la ciudad de Cali y los estratos 4, 5 y 6. La cual cuenta con diversas universidades y centros educativos, a lo que se suma opciones de entretenimiento y centros comerciales haciendo que esta zona sea muy demandada por los clientes.

9.1 Análisis De La Encuesta

Por lo que se realizó una encuesta de tipo cuantitativo a personas con edades entre los 20 años y los 53 años, en la que se identificaron los resultados más importantes de este estudio, lo cual brinda una amplia visión del enfoque que quieren y prima en los clientes a la hora de realizar inversiones en los bienes raíces.

Evidenciando que la mayoría de los clientes tienen como preferencia invertir en los estratos socioeconómico 3 con un 45.5% y 4 con un 36.6% debido a la ubicación, cercanía de parques, zonas escolares y centros comerciales, uno de los aspectos claves evidenciados es que en este tipo de estratos económicamente es un poco más asequible y que se puede ajustar a sus presupuestos y necesidades. (Ver figura 3)

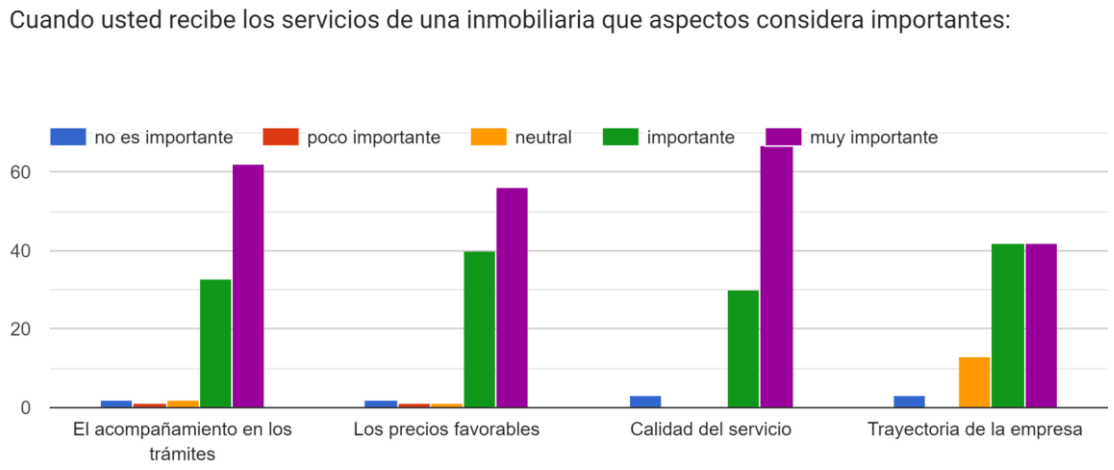
Figura 3 Estrato



Fuente: Autoría propia

Revisando los aspectos claves para la obtención de los servicios de la empresa inmobiliaria muestran que con un 67% el aspecto más importante es la calidad en el servicio, seguido de un 62% en el acompañamiento durante los trámites, así como también la favorabilidad de los precios de los inmuebles con un 56%, los cuales son aspectos claves para determinar la estrategia apropiada para conservar los clientes y asegurando unas futuras inversiones en ayuda del voz a voz que puedan utilizar los clientes que decidan invertir en nuestras propiedades para satisfacer su necesidades. (Ver figura 4)

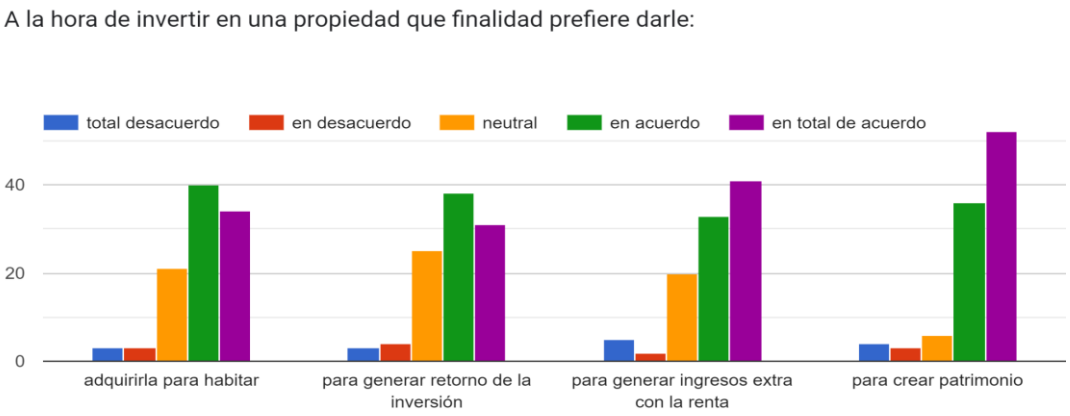
Figura 4 Servicios de inmobiliaria



Fuente: Autoría propia

De los aspectos más importantes evidenciados en la realización de la encuesta es la finalidad de la inversión en el bien raíz: la importancia de crear patrimonio con un 52%, seguido de la inversión como fuente de ingreso extra con un 41%, mientras que con un 30% prefieren realizar la inversión para habitar, revisando que en estos momentos la adquisición de vivienda propia se encuentra en tiempos donde no están sencillo por las altas tasas de interés las cuales no favorecen la compra de vivienda. (Ver figura 5)

Figura 5. ***Finalidad de la Propiedad***



Fuente:Autoría propia

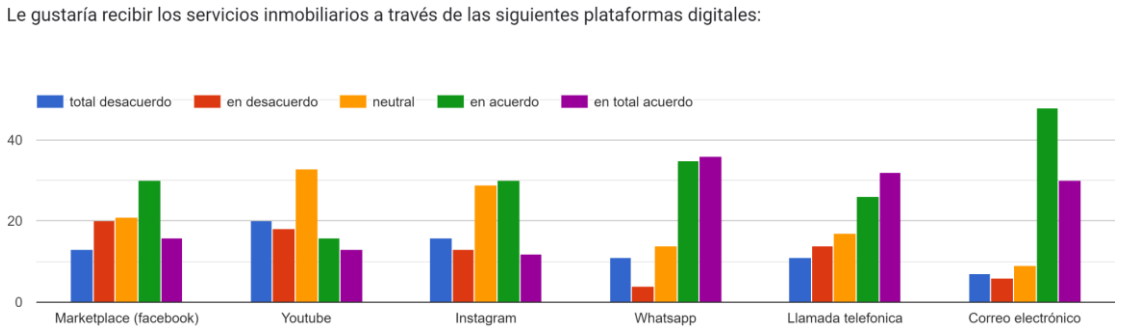
Esta encuesta permitió identificar en que los clientes prefieren realizar la inversión. con un 62% los clientes prefieren realizar la inversión en casa, seguido de un 44% que consideran importante la inversión en apartamentos; esto se puede deber a que los adultos se sienten mucho más cómodos en su casa propia, mientras que los adultos jóvenes puede que se sientan más cómodos en un apartamento, aunque esto puede variar en los gustos de cada cliente. (Ver figura 6)

Figura 6. ***Opciones de inversión***

Fuente: Autoría propia

Para concluir uno de los medios con mayor importancia para la recepción de información fue vía correo electrónico con una puntuación del 48%, seguido del WhatsApp con una puntuación del 36%, teniendo en cuenta la era digital en la que estamos, la cual se encuentra en una evolución constante, y las generaciones se están adaptando a los avances tecnológicos. (Ver gráfica 7)

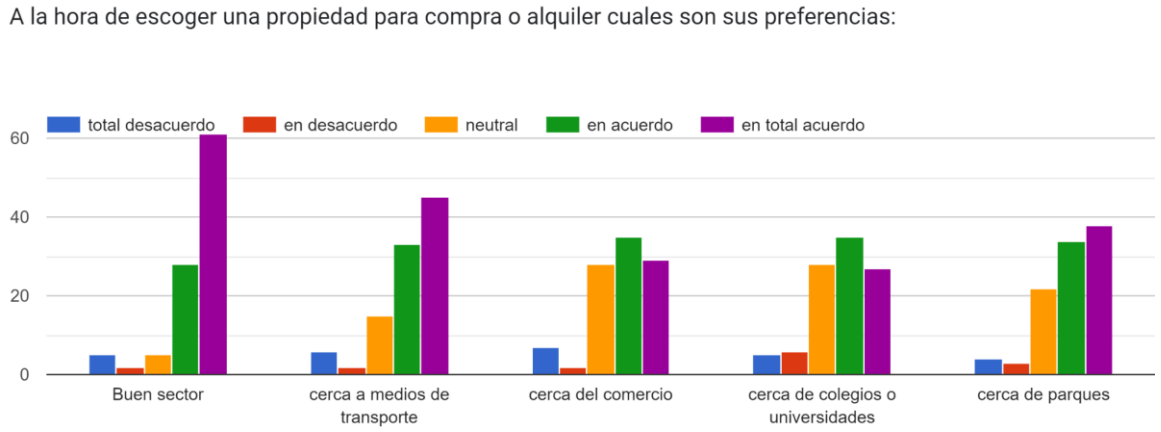
Figura 7. Plataformas



Fuente: Autoría propia

En la encuesta realizada se evidencia que, al momento de buscar una propiedad para compra o alquiler, los clientes potenciales prefieren el buen sector con un 61% y con un 45% escogieron cerca de los medios de transporte; esto favorece a los clientes potenciales para que puedan tener una mayor comodidad y evitar desplazamientos los cuales puedan retrasar su salida y llegada a casa. (Ver figura 8)

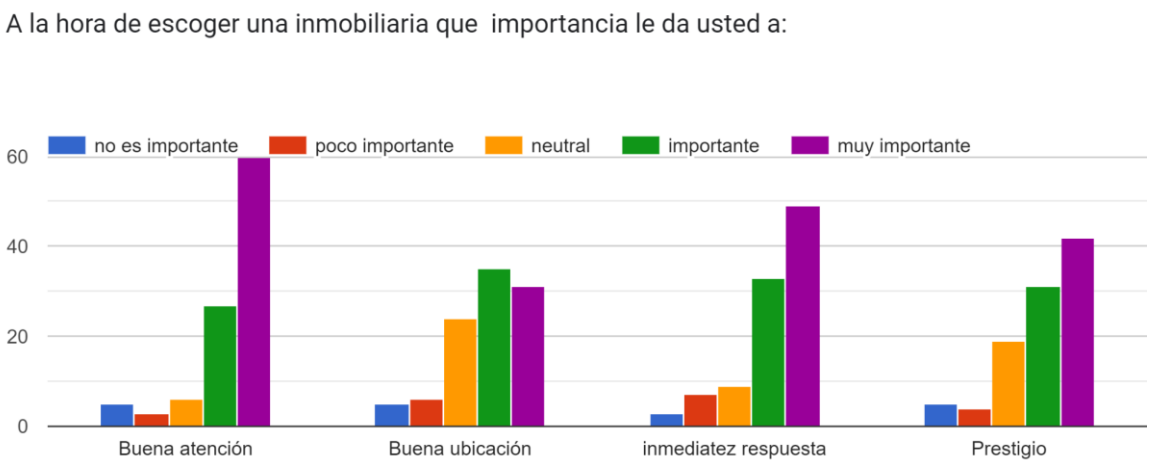
Figura 8. Sectores



Fuente: Autoría propia

Lo que los clientes consideran importante a la hora de escoger una empresa inmobiliaria prima la buena atención con un 60%, seguido de una inmediatez en la respuesta con un 49%, por lo que se atribuye una seguridad y confianza por parte de los clientes, lo que favorece en la identificación de lo que los clientes están buscando para realizar la inversión. (Ver figura 9)

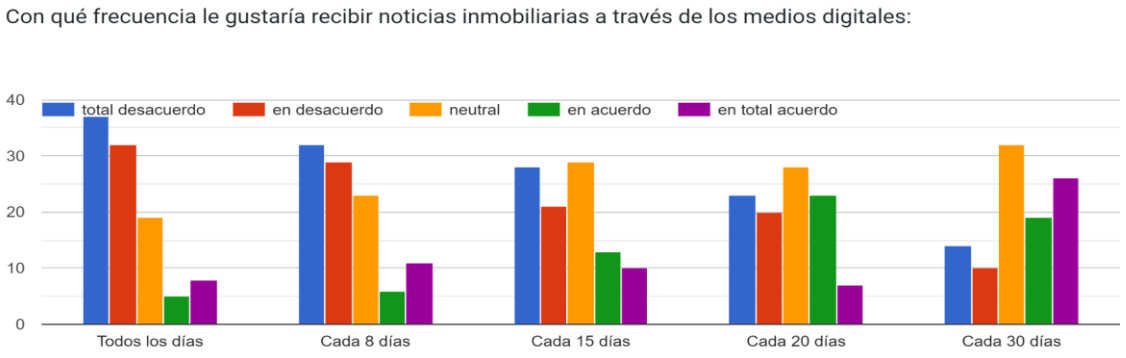
Figura 9. Atención



Fuente: Autoría propia

A la hora de recibir información de las noticias inmobiliarias los clientes prefieren recibirlas cada 30 días con un 26%, teniendo en cuenta el espacio de los clientes sin saturarlos de información lo cual puede llegar a incomodar a los clientes. (Ver figura 10)

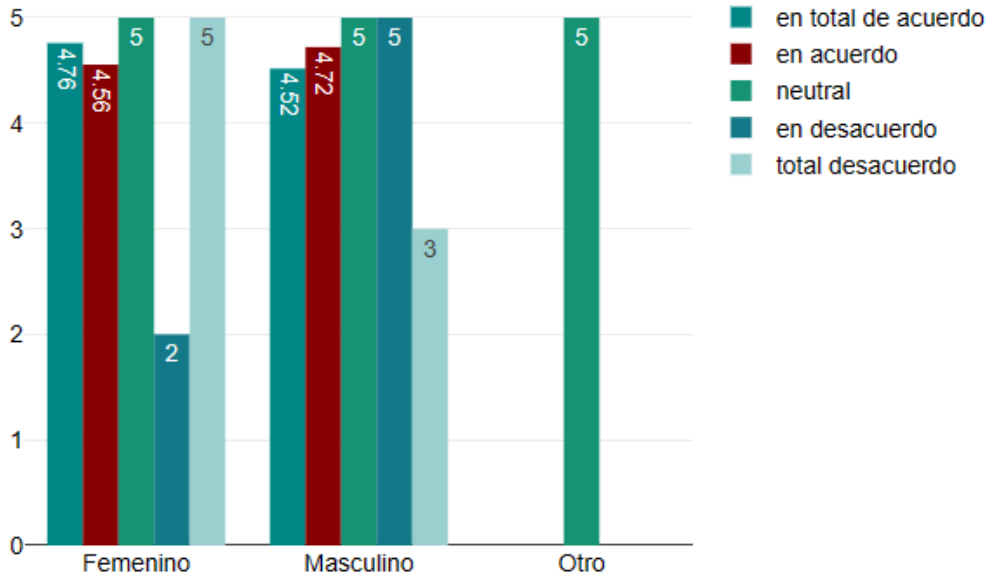
Figura 10. Frecuencia de Noticias Inmobiliarias



Fuente: Autoría propia

Al revisar el alfa de Cronbach se puede evidenciar que en la encuesta tanto el género masculino como el femenino considera muy importante el acompañamiento durante los trámites que se vayan a realizar con la empresa, al igual que la generación de patrimonio a través de la empresa inmobiliaria, los cuales son los resultados más importantes en la realización de esta encuesta, garantizando una fiabilidad positiva de estas preguntas; las cuales son consideradas como las más importantes en este estudio, adicionalmente se debe tener en cuenta que no todos los clientes van a tener el mismo enfoque de negocio como también conocer un poco más la opinión de los clientes potenciales. (Ver figura 11)

Figura 11. Sistematización de la información



Fuente: Autoría propia

Al realizar la sistematización de la información de la encuesta que fue realizada a 101 personas, pudimos evidenciar los gustos y preferencias de los Clientes a la hora de escoger una inmobiliaria y a la hora de realizar una inversión.

Integrando la información MODA: pudimos evidenciar que el gusto más importante de los clientes a la hora de escoger una inmobiliaria es la calidad en el servicio con un 67%, seguido por el acompañamiento en los trámites con un 62%.

Integrando la información MEDIA: se pudo evidenciar que el promedio de los clientes a la hora de escoger la finalidad de la inversión en el bien raíz prefieren: la importancia de crear patrimonio con un 52%, seguido de la inversión como fuente de ingreso extra con un 41%.

Integrando la información DESVIACIÓN ESTÁNDAR: se pudo constatar que los clientes a la hora de buscar una propiedad para compra o alquiler, prefieren el buen sector con un 61%, seguido de cerca de medios de transporte con un 45%.

9.1 Benchmarking

- Durante esta etapa, se generan ideas y se desarrollan diferentes modelos de negocio para identificar la propuesta de valor único y la forma en que la empresa generará ingresos en el mercado inmobiliario.

- Investigación de mercado: Comienza por comprender el mercado inmobiliario en el que se planea operar. Analiza las tendencias, la demanda, los conductores y las oportunidades existentes.

- Investigar a la competencia: Realizar un análisis exhaustivo de la competencia en la ciudad. Identifica a otras empresas inmobiliarias que ofrecen servicios similares y estudia su enfoque, fortalezas y debilidades.

- Identificación de necesidades y oportunidades: Examina las necesidades insatisfechas en el mercado inmobiliario y las oportunidades que podrían aprovecharse. ¿Hay algún segmento de clientes desatendido? ¿Existen problemas comunes que se puedan resolver de manera innovadora?

- Generación de ideas: Realiza sesiones de lluvia de ideas para generar diferentes ideas que aborden las necesidades identificadas.

- Definición de propuesta de valor: Define claramente cuál es la propuesta de valor única de tu empresa inmobiliaria. ¿Qué te diferencia de la competencia? Esto puede incluir servicios diferenciados, enfoque en un segmento específico, tecnología innovadora u otras características distintivas.

- Desarrollo del modelo de negocio: Basándote en tu propuesta de valor, desarrolla un modelo de negocio sólido. Define cómo generar ingresos, cómo adquirir y conservar clientes, qué actividades clave se van a realizar y qué recursos se utilizarán. Se deben considerar también los costos y las fuentes de financiamiento.

- Validación del modelo de negocio: implica obtener retroalimentación de expertos en el campo, posibles clientes y otras partes interesadas relevantes.

- Planificación estratégica: Con base en el modelo de negocio validado, se desarrolla un plan estratégico detallado que incluye objetivos a corto, mediano y largo plazo, estrategias de marketing, estrategias de adquisición de propiedades, estructura organizativa y cualquier otro aspecto importante para la empresa.

9.2.1 Plan De Marketing

El modelo tradicional inmobiliario constaba en la compra y venta de inmuebles, donde la mayoría del proceso era presencial y la forma de promoción era a través de formas de difusión clásicas como (periódicos, clasificados, carteles o exhibición de la ficha de la propiedad en un local a la calle)

Teniendo en cuenta los nuevos avances tecnológicos, los modelos de negocio se pueden difundir de manera digital, para lograr una adecuada participación en el mercado y se tiene por guía el siguiente plan:

- **Análisis de la situación:** Analiza el mercado inmobiliario local y las tendencias actuales. Realizar un análisis interno y externo de la empresa. Identifica las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas (DOFA).
- **Definición del público objetivo:** Segmentar el mercado con base a características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales. Identificando los tipos de

clientes que podrían estar interesados en tus propiedades.

- **Estrategias y tácticas de marketing:** Marketing en línea: Sitio web fácil de navegar, publicidad en redes sociales, marketing por correo electrónico, utilizar plataformas de listados en línea y portales inmobiliarios.
- **Marketing offline:** Anuncios en periódicos locales, revistas especializadas, participación en ferias y eventos inmobiliarios.
- **Colaboraciones**: Asociarnos con agentes inmobiliarios locales, bancos o empresas inmobiliarias. Utilizar fotografías y videos de alta calidad para resaltar las propiedades.
- **Crear contenido educativo:** sobre el mercado inmobiliario y consejos para compradores e inversores.

9.3 Descripción Del Servicio

- Brindar el acompañamiento en los procesos de compra y venta de inmuebles.
- Administrar propiedades en alquiler ubicadas en el área urbana de la ciudad de Cali.
- Facilitar asesoría para conocer el valor comercial de una propiedad a través de un perito evaluador.
- Realizar planos y trámites de licencias de construcción ante la Curaduría.

9.4 Identidad Corporativa

Las personas que participan en la propuesta de Creación de la Empresa: MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S son: Hernán Mauricio serna linares quien culminó

en el mes de junio de 2023 décimo semestre de administración de empresas en la universidad libre seccional Cali y el sr. Cristian Daniel Valdés quien culminó en el mes de junio de 2023 décimo semestre de administración de empresas en la universidad libre seccional Cali. Y la docente de Emprendimiento y tutora del trabajo Sra. Omaira Mosquera Mosquera.

A continuación se presenta el logo de la EMPRESA MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, y su slogan “Tranquilidad Y Confianza En Su Inversión”. un diseño innovador y a la par con las tendencias del mercado:

Figura 12. Logo

Fuente: Autoría propia

9.5 Análisis Financiero

9.5.1 Que conlleva un análisis financiero

El análisis financiero se encarga de asegurar que la empresa tenga la liquidez necesaria para operar y mantenerse en el mercado, a través de la planeación, dirección, organización y control. Manteniendo sus obligaciones al día y maximizando la rentabilidad de la empresa.

Costos Y Gastos

Costos

Los costos se refieren a los gastos que involucran la actividad inmobiliaria y la prestación los servicios. En la empresa MS- SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, los costos incluye:

Costos de Nómina

Tabla 4. Costos de Nómina

Trabajador	Salario Básico	CONCEPTO					Total Anual
		Primas	Vacaciones	Cesantías	Intereses de cesantías	Salario y prestaciones	
Gerente	$3,500,000	$3,500,000	$1,750,000	$3,500,000	$420,000	$5.034.937	**$60.419.240**
Administrador	$3,500,000	$3,500,000	$1.750,000	$3,500,000	$420.000	$5.034.937	**$60.419.240**
Contadora	$3.500.000	$3.500.000	$1.750.000	$3.500.000	$420.000	$5.034.937	**$60.419.240**
Dir. Ventas	$3,500,000	$3,500,000	$1,750,000	$3,500,000	$420,000	$5,034,937	**$60,419,240**
Dis. Gráfica	$3,500,000	$3,500,000	$1.750,000	$3,500,000	$420,000	$5,034.937	**$60.419.240**
Vendedor1	$2,000,000					$2.000.000	**$24.000.000**
Vendedor 2	$2.000.000					$2.000.000	**$24.000.000**
Vendedor 3	$2,000,000					$2.000.000	**$24.000.000**
Vendedor 4	$2.000.000					$2.000.000	**$24.000.000**
Total:							**$302.096.200**

Costos de tecnología

Tabla 5. Costos de Tecnología

Costos de tecnología	
5 equipos de cómputo a $2.000.000 c/u	$10,000,000
2 cámaras semiprofesionales a $2.000.000 c/u	$4.000.000
2 drones a 3.000.000 c/u	$6.000.000
Licencias de software	$4,000,000
Total:	$24,000,000

Costos de Marketing

Tabla 6. Costos de marketing y publicidad

Presupuesto estimado para la estrategia de marketing y publicidad	
Marketing Digital Inmobiliario	**$3.000.000**
Uso de páginas web	**$2.000.000**
Publicación en redes sociales	**$2.000.000**
Optimización de Motores de Búsqueda	**$2,000,000**
Participación en Conferencias y Eventos inmobiliarios	**$2.000.000**
Webinars y Talleres en Línea	**$1.000.000**
Total:	**$12.000.000**

Fuente: Elaboración propia

Costos de Operación

Tabla 7. Costos de Operación

operación Concepto	Valor mensual	Valor anual
Servicios públicos	$500,000	**$6.000,000**
Canon arrendamiento	$2,000.000	**$24.000,000**
Mantenimiento oficina	$400,000	**$4.800,000**
		$34.800.000

Fuente: Elaboración propia

Costos de capacitación y fidelización

Tabla 8. Costos estrategia de servicio

Presupuesto estimado para la estrategia de servicio	
Capacitación continua y certificaciones	**$7,000,000**
Herramientas y tecnologías avanzadas	**$3,000,000**
	$10,000,000

Fuente: Elaboración propia

Gastos

Los gastos son las salidas de dinero que una empresa tiene para mantener sus operaciones y generar ingresos y utilidades. En el caso de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, los gastos son:

Gastos Administrativos

Tabla 9. Gastos administrativos

Gastos administrativos	Valor anual
SGSST	**$1,500,000**
Honorarios legales	**$2.000,000**
	$3,500,000

Fuente Propia

Gastos de Venta de Marketing

Tabla 10. Venta de Marketing

Presupuesto estimado para la estrategia de servicio	
Programas de lealtad	$5,000,000
Programas de reconocimiento al cliente	$5,000,000
	$10,000,000

Elaboración propiaGastos varios

Tabla 11. Gastos varios

Concepto	Valor mensual	Valor anual
Compras e imprevistos	$200,000	$2,400,000

Fuente: Elaboración propia

Finanzas Materias Primas E Insumos

MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, al ser una empresa de asesorías y trámites inmobiliarios, no opera con materias primas e insumos en el sentido tradicional. Sin embargo, podría considerarse que los recursos técnicos, como equipos informáticos, software especializado y equipos de oficina, son equivalentes a los insumos necesarios para la prestación de nuestros servicios.

Los equipos de cómputo y tecnológicos utilizados por MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, tienen un costo de $20,000,000 COP

Tabla 12. Costos de Insumos tecnológicos

Costos de tecnología (insumos)	
Equipos de cómputo, cámaras y drones	**$20,000,000**
Licencias de software	**$4,000,000**
	$24,000,000

Fuente: Elaboración propia

Muebles Y Enseres

Los muebles y enseres necesarios para la operación de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, incluyen escritorios, sillas de oficina, entre otros elementos de mobiliario y equipamiento de oficina.

Tabla 13. Muebles y enseres

Descripción	Valor Unit COP	Cantidad	Valor total
Silla Giratoria	$300,000	5	$1,500,000
escritorio de trabajo	$500,000	5	$2,500,000
Silla de Comedor de juntas	$200,000	5	$1,000,000
Mesa De Juntas	$1,300,000	1	$1,300,000
Sofá de 4 Puestos	$1,500,000	1	$1,500,000
Silla de comedor	$150.000	5	$750.000
Mesa comedor	$800,000	1	$800,000

Nevera Haceb 297lt	$1,700,000	1	$1,700,000
Cafetera 12tz	$200,000	1	$200,000
Horno Microondas Haceb	$400,000	1	$400,000
Regulador Voltaje 600 W	$100,000	5	$500,000
TOTAL			**$12.150.000**

Fuente: Elaboración propia

Inversión Inicial

La inversión inicial de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, incluyó varios aspectos importantes para el inicio del emprendimiento.

Incluyó la adquisición de equipos de cómputo y las correspondientes licencias de software, así como la compra de mobiliario de oficina necesario para el funcionamiento diario. Además, contempló los gastos asociados con la constitución legal de la empresa y los trámites legales requeridos para su funcionamiento.

También se incluyó la contratación de personal para las adecuaciones locativas, que fueron esenciales para garantizar un entorno de trabajo adecuado desde el inicio. Por último, se anticipó el costo de los primeros 2 meses del canon de arrendamiento, que se pagó por adelantado para asegurar un lugar de operaciones para la empresa. Esta inversión inicial proporcionó los cimientos necesarios para que MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, comenzara sus actividades con solidez y eficiencia.

Tabla 14. Costo de inversión inicial

Concepto	Costo (COP)
Equipos de computo	**$20,000,000**
Licencias de software	**$4,000,000**
Muebles y enseres	**$12.150.000**
Asesoría legal y constitución de la empresa	**$2,000,000**
Contratación de personal de apoyo	**$2,000,000**
Primeros 2 canones de arrendamiento por adelantado	**$4.000,000**
Total	**$44.150.000**

Fuente: Elaboración propia

Proyección Primer Año:

A continuación, se presenta una proyección detallada para el primer año de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, tomando como referencia de conversión para divisa la TRM de agosto26 de 2024, equivalente a: $4.030,600

Esta proyección abarca tanto el mejor escenario posible como el peor, tomando en consideración diversos factores como las ventas en unidades, los precios de los servicios, los costos y gastos anuales, así como la inversión inicial realizada por la empresa. Esta información proporciona una visión integral de las expectativas financieras y operativas de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, en su primer año de operaciones, permitiendo una evaluación más precisa de su desempeño y viabilidad en el mercado.

Ventas de unidades en el Mercado

Meta mensual de ventas por vendedor en propiedades:

$400,000.000 En Total, son 4 vendedores x $400,000.000 en

ventas por mes:

$1.600,000.000 en ventas mensuales.

Total, de ventas presupuestadas por año: $1.600,000.000 X 12:

$ 19.200,000.000 en ventas por año X 3% de comisión sobre las ventas:

$ 576.000.000 de ingresos al año.

Proyección para el Primer Año de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S:

Mejor escenario posible cumpliendo el mínimo de ventas presupuestadas.

Escenario: 100% de las ventas anuales = $19.200,000.000
en ventas X 3% de comisión sobre las ventas = $576.000.000 de ingresos anuales.

Ingresos mensuales= $576.000.000 / 12 = $ 48.000.000

Ingresos anuales: $48.000.000 X 12 = 576.000.000

Ingresos anuales en COP: $142.906,76 USD x 4.030,60 COP/USD = $575.999.986,85 COP

Para obtener esta utilidad:

Cada vendedor debe vender una propiedad mensual por valor $400.000.000, multiplicado por los cuatro vendedores darían ventas mensuales de $1.600.000.000 y si multiplicamos esto por los doce meses del año, nos darían ventas anuales de $19.200.000.000 COP. Lo cual nos daría una rentabilidad por comisión de venta del 3%, equivalente a $576.000.000

Costos y Gastos Anuales

Tabla 15. Costos y gastos anuales

Costos y Gastos Anuales	
Nómina anual de Ms-soluciones inmobiliarias s.a. s	**$302.096.200**
Costo de la inversión inicial	**$44.150,000**
Costos de marketing y publicidad	**$12,000,000**
Costos de operación	**$34,800,000**
Costos de capacitación y fidelización	**$10,000,000**
Gastos administrativos	**$3,500,000**
Gastos de ventas y marketing	**$10,000,000**
Otros gastos varios	**$2.400,000**
Total, de costos y gastos anuales:	**$418,946.200**

Fuente: Elaboración propia.

Utilidad Neta Anual en el mejor escenario posible

Ingresos anuales: $576.000.000 COP

Costos y gastos anuales: $418,946.200

COP

Utilidad neta anual: $576,000.000 - $418,946.200 = **$157.053.800 COP**

Proyección para el Primer Año de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S: Peor escenario posible cumpliendo el mínimo de ventas presupuestadas.

Ventas en Unidades:

Escenario: 100% de las ventas anuales = $16.800,000.000
en ventas X 3% de comisión sobre las ventas = $504.000.000 de ingresos anuales.
Ingresos mensuales= $504.000.000 / 12 = $ 42.000.000
Ingresos anuales: $42.000.000 X 12 = 504.000.000
Ingresos anuales en COP: $125.043,41 USD x 4.030,60 COP/USD = $503.999.968,34 COP

Para obtener esta utilidad:

Cada vendedor debe vender una propiedad mensual por valor $350.000.000, multiplicado por los cuatro vendedores darían ventas mensuales de $1.400.000.000 y si multiplicamos esto por los doce meses del año, nos darían ventas anuales de $16.800.000.000 COP. Lo cual nos daría una rentabilidad por comisión de venta del 3%, equivalente a $504.000.000.

Costos y Gastos Anuales

Tabla 16 Costos y gastos Anuales

Costos y Gastos Anuales	
Nómina anual de Ms-soluciones inmobiliarias s.a. s	**$302.096.200**
Costo de la inversión inicial	**$44.150.000**
Costos de marketing y publicidad	**$12.000.000**

Costos de operación	**$34.800.000**
Costos de capacitación y fidelización	**$10.000.000**
Gastos administrativos	**$3.500.000**
Gastos de ventas y marketing	**$10.000.000**
Otros gastos varios	**$2.400.000**
Total, de costos y gastos anuales:	**$418.946.200**

Utilidad Neta Anual en el peor escenario posible:

Ingresos anuales: $504.000.000 COP

Costos y gastos anuales (incluida inversión inicial): $418.946.200 COP

Utilidad neta anual: $504.000.000- $418.946.200 = **$85.053.800COP**

Estas proyecciones están basadas en escenarios hipotéticos y pueden variar en la realidad según diferentes factores externos e internos.

Punto De Equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, primero se determinan los costos fijos y variables de la compañía, así como los ingresos generados por la venta de servicios. El punto de equilibrio se alcanza cuando los ingresos totales igualan los costos totales, es decir, cuando la empresa no tiene ni ganancias ni pérdidas.

Costos Anuales Fijos

Nómina anual: $302.096.200 COP

Costos de marketing y publicidad: $12.000.000 COP

Costos de operación: $34.800.000 COP

Costos de capacitación y fidelización: $10.000.000 COP

Gastos administrativos: $3.500.000 COP

Gastos de ventas y marketing: $10.000.000 COP

Otros gastos diversos: $2.400.000 COP

Total de costos fijos anuales:

$374.796.200COP

Ingresos por Unidad

MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, tiene una estructura de precios por propiedad que varía según el tipo de propiedad y ubicación de la misma. Para simplificar, usaremos un precio promedio. Según la información:

Precio promedio (considerando los cinco TIERS de precios):

$$Precio\ promedio \text{ en millones} = \frac{(400 + 350 + 300 + 250 + 200)}{5} = 300 \text{ millones COP/por predio}$$

Por propiedad

$$Precio\ promedio\ en \text{ USD} = \$300.000.000\ \frac{\text{COP}}{\text{Predio}} \ /\ 4.030{,}60\ \frac{\text{USD}}{USD} = \$74.430{,}60\ \frac{\text{USD}}{\text{USD}}$$

Cálculo del Punto de Equilibrio

$$Punto\ de\ equilibrio\ en\ unidades = \frac{Costos\ fijos}{Precio\ por\ unidad}$$

$$Punto\ de\ equilibrio\ en\ unidades = \frac{374.796.200}{300.000.000\ COP/\text{predio}} \approx 1{,}249320667 \text{ unidades}$$

COP

$$Punto\ de\ equilibrio\ en\ ingresos = 1{,}249320667 \text{ propiedades} \times 300.000.000\ COP = \$374.796.200\ COP$$

Para que MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S alcance el punto de equilibrio, cada vendedor de los 4 colaboradores necesita vender al menos 1 propiedad mensual de $260.400.000, lo que equivale a 48 propiedades anuales. que generarían ingresos de: $374.976.000 COP al año.

Esto significa que, si MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, logra vender este número de predios establecidos, cubrirá todos sus costos fijos y no incurrirá en pérdidas. Cualquier venta adicional por encima de este punto contribuirá a las ganancias de la empresa.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es un indicador clave que refleja la rentabilidad potencial de la inversión inicial realizada en la empresa. Calculando la TIR, podemos determinar la eficiencia con la que MS- SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, puede generar ingresos a partir de su capital invertido en diversos escenarios. A continuación, presentamos un cálculo detallado de la TIR para dos escenarios diferentes del primer año de operaciones de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S. el mejor y el peor caso posible, ambos basados en proyecciones de ingresos, costos y gastos operativos. Este análisis proporcionará una visión clara de la capacidad de la empresa para recuperar su inversión y generar beneficios a largo plazo.

Mejor escenario posible (TIER 1)

Datos

Ingresos anuales: $576.000.000 COP

Costos y gastos anuales: $418.946.200

COP

Inversión inicial: $44.150.000 COP

Utilidad neta anual: $576.000.000 - $418.946.200 = $157.053.800 COP

Flujo de caja por año:

Año 0: -$44.150.000 (inversión

inicial)Año 1: $157.053.800 (ingresos

netos)

Cálculo de la TIR

$$0 = -Inversión\ Inicial + \frac{Ingresos\ \text{neto}}{(1+TIR)^1}$$

$$0 = -44.150.000 + \frac{157.053.800}{(1+TIR)^1}$$

$$TIR = \frac{157.053.800}{44.150.000} - 1 = 2\ ,55\%$$

Peor escenario posible (TIER 5)

Datos

Ingresos anuales: $504.000.000 COP

Costos y gastos anuales: $418.946.200

COP

Inversión inicial: $44.150.000 COP

Utilidad neta anual: $504.000.000 - $418.946.200 = $85.053.800 COP

Flujo de caja por año

Año 0: -$44.150.000 (inversión inicial)

Año 1: $85.053.800 (ingresos netos)

Cálculo de la TIR

$$0 = -Inversión\ Inicial + \frac{Ingreso\ neto}{(1 + TIR)^1}$$

$$0 = -44.150.000 + \frac{85.053.800}{(1 + TIR)^1}$$

$$TIR = \frac{85.053.800}{44.150.000} - 1 = 0{,}92\ \%$$

Retorno Sobre La Inversión (ROI)

Este indicador financiero permite medir la eficiencia de la inversión inicial y proyectar los beneficios económicos que se esperan obtener. A continuación, se presentan los cálculos del ROI en dos escenarios posibles para el primer año de operaciones: el mejor escenario y el peor escenario. Estos cálculos proporcionan una visión clara de la rentabilidad potencial de MS- SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, ofreciendo una

base sólida para la toma de decisiones estratégicas y financieras.

Para calcular el Retorno sobre la Inversión (ROI) DE MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, utilizaremos la siguiente fórmula:

$$\text{ROI} = \frac{\textit{Beneficio Neto)}\ \text{X}\ 100}{\textit{Inversión Inicial}}$$

Mejor escenario

Ingresos anuales: $576.000.000 COP

Costos y gastos anuales: $418.946.200

COP Utilidad neta anual: $157.053.800

COP Inversión inicial: $44.150.000 COP

$$ROI = \left(\frac{157.053.800}{44.150.\ 000}\right. \times 100 = 355{,}22\ \%$$

Peor escenario

Ingresos anuales: $504.000.000 COP

Costos y gastos anuales: $418.946.200

COP

Utilidad neta anual: $ 85.053.800 COP

Inversión inicial: $44.150.000 COP

$$ROI = \frac{85.053.800}{44.150.000} X\ 100 = 192{,}64\ \%$$

Análisis De Factibilidad

Viabilidad Económica

La viabilidad económica de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, se evalúa mediante un análisis exhaustivo de sus proyecciones financieras para el primer año de operación. Utilizando una Tasa Representativa del Mercado (TRM) de $4.030.60 COP/USD al 26 de agosto de 2024, se proyectan dos escenarios: uno optimista y otro pesimista. En el escenario optimista, se prevén ingresos anuales de: $576.000.000 COP con una utilidad neta anual de $157.053.800 COP. En el escenario pesimista, los ingresos anuales son $504.000.000 COP con una utilidad neta de $85.053.800 COP. Estas proyecciones indican que, incluso en el peor de los casos, MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, generaría una rentabilidad significativa, demostrando una viabilidad económica robusta.

El punto de equilibrio anual se calcula en aproximadamente 48 ventas de propiedades por

valor de $260.400.000 C/U, equivalente ingresos de $374.976.000 COP.

Esto significa que Ms-soluciones inmobiliarias, necesita vender al menos esta cantidad de predios para cubrir todos sus costos fijos, lo que es viable según las proyecciones de ventas. Y para esto cada vendedor de los 4 colaboradores, debe vender al menos una propiedad al mes por valor de $260.000.000 COP.

Viabilidad Financiero

Para evaluar la viabilidad financiera de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, se han calculado indicadores clave como el Retorno sobre la Inversión (ROI) y la Tasa Interna de Retorno (TIR). El ROI en el mejor escenario es del 355,22%, mientras que en el peor escenario es del 192,64%. Estos valores reflejan una alta rentabilidad respecto a la inversión inicial de $44.150.000 COP.

Además, los cálculos de la TIR para ambos escenarios indican que la empresa no solo recuperaría su inversión inicial rápidamente, sino que también generaría rendimientos significativos a lo largo del tiempo. En el mejor escenario, la TIR es de 2,55%, lo cual supera ampliamente la tasa de descuento estándar y sugiere que la empresa es financieramente viable y capaz de generar retornos atractivos. En el peor escenario, la TIR es de 0,92%, aún superior a la tasa de descuento mínima, indicando que la inversión sigue siendo financieramente viable.

La combinación de un alto ROI y una TIR favorable refuerzan la solidez financiera de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S.

Viabilidad Operacional

La viabilidad operacional de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, se basa en su capacidad para alcanzar metas de ventas y controlar costos y gastos. Con una meta mensual de ventas de 4 propiedades de $400.000.000 c/u, y una proyección anual de 48 ventas, la empresa está bien posicionada para cumplir sus metas proyectadas.

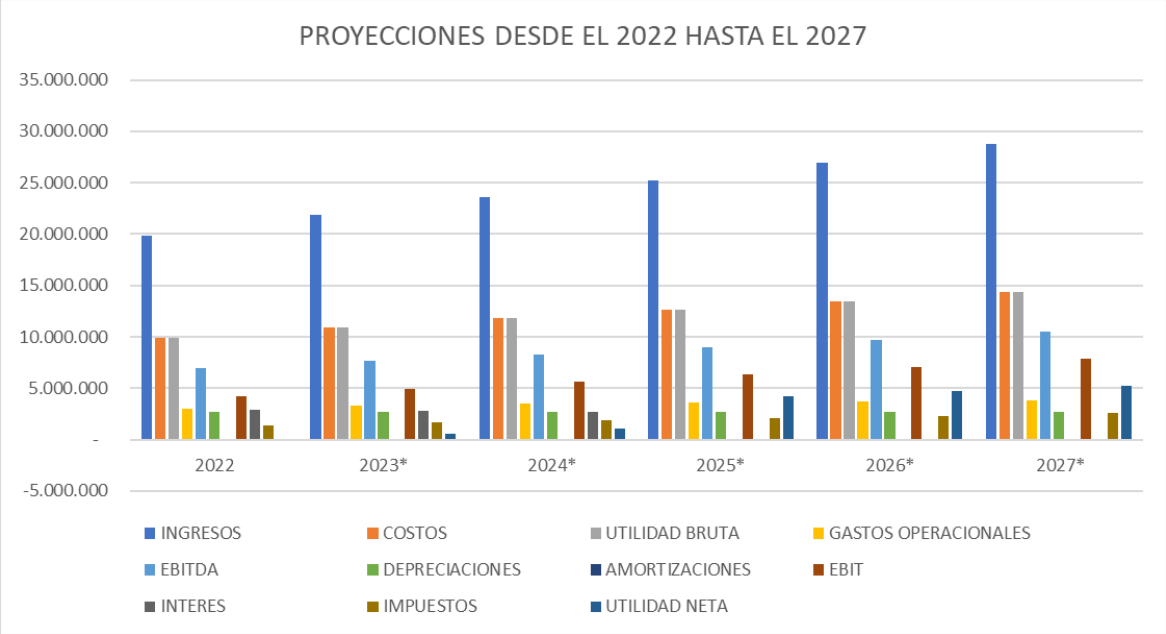
Para asegurar esta viabilidad, la gestión eficiente de recursos humanos y tecnológicos es crucial. Las proyecciones indican que MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, puede alcanzar y superar su meta de ventas anual, lo que sugiere una alta viabilidad operativa.

Además, la inversión inicial de $44.150.000 COP en equipos, software, mobiliario y constitución de la empresa proporciona una base sólida para el inicio de operaciones. Esta inversión inicial es complementada por una estructura de costos y gastos anual estimada en $374.796.200 COP, que incluye nómina, marketing, operación, capacitación y gastos administrativos. Es decir que, los costos y gastos asociados al primer año de operación de MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, totalizan $418.946.200 COP,

Finalmente, con ingresos proyectados entre $504.000.000 COP y $576.000.000 COP anuales, la empresa puede generar una utilidad neta significativa. Esto asegura que MS-SOLUCIONES INMOBILIARIAS S.A.S, puede operar eficientemente, cumplir con sus compromisos financieros y mantener su rentabilidad operativa, garantizando su viabilidad a largo plazo.

9.3 PROYECCIONES DE CRECIMIENTO ECONÓMICO

Figura 13. Proyecciones desde 2022-2027



Fuente: Autoría propia.

10. Conclusiones

En este trabajo de grado podemos concluir, que el proyecto de creación de la Empresa MS-SOLUCIONES INMOBILIARIA S.A.S, en la ciudad de Santiago de Cali (Colombia), es viable en materia de inversión y desarrollo. Ya que todos los indicadores financieros muestran una sólida evolución y crecimiento económico de este sector a nivel nacional.

Adicionalmente este sector está en constante crecimiento, debido a la demanda por el aumento acelerado de la población y el déficit habitacional, lo que permite entrar a competir en el mercado con valor agregado y valor diferencial en cuanto al mercado ya existente.

Y por último para ser una empresa productiva y competitiva en el mercado, se debe llevar a cabalidad el plan de negocios estipulado, el estado de resultados, el conocimiento del mercado y se debe contar con una cultura organizacional y el compromiso de los colaboradores, que permitan poder ejecutar los planes y procesos plasmados por la organización.

11. Referencias Bibliográficas

AGUILERA, Ucle D. El valor económico del medio ambiente. En: *ecosistemas 15 (2) 2006*, p. 66-71.

ALIZO, María; GRATEROL, Angela; HERNÁNDEZ, René y AÑEZ, Sileni. Emprendimiento emergente y estrategias gerenciales para lograr el éxito en el mercado. Universidad del Zulia. Facultad de Ciencias Económicas y Sociales; 2007, p. 134

ANZOLA, Servulo. De la idea a tu empresa : una guía para emprendedores. México Noriega editores; 1998

Análisis del mercado inmobiliario en Colombia en 2024 [en línea] dispobible en: https://llegueacasa.com/analisis-del-mercado-inmobiliario-en-colombia-en-2024/

ARCA INMOBILIARIA. Geomarketing: Qué es y cómo te ayuda en tu negocio - Arca Inmobiliaria. (s. f.). https://inmobiliariaarca.com/que-es-el-geomarketing/

BENEFICIOS Y RIESGOS DE COMPRAR VIVIENDA EN ETAPA DE PREVENTA [BLOG]. Ciencuadras/blog. Julio de 2023. [Consultado: 15 de marzo de 2024]. Disponible en: https://www.ciencuadras.com/blog/guia-para-comprar-vivienda/ventajas-de-comprar-proyectos-inmobiliarios-en-preventa

CAMACOL. 2022. Proyección sectorial: PIB edificador 2023. [En línea] 20 de diciembre de 2022. Disponible en: https://camacol.co/sites/default/files/descargables/Informe%20Econ%C3%B3mico%20115

CAMACOL. Informe De Actividad Edificadora Mayo de 2024. [En línea]. Bogotá. Jefatura de Estudios Económicos y de Información Estratégica.2024. p, 1-61 [consultado: 24 de abril de 2024]. Disponible en: https://camacol.co/sites/default/files/descargables/IAE%20Mayo_0.pdf

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. DECRETO 1420 DE 1998 (24 de julio de 1998). Por el cual se reglamentan parcialmente el artículo 37 de la Ley 9 de 1989, el artículo 27 del Decreto-ley 2150 de 1995, los artículos 56, 61, 62, 67, 75, 76, 77, 80, 82, 84 y 87 de la Ley 388 de 1997 y, el artículo 11 del Decreto-ley 151 de 1998, que hacen referencia al tema de avalúos. Bogotá. D.C., 1998. Diario Oficial No. 43.349

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 675 DE 2001. (4 de agosto de 2001) Por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal. Bogotá. D.C., 2001. Diario Oficial No. 44.509

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 820 (julio 10 de 2003) por la cual se expide el régimen de arrendamiento de vivienda urbana y se dictan otras disposiciones. Bogotá, D.C 2003. No 45244

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. LEY 1673 DE 2013. (19 de julio de 2013) Por la cual se reglamenta la actividad del avaluador y se dictan otras disposiciones.. Bogotá. D.C., 2013. Diario Oficial No. 48856

COLOMBIA. MINISTERIO DE VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO. DECRETO 1077 (26 de Mayo de 2015) "Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio." Bogotá, D.C., 2015

COLOMBIA. MINISTERIO DE HACIENDA. Plan financiero 2024 (1 de febrero de 2024). Bogotá, D.C., 2024

COLOMBIA. MINISTERIO DE VIVIENDA, CIUDAD Y TERRITORIO. Resolución 0417. (19 de junio de 2024). Por medio del cual se designa al representante del sector inmobiliario nacional

en el Concejo superior de vivienda. Bogotá, D.C., 2024

Conoce el impacto de la tecnología en el sector de los bienes raíces [Blog]. Edifica. 15 de agosto de 2023 [consultado: abril de 2024] disponible en: https://edifica.com.pe/blog/impacto-tecnologia-bienes raices/#:~:text=La%20tecnolog%C3%ADa%20ha%20simplificado%20el,la%20necesidad%20de%20reuniones%20f%C3%ADsicas.

CRIOLLO-VIVAS, L. J. (2018). Diseño de un modelo de negocio inmobiliario con asesorías estructurales y adecuación de espacios interiores en Bogotá. Repositorio Institucional Universidad Católica de Colombia - RIUCaC. https://repository.ucatolica.edu.co/entities/publication/e4f1698d-0fb3-4d9a-8da2-b90c539950d6

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Estadísticas Vitales (nacimientos y defunciones) [En línea]. Santafé de Bogotá: DANE, 21 de junio de 2024.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Vivienda VIS y NO VIS. [En línea]. Santafé de Bogotá: DANE, 2024. Información I trimestre 2024

DINERO 2005. Giro en el negocio inmobiliario. DINERO. 08 de 05 de 2005. Disponible en: https://www.semana.com/giro-negocio-inmobiliario/28963/ ISSN 2745-2794

Evolución del Mercado Inmobiliario en Colombia 2023 [blog] WASI. 2 de mayo de 2023 [consultado 24 de febrero de 2024]. Disponible en: https://www.linkedin.com/pulse/evoluci%C3%B3n-del-mercado-inmobiliario-en-colombia-2023-wasi/

FEDERACIÓN COLOMBIANA DE LONJAS DE PROPIEDAD RAÍZ. Más del 30 % de colombianos viven en arriendo [En línea]. Metro cuadrado. 12 de abril de 2024. [Citado en mayo

de 2024]. Disponible en: https://www.metrocuadrado.com/noticias/content/mas-del-30-de-colombianos-viven-en-arriendo-2657/

FLEITMAN, Jack. Cómo elaborar un plan de negocios. En: comerciohispano.com 2000. Disponible en: https://www.unipamplona.edu.co/unipamplona/portalIG/home_4/mod_virtuales/modulo5/5.3.pdf

GALEANO Paula Andrea. Alza de 1,4 % en mayo en costos de edificaciones. En: *El Tiempo*. (En línea). 01 de julio 2022. Disponible en: https://www.eltiempo.com/economia/sectores/costos-de-construccion-aumento-en-2022-683928

KOTLER, Philip y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Marketing. decimoprimera edición. Pearson educación, México, 2013. Disponible en: https://frrq.cvg.utn.edu.ar/pluginfile.php/14584/mod_resource/content/1/Fundamentos%20del%20Marketing-Kotler.pdf

KUCZMARSKI. "Innovación". Edit. McGraw Hill. Colombia; 1997

LONJA DE PROPIEDAD RAIZ, Avaluadores y constructores de Colombia. 2016. Lonja de Colombia. Lonja de Colombia. [En línea] Lonja de Colombia, 12 de 2016. Disponible en: http://lonjadecolombia.com/wp-content/uploads/2016/12/Brochure-Afiliacion-a-GI-2017.pdf.

MACÍAS PORTILLO Daniela. Catastro realizó el análisis comparativo del mercado inmobiliario en Cali. En: Alcaldía de Santiago de Cali (23 de diciembre: Cali, Colombia)

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE. (s. f.). UNDP. https://www.undp.org/es/sustainabledevelopmentgoals?gclid=CjwKCAjwgsqoBhBNEiwAwe5w0yQ2UlqLmdDCY6WlOyJ98gLJ0SPNDijHaPSLVMF_ANH5DpfV9flbRoCXMIQAvD_BwE

PRIDE, W y FERRELL, O. Marketing. Decisiones y Conceptos Básicos. Editorial Interamericana. México, 1990.

Propiedades de lujo a la venta en Soto grande por Noll Soto grande. (2024, 8 enero). Inmobiliaria Noll & Partners Soto grande. https://www.noll-sotogrande.com/es

SOTELO ARIZA Ana. Análisis del mercado inmobiliario en Cali [blog] Pubs R por RStudio. 19 de febrero de 2024. [consultado: 5 de mayo de 2024]. Disponible en: https://rpubs.com/anasoteloariza/1151128

UNIR, V. (2023, 24 octubre). El análisis del entorno de una empresa y su importancia. *UNIR*. https://www.unir.net/marketing-comunicacion/revista/analisis-del-entorno-empresa/

VERDES. Cuidado del medio ambiente: una oportunidad para la industria inmobiliaria[en línea] las empresas verdes. (21 de octubre 2021). [consultado 28 de marzo de 2024]. Disponible en: https://lasempresasverdes.com/cuidado-del-medio-ambiente-una-oportunidad-para-la-industria-inmobiliaria/

VIVENDO.CO | Proyectos de vivienda de casas y apartamentos nuevos en Colombia. (s. f.). Vivendo.co. https://www.vivendo.co/