



Pontificia Universidad
JAVERIANA
Cali

**DESARROLLO DE UNA GUÍA DE APOYO PARA LA DECISIÓN DE INVERSIÓN
EN FINCA RAÍZ: ESTUDIO DE CASO VIVIENDA USADA COMO OPORTUNIDAD
DE NEGOCIO EN SANTIAGO DE CALI**

Programa de Maestría en Ingeniería Civil

Presentado por:

TREISSY VANESSA MOSQUERA GONGORA

Director:

ING. JORGE ENRIQUE ÁLVAREZ

Pontificia Universidad
Javeriana Cali Facultad
de Ingeniería y Ciencias

2025

Tabla De Contenido

1.	Aspectos Generales del Proyecto.....	6
1.1.	Definición del Problema de Investigación.....	7
1.2.	Planteamiento del problema.....	7
1.3.	Alcance del trabajo de grado.....	11
1.4.	Objetivos Del Proyecto	14
1.5.	Justificación del Trabajo de Grado	16
2.	Marco de Referencia	18
3.	Metodología de la Investigación.....	22
3.1.	Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 1	22
3.2.	Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 2	23
3.3.	Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 3	23
4.	Análisis de Mercado	24
4.1.	Aspectos Metodológicos.....	24
4.2.	Análisis del Entorno.....	30
4.3.	Caracterización del Mercado	38
4.4.	Resultado de las Entrevistas.....	48
5.	Determinación de los Factores Claves en la rentabilidad de los proyectos inmobiliarios	51
6.	Guía de apoyo para la decisión de inversión en finca raíz.....	55

7	Conclusiones y Recomendaciones	66
8	Referencias Bibliográficas	68

Lista de Tablas

Tabla 1	8
Tabla 2	26
Tabla 3	27
Tabla 4	27
Tabla 5	48
Tabla 6	52
Tabla 7	53
Tabla 8	55
Tabla 9	59
Tabla 10	60
Tabla 11	63
Tabla 12	75

Lista de Ilustraciones

Ilustración 1	38
Ilustración 2	39
Ilustración 3	40
Ilustración 4	40
Ilustración 5	41
Ilustración 6	42
Ilustración 7	43

Ilustración 8.....	43
Ilustración 9.....	44
Ilustración 10.....	45
Ilustración 11	45
Ilustración 12.....	46
Ilustración 13.....	47

1. Aspectos Generales del Proyecto

Según el Censo de 2005 en Colombia se ha visto la disminución de personas por familia encontrándose que para el 2010 el promedio de personas por hogar era de 3,9 (DANE, 2010) frente a los datos registrados en el 2018 donde este número desciende a 3,1 personas por hogar en promedio (DANE, 2018). Esta realidad deja ver que, al estar conformadas las familias por menos personas, va a aumentar la necesidad de hogar para estas nuevas familias, cada vez más pequeñas.

Este documento bajo la modalidad de estudio de caso de vivienda usada como oportunidad de negocio, bien sea para el propietario o para una firma constructora que adquiriera el inmueble, busca proponer una guía para la decisión de inversión en finca raíz aplicable a la toma de decisiones referentes a la adquisición de vivienda usada y su correspondiente valoración económica para remodelación y posterior venta.

Las viviendas usadas que hoy se encuentran en el mercado se caracterizan por conservar el diseño de los propietarios, generando una oportunidad de negocio en inversión de remodelación con estrategias en el diseño interior y optimización de materiales que hagan de esta una vivienda agradable y atractiva logrando valorizarla. La razón de ser de las actividades de mejora es obtener impacto en el inmueble, aunque lo ideal es que estas remodelaciones sean mínimas como: retocar pintura, mejorar la iluminación, cambiar puertas y ventanas, también implementando objetos que disminuyan efectos negativos en el medio ambiente; también es

importante el momento de selección del inmueble para inversión, con necesidades de intervenciones mayores ya que estas pueden ser complejas e implican mayor inversión.

El fin último de la oportunidad de negocio que se plantea es lograr una ganancia al comprar una vivienda a precio de oportunidad, remodelar estratégicamente, logrando la valorización, y luego vender. Por eso es necesario desarrollar una guía que apoye el análisis de la información considerando el mercado y las variables que influyen en la toma de decisión de inversión en una vivienda para su compra, remodelación y futura venta.

1.1. Definición del Problema de Investigación

A continuación, se presenta la definición del problema de investigación, seguido por la pregunta y finalmente el alcance.

1.2. Planteamiento del problema

En Colombia existe un mercado de vivienda, para una población con ingresos medios que buscan calidad de vida sin gastos exagerados. Muchas constructoras se han enfocado en viviendas de alto costo o en proyectos que aplican a los subsidios de vivienda. Pero hay una población de ingresos medios en búsqueda de mejorar su calidad de vida y es ahí donde se ve una oportunidad de negocio, de desarrollar una guía que ayude a la toma de decisiones sobre proyectos de inversión que impliquen la compra, remodelación y venta de viviendas, donde se analicen los aspectos positivos y negativos del mercado, las variables más relevantes que pueda determinar la posibilidad de inversión.

Actualmente se tienen precios elevados para las viviendas nuevas y en la vivienda usada existe una diferencia de precios en inmuebles con características similares en una misma zona. Gran parte de las empresas que se dedican a la venta de inmuebles, son inmobiliarias y esto las hace

intermediarias a la hora de vender, por lo que el cliente interesado en la compra la mayoría de las veces no interactúa con el dueño directo, por lo tanto, se percibe esa distancia entre vendedor y cliente. Otro motivo de oportunidad es que la mayoría de las viviendas usadas en venta, conservan los diseños y distribución que seleccionaron sus dueños para sus necesidades, lo que ocasiona que clientes no se sientan identificados o cercanos al momento de tomar la decisión de elegir su hogar. Sumadas estas situaciones se encuentra una posible oportunidad de negocio, que contemple, aplique y proponga una solución.

Las ventas de vivienda en Colombia para el primer trimestre de 2024 son las más bajas en los últimos 15 años, según lo expone la Cámara Colombiana de Construcción (Camacol), en los primeros tres meses del año las ventas de vivienda registraron una contracción del -17.7% en comparación con el mismo periodo de 2023, con un total de 32.017 unidades de vivienda vendidas; además, es el desempeño más bajo en un primer trimestre en los últimos 15 años que se suma a los malos desempeños de los lanzamientos -34% y las iniciaciones -26.7% (DANE, 2024). En la siguiente tabla, se exponen los resultados de ventas de vivienda en el primer trimestre de 2024 en comparación con las ventas en el mismo periodo de 2023.

Tabla 1

Ventas de vivienda en Colombia I trimestre vs 2023

Cuenta	2023	2024	Variación
VIP	935	1155	65,40%
VIS	7086	4967	-14,70%
No VIS	3558	2600	-49,00%
Total	11579	8722	-20,10%

Nota: Elaboración Propia, (2024). Adaptado de Becerra (2024).

Las cifras expuestas en la tabla anterior permiten establecer que el sector de vivienda sigue sin mejorar el comportamiento, a primer y parte del segundo trimestre de 2024 reflejando que se han vendido en promedio 50000 viviendas menos que en el mismo periodo de 2023; es decir, que entre enero y marzo las ventas de vivienda reportaron una contracción acumulada del 17%. Al hacer la conversión en dinero se logra identificar que el segmento de venta de vivienda ha dejado de generar alrededor de \$2 billones de pesos a primer trimestre de 2024, debido a que en 2023 se reportaron ingresos por \$17.35 billones frente a los \$15.46 billones de ventas a 2024 Becerra, (2024).

Otra potencial ventaja dentro del negocio es saber elegir las zonas donde se va a realizar la inversión, seleccionar y determinar márgenes de precios para considerar estos como una oportunidad. Es necesario establecer las estrategias, definir la población a la que se va a dirigir la empresa con el apoyo con un análisis de mercado y en cuanto a la remodelación buscar alternativas no costosas y sostenibles. Renovar los espacios interiores con objetos que, además de ser útiles y atractivos, buscan reducir los impactos negativos sobre el medio ambiente, la salud y el bienestar de las personas es una de las principales premisas del diseño sostenible, el mismo que ha llegado a Colombia para darle un giro al mercado y establecerse con propuestas cercanas y sofisticadas. Portafolio, (2023).

Si bien el comportamiento del mercado de viviendas en Colombia presenta tendencias decrecientes en la comercialización de inmuebles, es importante resaltar que Cali presenta un escenario positivo al ser la primera región del país con mayores ventas de vivienda, determinando que para los primeros 6 meses de 2023 la comercialización de estas unidades fue de 3467; de las cuales el 62% fueron viviendas de interés social Higuera, (2023). Esta tendencia en Cali es la

respuesta de que la ciudad es una importante receptora de demanda habitacional del país, gracias al fortalecimiento del programa Mi Casa Ya con un incremento del 50% en la comercialización, posicionándose como una primera región de Colombia con mayor número de ventas de interés social Higuera, (2023).

Al analizar los precios y comportamiento de venta de viviendas se determina que la adquisición de vivienda nueva en Colombia ha disminuido en -36.60% y de apartamento en -15.39% al hacer el comparativo frente a 2023; así mismo, los precios de vivienda usada en el tipo de vivienda de casa han aumentado en su precio de comercialización del 4.62% y de apartamentos en presentó un aumento del 5.14% cifras comparadas frente a 2023 y que se evidencian en la siguiente figura:

Figura 1

Ventas de vivienda en Colombia I trimestre 2024 vs 2023



Nota: Vargas (2024, p.1)

Dicho comportamiento de los precios tiene como principal causa la reducción de las ventas de vivienda nueva, aumento de la construcción de viviendas y la reducción en las tasas de interés;

esto se ve materializado en la recuperación del poder de compra de los hogares lo que genera una demanda de viviendas usadas lo que induce a que las unidades nuevas deban reducir su precio de comercialización. Otra razón, que ha impulsado los precios para la vivienda usada se debe a la poca disponibilidad; es así como a cierre del primer trimestre hubo una disminución en la oferta de inmuebles en las principales ciudades de Colombia, incluyendo Cali pasando de una disponibilidad de unidades residenciales del 25.95% al 15.06% impactando los precios de comercialización (Vargas, 2024).

Por esta razón es necesario establecer una guía que sirva de apoyo para la toma de decisiones referentes a la adquisición de bienes inmuebles.

Pregunta de investigación

¿Qué componentes debe incluir una guía para acertada inversión en finca raíz del usado como oportunidad de negocio para la ciudad de Cali?

1.3. Alcance del trabajo de grado

En este proyecto se espera que exista la posibilidad de mostrar un análisis, a través de una herramienta, de la información necesaria para la toma de decisión de inversión en una vivienda para su compra, remodelación y venta, también se pretende realizar consultas y entrevistas a profesionales dedicados en la distribución de materiales, profesionales y/o empresas que se dediquen a la remodelación de inmuebles, con el fin de seleccionar las variables de mayor influencia para la compra, remodelación, y venta de vivienda. Adicional se realizarán las validaciones respectivas que consideren los aspectos del entorno para continuar, con la elaboración de la guía para el análisis de la información, la cual se espera que apoye la decisión de inversión en una vivienda en la ciudad de Cali. La audiencia de este proyecto se enfoca en personas naturales y jurídicas dedicadas a la compra, remodelación y venta de inmuebles, las cuales

puedan utilizar una herramienta para el análisis de la información de los proyectos y decidir sobre su viabilidad.

Una descripción preliminar del funcionamiento de la guía de apoyo sería la siguiente: se definen las variables de entrada al sistema, entre estas podemos tener el estado actual del inmueble, la ubicación, el porcentaje de deterioro del inmueble, la funcionalidad de la estructura, el número de divisiones, entre otras. Una vez se listen estas variables, pasan a ser seleccionadas y clasificadas según su influencia para las intervenciones futuras a realizar en el inmueble. Luego se realiza un análisis de las obras a ejecutar y márgenes de ganancia según proyección de precio de venta. Y por último se arrojan resultados los cuales sirven como apoyo para la toma de decisión de inversión en la vivienda analizada.

Así mismo, se establece que los resultados esperados se orientan al logro de indicadores y variables como lo es la demanda de viviendas vendidas por tipologías como lo son apartamentos y casas, determinar los rangos de precios que permitan identificar la tasa de absorción de las viviendas nuevas y usadas. Así mismo, se espera realizar un análisis del crecimiento de construcción de viviendas y el desarrollo poblacional que permita establecer una tendencia de crecimiento del segmento de viviendas.

Otro resultado que puede arrojar el estudio corresponde con el estado actual de la vivienda respecto al estado físico para establecer la variabilidad en la demanda de la vivienda nueva y usadas; además, puede determinarse potenciales de valoración para aumentar los valores de la propiedad con las remodelaciones, determinando una prospectiva de la compraventa y remodelación de las unidades de vivienda en la ciudad de Cali. Finalmente, se espera que la ejecución del proyecto arroje indicadores de rentabilidad como lo es el Valor presente neto (VPN), Tasa Interna de Retorno (TIR), tiempo de recuperación, margen de utilidad bruta, retorno sobre la

inversión (ROI), que se enfoquen en la toma de decisión de los usuarios en la intención de comprar, vender o remodelar.

1.4.Objetivos Del Proyecto

Objetivo general

Desarrollar una guía de apoyo para la decisión de inversión en finca raíz: estudio de caso vivienda usada como oportunidad de negocio en Santiago de Cali.

Objetivos específicos

El objetivo general se pretende alcanzar cuando se desarrollen los siguientes objetivos específicos:

- Determinar las necesidades del público objetivo en la ciudad de Cali y las condiciones actuales de la oferta y demanda de proyectos de vivienda, a través de un análisis de mercado.
- Identificar los factores clave que influyen en la rentabilidad de proyectos inmobiliarios en Cali que apoye la toma de decisión para invertir en proyectos de vivienda para su compra, remodelación y futura venta.
- Estructurar una guía de apoyo para decidir acerca de la compra, remodelación y venta de un proyecto de vivienda.

Resultados esperados

En este estudio de caso se tiene como perspectiva el desarrollo de una guía que permita apoyar la decisión de compra, remodelación y venta de proyectos de vivienda para una empresa en la ciudad de Cali. Así mismo, se espera obtener información acerca del análisis de mercado, también analizar y cuantificar variables que influyen en la toma de esta decisión. De forma análoga se pretende obtener:

Resultado 1.

Un análisis centrado en la oferta y demanda de viviendas en la ciudad de Cali, el cual muestre las cifras obtenidas en el análisis de mercado y con esta información permita saber la población a la que se va a dirigir.

Resultado 2.

El listado de las variables seleccionadas e identificadas, este listado estará compuesto por las variables más relevantes a la hora de tomar la decisión de inversión de compra en una vivienda para su remodelación y venta.

Resultado 3.

Una guía que apoye la toma de decisiones referente a la adquisición de vivienda usada como oportunidad de negocio.

1.5. Justificación del Trabajo de Grado

Los aumentos de los precios de los materiales de construcción y el alto costo de los créditos a los empresarios han sido dos factores clave que han influido en el declive de los lanzamientos de vivienda desde finales del año 2022 y que para febrero de 2023 registró una caída anual de 64,4% al lanzar 6.746 unidades de vivienda, una tercera parte de las viviendas lanzadas en el mismo periodo del año anterior. Estos valores históricamente bajos superan en magnitud a la caída del 2020 debido a la pandemia por el Covid-19. Camacol, (2023).

Todos estos factores hacen que los valores de la vivienda nueva tengan un área pequeña con un costo elevado, lo que ocasiona que se pague más por un espacio pequeño, logrando que los apartamentos nuevos tengan un área muy pequeña a un costo muy elevado. Esto implica que las personas interesadas en comprar vivienda nueva cada vez paguen más por vivir en espacios más pequeños.

El Índice de precios de la vivienda nueva –IPVN- registró una variación de 3,05% en el segundo trimestre de 2023, en comparación con el primer trimestre de 2023. Esta tasa es superior en 0,66 puntos porcentuales a la registrada en el mismo trimestre del año anterior, cuando presentó un crecimiento de 2,39%. DANE, (2023), con lo que se puede concluir que comprar vivienda nueva cada vez es más costoso.

La gente en general está comprando vivienda usada porque el precio del metro cuadrado es mucho más económico que el de la vivienda nueva, y la tendencia es comprar para remodelar, sobre todo en el estrato cuatro, cinco y seis. No obstante, hay que tener en cuenta que en este caso hay que tener el dinero para la inversión, y también el dinero para remodelar. El tiempo, (2020).

Por eso vemos que da espacio a plantear la posibilidad de comprar viviendas usadas y remodelar su interior, dando percepción de espacios nuevos en su interior, con un precio por debajo al de la vivienda nueva con características similares. Y para esto es necesario identificar las variables más relevantes a la hora de tomar la decisión de inversión de compra en una vivienda para su remodelación y venta, estas servirán como insumo de entrada para el desarrollo de una guía que pueda apoyar la toma de decisión de inversión.

Para una empresa de ingeniería dedicada a la compra, remodelación y venta de vivienda sería de mucha utilidad contar con una herramienta que le permita conocer el sector y su público objetivo, analizar de las intervenciones a realizar, definir márgenes de ganancia según proyección de precio de venta y le arroje resultados los cuales sirven como apoyo para la toma de una decisión de inversión. Así mismo, esta guía puede ser usada por personas naturales que deseen incursionar en la construcción.

2. Marco de Referencia

El marco de referencia está organizado en una revisión detallada del problema que se pretende dar solución.

Estado del Arte

De acuerdo con la literatura técnica, a continuación, se menciona la bibliografía más relevante encontrada para elaborar este trabajo de grado:

- Gutiérrez, (2021) en su proyecto de grado realiza un Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios especializada en pintura y remodelaciones en Bogotá. Desarrolla un plan de negocios, bajo lineamientos desarrollando siete estudios (estudio de mercado, comercial técnico, económico, y financiero, ambiental, y administrativo) para conseguir suficiente información para el alcance y puesta en marcha del proyecto. Utilizando el modelo matricial CANVA, identifica la propuesta de valor: Tranquilidad y seguridad en la contratación de un servicio de diseño personalizado y de acabados para el hogar, con procesos estandarizados e innovación tecnológica en el servicio. Este trabajo de grado fue de gran ayuda para el desarrollo de la metodología.

- “Creación de empresa de construcción enfocada en la remodelación de espacios versátiles” Muñoz et al., (2023). Es un proyecto gestor de espacios, donde se aprovechan cada m² de los espacios a remodelar, adaptándose a cada una de las necesidades de sus clientes. Mejora de espacio pequeños, aprovechando su distribución e implementando mobiliario versátil. Como propuesta de valor tiene conocer las preferencias de sus clientes, a través de sus gustos e intereses y así poder seleccionar la mejor alternativa para habitar un espacio, diseño y

construcción de espacios transformables. Se utilizó este proyecto como base de referencia de las variables que se plantearan en el objetivo específico 2.

- El trabajo de grado, Creación de empresa constructora enfocada en la remodelación rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos y/o usados. Carrillo, (2020), surge a raíz de la informalidad de la prestación de servicios de remodelaciones en inmuebles en el que se quiere mejorar la calidad de servicio, el plan está dirigido a propietarios antiguos o a futuros que quieran modificar la vivienda. En este trabajo se determina la viabilidad del negocio realizando estudio de mercado, operativo, organizacional y financiero. Este trabajo de grado aportó su marco de referencia y metodología para profundizar el tema tratado en este proyecto.

- La propuesta de la Creación de empresa de remodelación de vivienda en Bogotá. Padilla et al., (2016) plantea crear una empresa la cual prestaría servicios de remodelación de viviendas usadas en Bogotá con un presupuesto de aproximado de 30.000.000 de pesos en tan solo 3 meses, en donde plantean problemas sobre la poca inversión en finca raíz y el alza de los precios en inmobiliarios nuevos de Bogotá, junto con estrategias de investigación descriptiva y técnicas de gerencia desarrollado en la correspondiente especialización.

- Manual de procedimientos para la compra, remodelación y venta de inmuebles, con aplicación de casos prácticos. Tlacuilo, (2021). Es un proyecto en el que se documenta la simplificación de rutas de aprendizaje. Es un manual que estandariza los procedimientos en el área administrativa para la actividad de compra- remodelación-venta de casas. Escrito en México en donde se aplica el manual para dos casos prácticos.

- En la entrevista. Portafolio, (2023), realizada a la creadora de la empresa Vividero, se cuenta sobre la plataforma de remodelaciones desarrollada en la que los clientes tienen la

posibilidad de remodelar su inmueble antes de pagarlo, dan opciones de diseños y con base al ingreso de las áreas de la vivienda, esta plataforma entrega un precio por el total de la remodelación, también presenta la opción de la cotización incluyendo el mobiliario y electrodomésticos, actualmente están operando en Medellín. Esta entrevista complementa el planteamiento del problema en este proyecto.

- El trabajo de grado. Arango, (2017) se desarrolla un plan de negocio de compra, diseño, remodelación y venta de apartamentos usados, donde el negocio consiste en comprar apartamentos usados en la Comuna 14 “El Poblado” en situaciones de oportunidad, los cuales tengan un valor inferior al del mercado. Una vez comprado el apartamento proceden a remodelarlos interiormente con la finalidad de dejar un apartamento totalmente nuevo en su interior, esto implica incurrir en diseño de interiores, buscar crear espacios con la mejor calidad de materiales y con la mejor distribución de espacios dependiendo de la conveniencia de cada uno de ellos, esto con la finalidad de responder al consumidor con la mejor propuesta posible la cual sea inferior en precio a una vivienda nueva.

- En su práctica empresarial. Trujillo, (2021), plantea una propuesta de marketing para la empresa Ingecon; que por ser microempresa se encuentra en desventaja por la competencia frente a otras mejor posicionadas, la presencia aun no es la deseada, no cuenta con canales de comunicación y tampoco de promoción; por lo que desarrollar el área de marketing ayudaría a mitigar estas falencias. Uno de los objetivos es que la empresa logre definir una oferta de valor clara que impacte positivamente en su mercado objetivo; que sirva como una herramienta más para la toma de decisiones que se delimitará a través de una segmentación de mercado.

- Torres, (2021), en su trabajo de grado, realiza un estudio de factibilidad con el fin de buscar la viabilidad económica, en la creación de una empresa dedicada a la prestación de

servicios locativos en mantenimiento, reparación, remodelaciones e instalación de equipos en aire acondicionado y refrigeración buscando satisfacer a las empresas contratantes. El autor para lograr sus objetivos, lleva a cabo un estudio de mercado, un estudio de la inversión para la creación de la empresa, un estudio organizacional y legal, y una evaluación financiera.

- Maurera, (2005), realiza un trabajo de investigación el cual le permite a la empresa HAEFE, tener un sistema de control financiero y de operaciones facilitándole la medición de la eficiencia operativa y el manejo de las finanzas. Evalúa todos los procesos de la empresa y desarrolla métodos de control financiero.

3. Metodología de la Investigación

A continuación, se describe la metodología de investigación utilizada durante el desarrollo del proyecto.

La metodología para el desarrollo de la guía de apoyo parte como base de los objetivos específicos, en estos se buscó lograr llevar a cabo 3 objetivos los cuales parten de un análisis de mercado, para la identificación de las necesidades de los clientes interesados en comprar los inmuebles, acompañado de la realización de entrevistas y consultas a empresas dedicadas a la venta de inmuebles y venta de materiales de construcción, el resultado de estas actividades permitió medir y evaluar cuáles son las preferencias y el potencial comercial del mercado, también establecer y cuantificar las variables de mayor influencia en el momento de tomar la decisión de invertir en una vivienda para su compra, remodelación y venta.

3.1. Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 1

La metodología de investigación se comprende en varias etapas: primero, se realizó un análisis de mercado a través de entrevistas y consultas a empresas y profesionales dedicados al campo de la construcción en el área específica de las remodelaciones y venta de inmuebles, también se tomó como guía a empresas que se dedican a la recolección de datos y cifras del sector de la construcción entre estas se encuentran CAMACOL y la Cámara de comercio de Cali. Con el fin de identificar las preferencias y el potencial comercial del mercado. Además, se utilizaron fuentes secundarias que permitieron realizar un análisis sectorial.

3.2. Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 2

Para lograr el desarrollo del objetivo específico 2, se enlistaron aquellos factores claves resultantes de el análisis de mercado, análisis de macroentorno y análisis de microentorno, posterior, se diseñó y aplicó una herramienta que permite cuantificar cada factor, para priorizar aquellos relevantes que son de insumo para el desarrollo de la guía propuesta.

3.3. Descripción de cómo se abordó el objetivo específico 3

Para lograr el desarrollo del objetivo específico 3, se estructuró una serie de pasos, que componen la guía de apoyo para la decisión de inversión en finca raíz, con base en la lista de factores claves relevantes, resultante del objetivo número 2, la guía se conformó de herramientas y estrategias que deben aplicarse por el interesado en comprar, remodelar y vender un inmueble en la ciudad de Cali.

Estas herramientas y estrategias están fundamentadas en las lecciones aprendidas durante el desarrollo de los objetivos número 1 y número 2.

4. Análisis de Mercado

4.1. Aspectos Metodológicos

En relación con el análisis de mercado, es preciso denotar que se pretenden, definir las variables de mayor influencia al momento de tomar la decisión de invertir en una vivienda para su compra, remodelación y venta, mediante la evaluación de preferencias de la demanda, entrevistas de casos de éxito y el mercado potencial. Esto se realizará, en primera instancia, definiendo un mecanismo de recopilación, seguido de un análisis del entorno interno y externo, apoyado en las metodologías de PEST y cinco fuerzas de Porter, para finalmente, concretar la caracterización del mercado de acuerdo con las características demográficas, geográficas, psicográficas y conductuales.

4.1.1. Recopilación de Datos

El análisis en desarrollo pretende abarcar la población de industrias de interés relacionadas con el sector inmobiliario de la ciudad de Santiago de Cali. Siendo así, un análisis de recopilación de datos mixta, de fuente primarias y secundarias.

Tipo de investigación

Cuantitativa y cualitativa

Métodos

- Aplicación de encuestas a población natural de la ciudad de Santiago de Cali, en búsqueda de información de preferencias en adquisición de vivienda
- Aplicación de entrevista a tres empresarios del sector en la ciudad de Cali, con la intención de recoger información de hechos reales desde la dinámica de la industria

- Finalmente, se realizará una búsqueda bibliográfica que permita establecer datos de la población a impactar (población objetivo) del presente estudio.

Fuentes Primarias

Las fuentes primarias, resultan de aquellos datos de investigación propia, según lo define, Dvonski, (2004), considerando esto, para el desarrollo del presente trabajo, se pretende definir una muestra fija a encuestar de 100 personas naturales aplicando un muestreo aleatorio estratificado y una muestra fija de 3 empresarios del sector en la ciudad de Cali a entrevistar.

Fuentes Secundarias

Las fuentes secundarias, determinan aquella información que ya ha sido transformada y recabada por segundos autores, Dvonski, (2004), considerando esto, para el trabajo en cuestión se realizará búsqueda desde las fuentes de CAMACOL, Cámara de Comercio de Cali y otras fuentes secundarias disponibles, que permitan recabar información relevante para el cumplimiento de los objetivos trazados.

4.1.2. Determinación de Muestra

Como se mencionó previamente, para el presente estudio, se pretende hacer mediante el uso de dos métodos de información primaria, como lo son la encuesta y la entrevista.

Acerca de la determinación de la muestra de la población a encuestar la Alcaldía de Cali, (s.f), define la estratificación de la ciudad, de la siguiente manera:” *El estrato Uno (1) (Bajo -Bajo), el estrato dos (2) (Bajo), el estrato tres (3) (Medio-Bajo), el estrato cuatro (4) (Medio), el estrato cinco (5) (Medio -Alto) y el estrato seis (6) (Alto)*”. (Pág. 2).

Asimismo, ésta estratificación, se distribuye poblacionalmente de la siguiente manera:

Tabla 2

Población por estrato en Santiago de Cali

Estrato	Estratificación	Población total
1	Bajo-Bajo	120101
2	Bajo	159981
3	Medio- Bajo	188652
4	Medio- Bajo	64222
5	Medio-Alto	45390
6	Alto	15907

Nota. Población por estrato en Santiago de Cali. DANE, (2022)

Sumado a lo anterior y partiendo de la premisa inicial de este trabajo, en donde se aclara que, en la actualidad, los núcleos familiares se han disminuido en los últimos años, los mismos van en tendencia a estar compuesta por dos o tres personas y teniendo en cuenta las cifras de DANE, (2022), el 18,6% de los hogares de la población caleña, está habitado por 1 persona, el 23,8%, por dos personas y el 24,8% por tres personas.

Finalmente, la metodología a utilizar para la determinación de la muestra a encuestar se caracteriza de la siguiente manera:

- Método: Muestreo aleatorio estratificado
- Objetivo: Identificar las preferencias de compra de vivienda usada en la ciudad de Santiago de Cali.

- Población: Habitantes de Cali con núcleo familiar de 1, 2 y 3 personas, interesados en adquirir vivienda, con capacidad adquisitiva para este fin.
- Estratos: 3,4,5 y 6.
- N: 100

Tabla 3

Muestreo Aleatorio Estratificado

Estrato	Estratificación	Población total	%	Encuestas para realizar
1	Bajo-Bajo	120101	20%	16
2	Bajo	159981	27%	22
3	Medio- Bajo	188652	32%	25
4	Medio- Bajo	64222	11%	9
5	Medio-Alto	45390	8%	6
6	Alto	15907	3%	2

Nota. Muestreo aleatorio estratificado. Elaboración propia, (2024).

Finalmente, de cada estratificación a encuestar se tomará el porcentaje total correspondiente a los núcleos familiares de 1, 2 y 3 personas, resultando de la siguiente forma, con base en lo previamente mencionado, corresponde al 67,2% de la población caleña, finalmente el número de muestras a recolectar resulta:

Tabla 4

Muestras con cálculo de personal por núcleo familiar

	Estratificación	Población total	%	Encuestas para realizar	1, 2 y 3 personas por núcleo familiar
--	-----------------	-----------------	---	-------------------------	---------------------------------------

1	Bajo-Bajo	120101	20%	20	14
2	Bajo	159981	27%	27	18
3	Medio- Bajo	188652	32%	32	21
4	Medio- Bajo	64222	11%	11	7
5	Medio-Alto	45390	8%	8	5
6	Alto	15907	3%	3	2

Nota. Muestras con cálculo de personal por núcleo familiar. Elaboración propia, (2024).

Con base en los datos recolectados, se procede con la aplicación de **35 encuestas** como se define en la tabla N°4. Conviene subrayar que, como se precisó en el numeral 4.1.2. del presente documento, los estratos en estudio corresponden a 3, 4, 5 y 6, en razón a la estimación del poder adquisitivo, por este motivo, en la Tabla 4, se resaltan los valores aplicables a la muestra.

4.1.3. Definición de instrumentos

Como se detalló en el objetivo de recolección de datos y dado que el objetivo de la encuesta es identificar las preferencias de compra de vivienda usada en la ciudad de Santiago de Cali, se detalla un instrumento que contiene la recolección de datos sociodemográficos, preferencias de la demanda y canales de compra. Ver: Anexo 1

Instrumento de Entrevista

La aplicación de entrevistas busca determinar la opinión de expertos con experiencia en los temas de interés desde la perspectiva de la oferta, en este aspecto, para este método se abordará la siguiente metodología:

- Método: Aplicación de entrevistas a personas influyentes en el gremio de la construcción en la ciudad de Santiago de Cali
- Objetivo: Identificar las estrategias implementadas para la compra, remodelación y venta

de vivienda usada en Santiago de Cali.

- Población: Profesionales en áreas de la construcción con experiencia del sector en la ciudad de Cali.
- N : 3

Instrumento de Recolección de información

El propósito del presente instrumento, es obtener la información estratégica de los expertos en el sector, conocer experiencias, opiniones y consejos respecto al planteamiento del eje central del documento en cuestión, de ahí se exponen los siguientes interrogantes:

1. ¿Cómo describiría actualmente el mercado inmobiliario en Cali en términos de demanda y oferta de viviendas usadas?
2. ¿Cuáles son las áreas de la ciudad que considera más prometedoras para la compra y remodelación de inmuebles? ¿Por qué?
3. ¿Qué características específicas busca en un inmueble antes de decidir comprarlo para remodelar?
4. ¿Qué factores económicos (precios de compra, costos de remodelación, precios de venta) considera más importantes para evaluar la viabilidad de un proyecto de remodelación?
5. ¿Cómo influyen las regulaciones y normativas locales en sus decisiones de compra y remodelación de inmuebles?
6. ¿Qué opciones de financiamiento recomendaría para alguien que quiera invertir en la compra y remodelación de un inmueble?

7. ¿Cuáles son los principales riesgos que considera al invertir en la compra y remodelación de un inmueble, y cómo los mitiga?

8. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en proyectos de remodelación? ¿Qué métricas considera más relevantes?

9. ¿Qué consejos le daría a alguien que está considerando entrar en el negocio de comprar, remodelar y vender inmuebles en Cali?

4.2 Análisis del Entorno

El presente apartado, tiene como propósito, contextualizar el entorno del desarrollo de la propuesta, para el caso en cuestión se va a tener en cuenta el sector relacionado con la construcción en Colombia, mediante el uso de las herramientas PEST y cinco fuerzas de PORTER, las mismas servirán como guía para abarcar, tanto el macroentorno, como el microentorno, entendiéndose, como microentorno, el funcionamiento y desarrollo del sector del sector constructor en la ciudad de Cali.

La presente metodología, relaciona en primera instancia, la herramienta de análisis PEST, que consiste en el análisis externo de los factores: político, económico, social, tecnológico, que afectan, en este caso, el sector de construcción a nivel nacional, esto servirá como insumo decisivo para conformar la guía propuesta en el presente documento. Amador, (2022)

Por otro lado, se procede a hacer uso de la herramienta denominada como Cinco Fuerzas de Porter, en donde implica un análisis interno del caso de estudio, para el presente desarrollo, como se mencionó previamente, se aplicará al sector de la construcción al interior de la ciudad Cali, esperando obtener comportamientos que brinden variables para tener en cuenta en la guía en desarrollo Michaux & Cadiat, (2016).

Análisis del Macroentorno (PEST)

4.2.1 Político.

Actualmente Colombia atraviesa por un periodo de transición a nivel político, situación que ha generado incertidumbre en muchos sectores en el país, para lo cual, el sector de la construcción no es la excepción.

El déficit habitacional, es uno de los indicadores a nivel político que indica la ausencia de falta de vivienda y el estado estructural de las construcciones, pues bien, Según, Rodríguez, (2024), este indicador ha ido en decrecimiento en los últimos dos años, situación que es favorable para el sector, no obstante, es preciso destacar que esto se debe a los esfuerzos aunados tanto del sector político como del sector privado, Rodríguez, (2024), resalta la moderación evidente en las tasas de interés y las intervenciones a nivel municipal que están liderando algunos gobernantes sectoriales del país, actualizando sus POT (plan de ordenamiento territorial) y realizando seguimiento a los mismos, esto dinamiza el sector y promueve los proyectos en materia.

Al mismo tiempo, el Departamento Nacional del Planeación: Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026, Colombia potencia mundial de la vida, (2023), expone entre sus líneas de acción, algunos aspectos que resultan favorables para el sector, en primera instancia, se apuesta por la política integral del hábitat, que inclina esfuerzos en el favorecimiento a la vivienda, saneamiento básico, movilidad, servicios públicos, entre otros que dinamizan el sector y brindan oportunidades para ampliar la organización territorial y la oferta de vivienda, ya sea nueva o usada; asimismo, el programa barrios de paz, hace énfasis en el mejoramiento de vivienda y espacios públicos, situación que permite que los inmuebles se valoricen y ganen atractivo a nivel

de oferta, también se cuenta con la corriente de mecanismos diversos de acceso a la vivienda, que contempla la vivienda nueva, usada, arrendamiento social y autogestión, en donde establece un apoyo de subsidio de vivienda, que prioricen condiciones que aseguren calidad de vida y sostenibilidad, esta corriente se une a la democratización del crédito para el acceso de vivienda, que pretende aportar al sistema financiero el musculo de apoyo para el acceso a créditos de esta naturaleza.

Finalmente, en términos generales, el documento parametriza cambios importantes que favorecen todos aquellos proyectos que aporten riqueza en términos de sostenibilidad ambiental, disminución de condiciones de pobreza, seguridad humana y convergencia regional.

Esta política, aunque plantea un escenario retador, tiene importantes variables para tener en cuenta a la hora de formular la guía estratégica para la toma de decisiones de inversión.

4.2.2 Económico

Según las cifras de CAMACOL, (2022), se resalta la importancia del sector de la construcción en el PIB de la República de Colombia, para el 2022, *“El número de ocupados en la construcción como rama de actividad económica representó el 6,5% del total de los ocupados con 1.473 miles de personas”*. (Pág.2).

Sumado a lo anterior, el observatorio de Hábitat, (2024), destaca un crecimiento del sector ante el PIB del 0,6%, encontrándose por encima de los sectores de manufacturas y actividades financieras.

Esto permite denotar el impacto que tiene la dinamización de este sector en el país, con base en el informe del Observatorio de Hábitat, (2024), el inicio del año tuvo un comportamiento favorable para el sector en la capital de País, puesto que, se demostró un crecimiento del 23,1%

respecto al mismo periodo del año anterior, asimismo, es mencionado un comportamiento creciente en este indicador desde hace cuatro años en el mismo periodo. Así que, este documento destaca aspectos claves, como lo son el aporte a estas cifras de los subsectores de obras civiles y actividades especializadas, no obstante, el subsector de edificaciones a nivel nacional presentó caída para el año en curso.

Cabe aclarar que, el subsector de edificaciones presentó cifras positivas nivel del Distrito Capital, por lo que es valioso destacar las actividades de obras civiles y edificaciones como ejes estratégicos del sector, dado su gran impacto en la generación de empleo y producción.

Finalmente es preciso, dada la naturaleza del desarrollo del proyecto en cuestión, analizar los índices de vivienda a nivel de la nación.

Según, DANE, (2024), para el segundo trimestre de 2024, el precio de venta de los apartamentos nuevos se ubicó en el 2,12% comportándose de manera creciente, mientras que el precio de venta de casa nueva cayó hasta en el -0.30%

Por otro lado, según las cifras de Banco de la República, (2024), el índice del precio de vivienda de primer trimestre 2024 usada disminuyó en 0.06% respecto a la medición en mismo periodo de tiempo en año anterior.

En conclusión, con los datos expuestos, es posible denotar retos en el sector a nivel económico, no obstante, es claro resaltar la importancia de este sector a nivel país y es preciso tener en cuenta la dinámica de precios, puesto que, estos cambios se atribuyen en especial a el incremento en los precios del material.

4.2.3 Social

Para analizar el componente social, se hace uso de la métrica denominada como: déficit habitacional, la misma es comúnmente usada para planeación urbana, política pública e investigación social, por este motivo, se considera un insumo relevante para el presente análisis. Dicho lo anterior, se cita la tesis y estructura de la medición, Según, BID, (2016), se define de la siguiente manera:

Déficit cuantitativo: ausencia de vivienda a partir de dos condiciones: (1) que el número de familias que comparten el mismo techo y comparten las facilidades de preparación de las comidas, sea superior a una; (2) que haya familias que habitan en viviendas que no pueden ser mejoradas dada la baja calidad de los materiales constructivos.

Déficit cualitativo: este déficit no incluye las viviendas consideradas en el déficit cuantitativo. El déficit cualitativo se define a partir de tres condiciones:

Condiciones deficientes de la vivienda: viviendas con alguna de estas limitaciones:

Techo hecho de materiales no permanentes, paredes y estructura hechas de materiales no permanentes, suelos de tierra, hacinamiento: más de tres personas por cuarto.

Condiciones deficientes del vecindario: insuficiencia de infraestructura o servicios:

Ausencia de agua potable con acceso por tuberías, ausencia de cloacas o sistemas de disposición de aguas servidas, ausencia de electricidad. (Pág. 1)

Así que, es esencial denotar que el derecho a tener vivienda adecuada, es un derecho amparado por ONU (Organización de las Naciones Unidas), en ese entendido el componente social que involucra un techo digno, en condiciones de infraestructura adecuada, con espacios compartidos de manera equivalente al número de personas, afecta desde el núcleo a una

sociedad, derecho que va ligado directamente a otros, como lo es el derecho a la libertad, a la seguridad, al acceso no discriminatorio, entre otros. ONU, (2010).

Sin embargo, a nivel Colombia, según DANE, (2023), el déficit habitacional para 2023, fue de un 28,9% y para 2022 fue 30,4%, se evidencia un comportamiento decreciente, manteniéndose así desde el 2019, lo que permite observar un comportamiento favorable en el sector, este indicador traza tanto como el componente social, como de calidad de vida de una nación. Es importante resaltar que el departamento del Valle se encuentra por debajo de la media nacional, con un déficit del 15,4%.

En conclusión, el panorama a nivel social, si bien no es una cifra alentadora, el comportamiento permite proyectar una tendencia sostenida, en donde se denota que desde la nación se están implementando estrategias para impactar el déficit, y abordar el 64 % de hogares colombianos que aún no disponen de una vivienda propia. DANE, (2023)

4.2.4 Tecnológico

Según, CAMACOL,(2021), posterior a la emergencia sanitaria, la transformación digital y la innovación tecnológica en el sector de la construcción es imparable, se espera que a nivel Colombia, se acelere la implementación de proyectos y construcciones mediante la tecnología BIM (Building Information Modeling), que básicamente incluye la integración de todos los componentes que influyen en proyectos de construcción, la misma una factores como lo son el modelado 3D, colaboración entre diversos profesionales influyentes para el proyecto, inclusión de información administrativa y financiera, simulación y análisis, proyección de ciclo de vida y mantenimiento y detección de conflictos, que permite mitigar que riesgos tanto financieros, como estructurales lleguen al impacto real.

Sumado a lo anterior, se apuesta por la inclusión de materiales sostenibles, diseños innovadores, versátiles, que optimicen los recursos, con espacios ajustados a las familias modernas, espacios abiertos para núcleos familiares ajustados, todo esto mediante edificaciones modulares, impresiones 3D, re-uso de plásticos de alta densidad, entre otros.

En conclusión, la oferta tecnológica a nivel de construcción muestra un comportamiento positivo y prospectivo, que cuenta con una importante gama a elección, en donde sus principios sostenibles y de optimización de recursos, muestran una importante viabilidad al incluir remodelaciones eficientes y eficaces a la demanda.

4.2.5 Análisis del microentorno

El presente apartado, se enfoca en analizar el comportamiento del sector de la construcción, en la ciudad de Cali, para este fin, se hace uso de la metodología de las cinco fuerzas de Porter.

4.2.5.1 Amenaza de Nuevos Entrantes:

En este foco se analiza, aquellos ítems a nivel del sector de la construcción en Cali, que pueden ser desfavorables para un proyecto, en primera instancia se cuenta con la barrera normativa, como lo son los tramite de licencias urbanísticas, definidas por el Plan de Ordenamiento Territorial Mejía, (2023), no obstante es importante resaltar que hay situaciones que no requieren del trámite en mención, como reparaciones locativas que no afectan estructura, distribución interior, características de volumen de funcionalidad y forma.

Sumado a lo anterior, los costos de inversión de proyectos de construcción suelen ser muy altos, en especial para una ciudad como Cali, destacada como la cuarta ciudad con el costo de vida más elevado de Colombia, DANE, (2024), por ende, iniciar un proyecto, de compra o

remodelación de vivienda, requiere de grandes esfuerzos económicos, en comparación con otras regiones del País.

En conclusión, para remodelación de proyectos, los tramites no cuentan como una barrera de entrada, no obstante, los costos de inversión si pueden ser una barrera de entrada para nuevos entrantes.

4.2.5.2 Poder de negociación de los proveedores:

En CAMACOL VALLE, (s.f), se dispone de una base de datos que registra cerca de 45 datos de proveedores locales en las áreas de: alquiler de equipos, arena, balastro y similares, aseo, carpintería madera, carpintería metálica, concretos, cementos y morteros, construcción liviana en seco, decoración, diseño arquitectónico, electricidad, estructuras, iluminación, impermeabilización, jardines y viveros, mampostería, mano de obra, mantenimiento de edificaciones, metalmecánica, pintura, estucos y yesos, piscinas, prefabricados en concretos, redes hidrosanitarias, residuos de construcción, seguridad industrial, software, supervisión técnica y tuberías.

Como se observa, el conjunto de proveedores a nivel local, tiene una oferta integral, Cali se caracteriza por ser el tercer centro económico del país, Alcaldía de Cali, (2015), una de las principales razones de ser dinamizador económico, es su localización y cercanía al puerto de Buenaventura.

En conclusión, es favorable la oferta que se encuentra a proveedores del sector en la ciudad, puesto que esto disminuye los monopolios y el poder de estos, asimismo, la cercanía al puerto abre una puerta a la importación, de ser el caso. Estas situaciones, disminuyen el poder de negociación de los proveedores.

4.2.5.3 Poder de negociación de los compradores:

Cali es una ciudad con una gran oferta de viviendas, para 2023, según, DANE, (2024), la capital del valle contaba con 594.253 viviendas habitadas, de las cuales el 20% corresponde a estrato 1, 27% estrato 2, 32% estrato 3, 11% estrato 4, 8% estrato 5 y 3% estrato 6, es importante recalcar que la sultana del valle solo es superada en extensión de área, por la ciudad de Bogotá.

Expuesto lo anterior, es viable concluir que el poder de negociación de compradores es alto, puesto que la oferta es significativa.

4.2.5.4 Amenaza de productos sustitutos

Continuando con el caso de estudio, que, para interés de este proyecto, resulta en la venta de vivienda usada, para este caso, como se ha observado en anteriores capítulos, se prevé un incremento de apoyo a la VIS (vivienda de interés social). Partiendo desde las políticas actuales, en este caso, la casa nueva, tiene un gran impacto como producto sustituto.

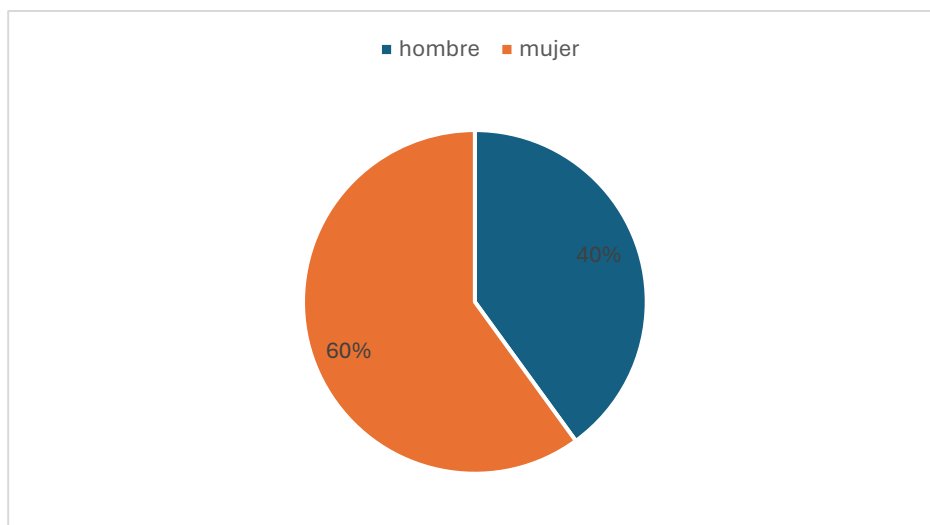
4.3 Caracterización del Mercado

A continuación, se relacionan los resultados y análisis de las encuestas aplicadas en el muestreo aleatorio simple definido previamente.

En primera instancia, con base en las variables demográficas se obtiene que:

Ilustración 1

Genero

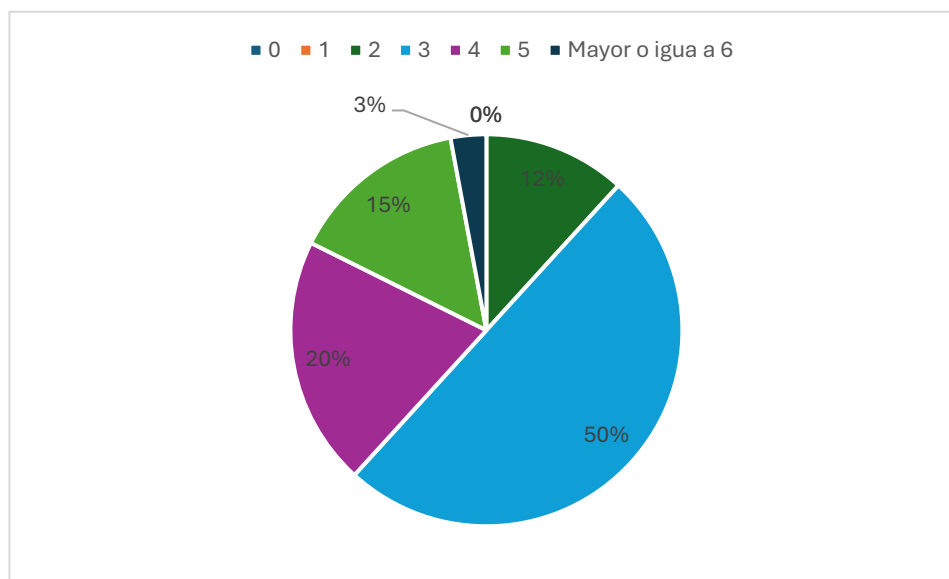


Nota. Genero. Elaboración propia, (2024)

En la ilustración 1, se logra evidenciar que la tendencia de la población encuestada tiene relevancia femenina con un 60% de presencia en el estudio.

Ilustración 2

Estrato



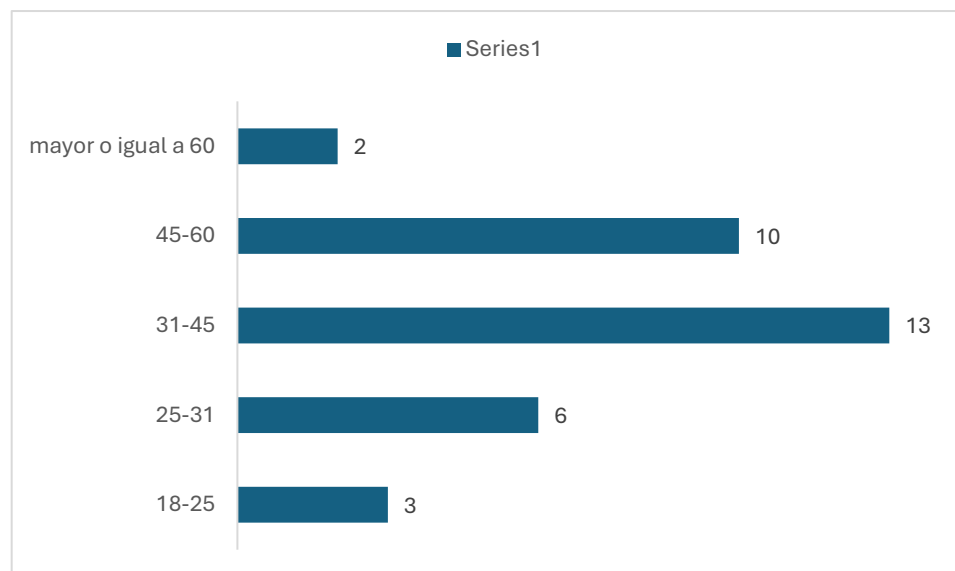
Nota. Estrato. Fuente propia, (2024)

Es importante resaltar, que como fue definido desde un inicio del proyecto en curso, se anulan los estratos 0 y 1, puesto que desde la base del proyecto se busca conocer la visión del poder adquisitivo de la población de estudio.

Dicho lo anterior, se observa que como resultado el estrato 3 marcó una importante relevancia, con una participación del 50% del muestreo.

Ilustración 3

Rango de Edad

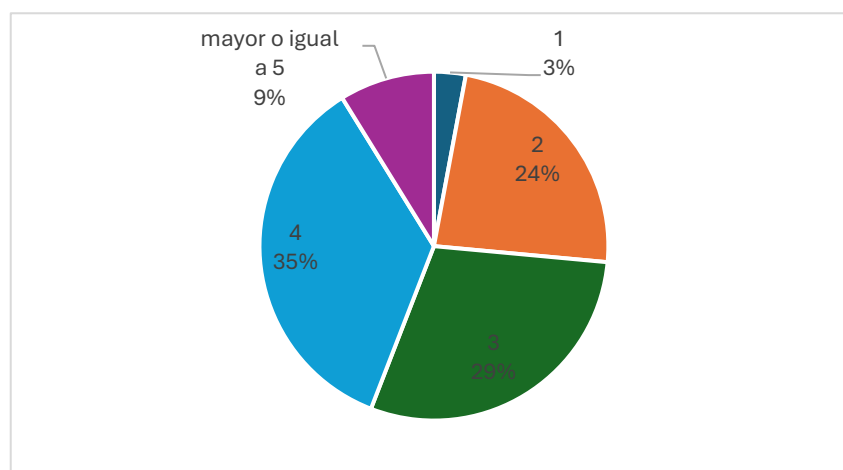


Nota. Rango de Edad. Elaboración propia, (2024)

Dando continuidad a la determinación de la población, el estudio arroja que la mayoría de la población encuestada se encuentra en los rangos de los 25 a los 60 años.

Ilustración 4

Número de integrantes de núcleo familiar.

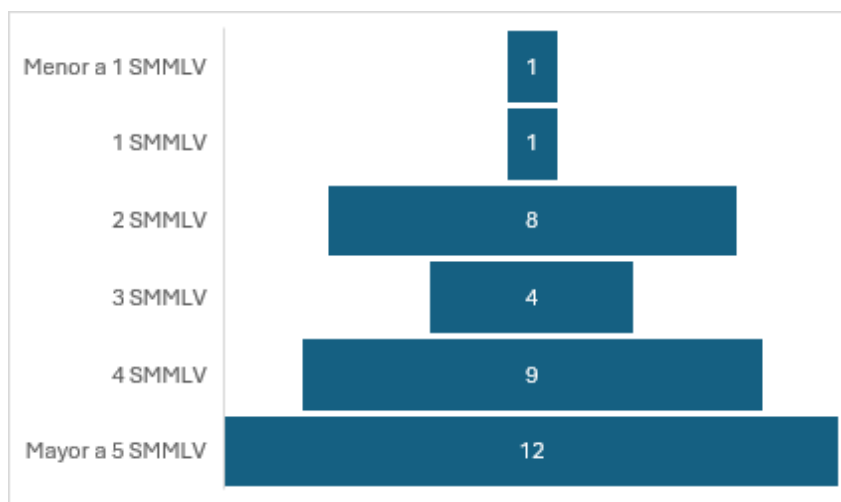


Nota. Número de integrantes de núcleo familiar. Elaboración propia, (2024)

Con esta pregunta, se buscó constatar una de las premisas iniciales en el planteamiento de la presente idea de proyecto, en donde se confirma que efectivamente la tendencia generacional ha impactado en cambios a nivel los integrantes del núcleo familiar estándar, el muestreo realizado, revela que el 53% de familias, está conformado por 2 y 3 integrantes.

Ilustración 5

Ingresos mensuales

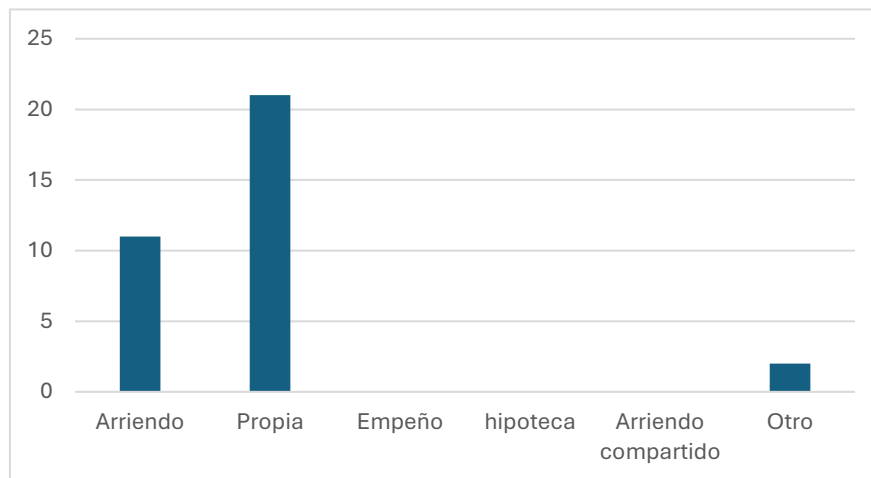


Nota. Ingresos mensuales. Elaboración propia, (2024)

El resultado de la ilustración 5, revela que el 71% de la muestra cuenta con ingresos superiores a los 2 SMMLV (salario mínimo mensual legal vigente), situación que permite denotar el importante poder adquisitivo y la oportunidad que esto representa al estudio en cuestión.

Ilustración 6

Modalidad actual de vivienda

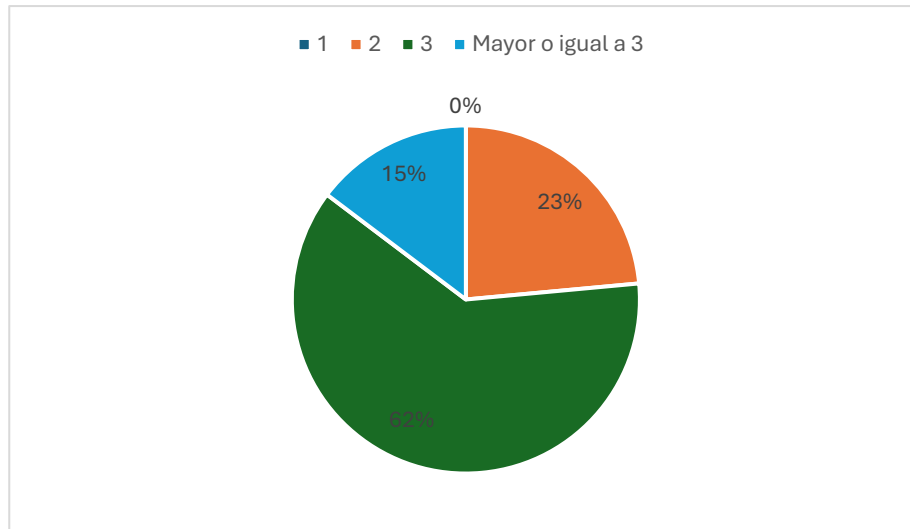


Nota. Modalidad actual de vivienda. Elaboración propia, (2024)

La ilustración 6, permite observar que la tendencia habitacional de los hogares caleños, recurre a la compra o adquisición de vivienda propia, seguido por el arrendamiento.

Ilustración 7

Número de habitaciones que son preferidas en un hogar

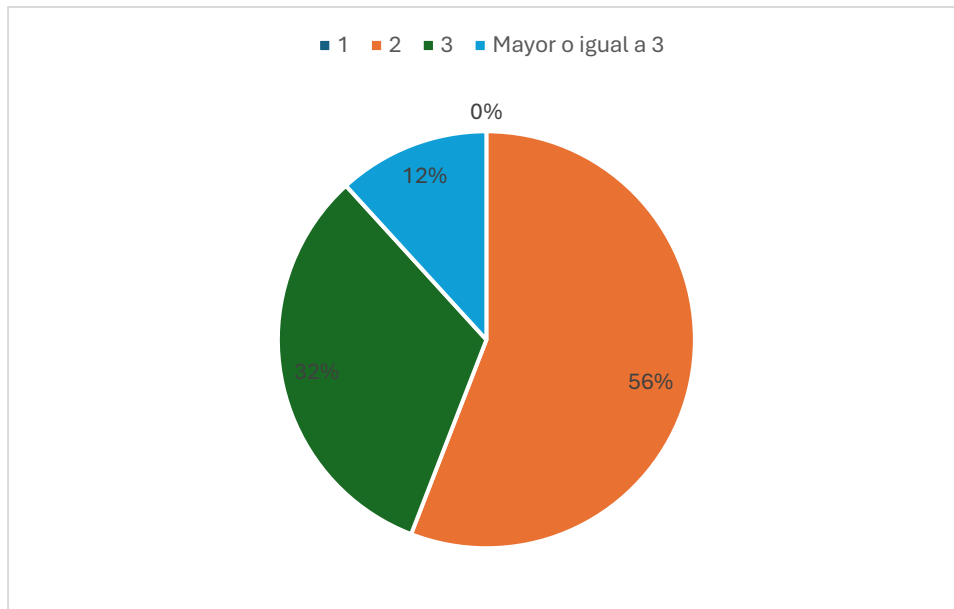


Nota. Número de habitaciones que son preferidas en un hogar. Elaboración propia, (2024)

Es importante recalcar la preferencia observada y es que el 62% sostiene que prefieren contar con 3 habitaciones en el hogar, seguido del 23% que elige 2 habitaciones.

Ilustración 8

Número de baños que prefiere en la vivienda

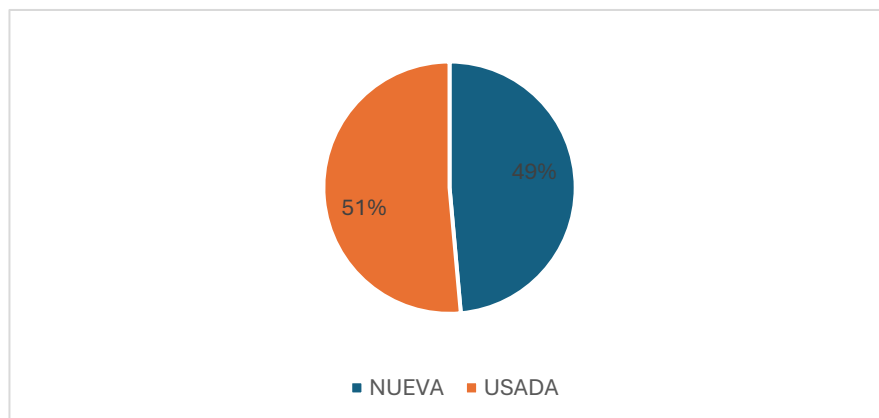


Nota. Número de baños que prefiere en la vivienda. Elaboración propia, (2024)

Es importante resaltar que este resultado esta aunado directamente con el anterior, aunque sean núcleos familiares pequeños, la población sigue sintiéndose complacida contando con espacios amplios de distintos comportamientos. Como es el caso de la reciente ilustración, que demuestra que el 56% de los encuestados, prefieren 2 baños en el hogar.

Ilustración 9

Preferencia de adquisición de vivienda

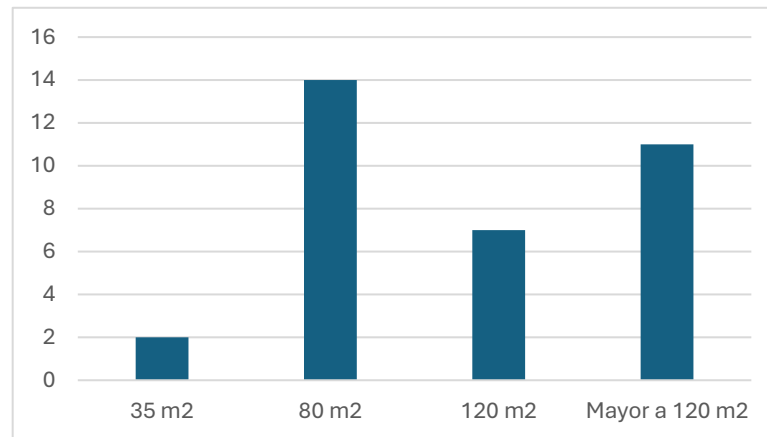


Nota. Preferencia de adquisición de vivienda. Elaboración propia, (2024)

De la población encuestada, el 51% muestra preferencia de adquisición de vivienda usada, situación que genera preferencia hacia el modelo en desarrollo.

Ilustración 10

Área de preferencia para el hogar

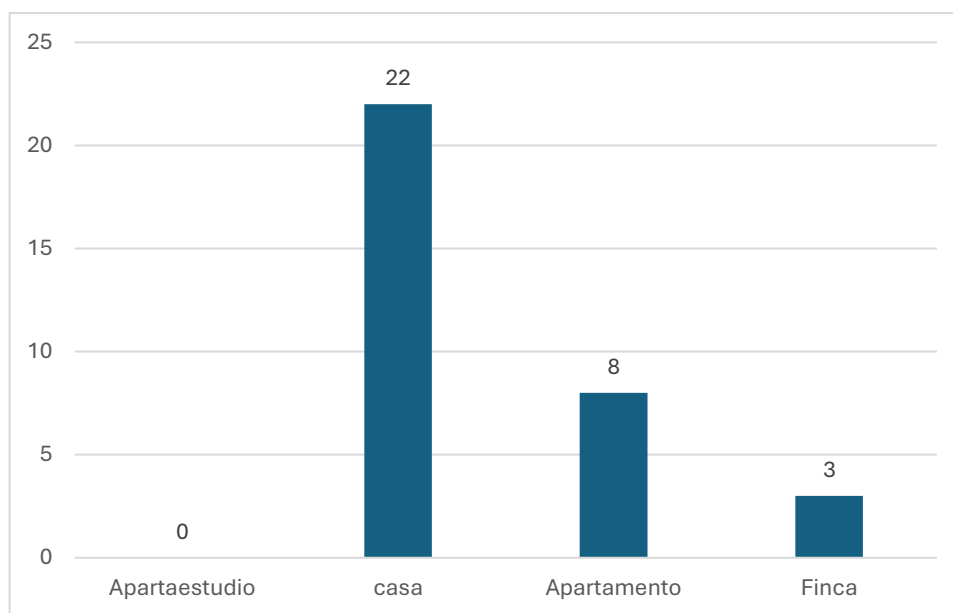


Nota. Área de preferencia para el hogar. Elaboración propia, (2024)

Este dato caracterizado en el grupo de características de vivienda, se observa una orientación por las áreas superiores a 80 m2.

Ilustración 11

Preferencia de inmueble para compra



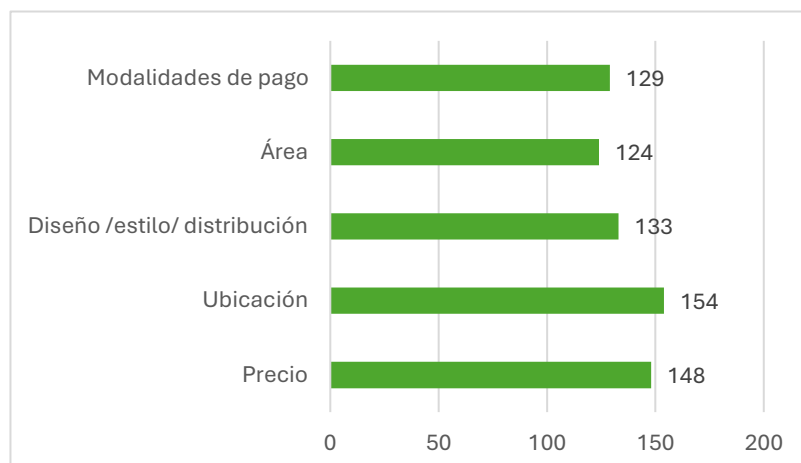
Nota. Preferencia de inmueble para compra. Elaboración propia, (2024)

El 62% de la población encuestada refiere preferir la compra de casa, seguido de apartamento y finalmente finca.

Finalmente, referente a los factores de compra en preferencia por la población encuestada, se obtuvo que:

Ilustración 12

Factores de Compra



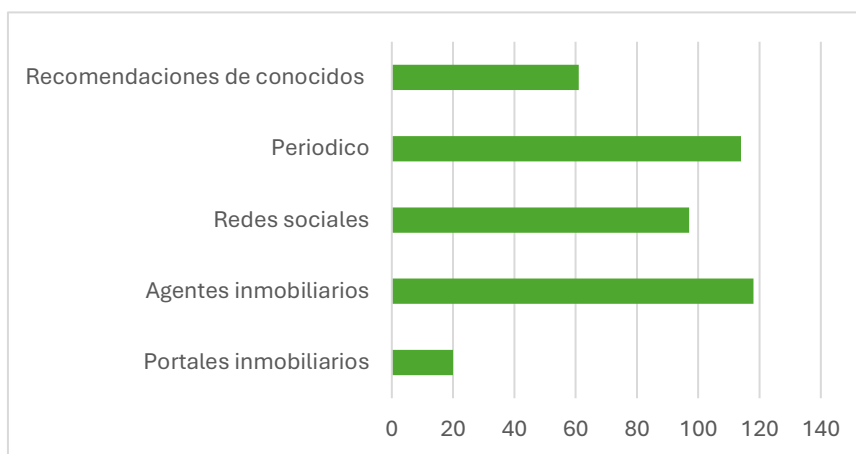
Nota. Factores de compra. Elaboración propia, (2024).

Finalmente, los factores de compra permiten observar que, por preferencias, la población encuestada muestra interés cuando la ubicación es atractiva, seguido del precio, diseño y modalidades de pago.

Por último, se indago acerca de los medios preferidos de la población para la búsqueda de finca raíz, los resultados se muestran de la siguiente manera:

Ilustración 13

Canales preferidos para la compra de vivienda



Nota. Canales preferidos para la compra de vivienda. Elaboración propia, (2024)

Con base en los resultados se procede a concluir que, la población objetivo, se encuentra en los estratos 3 y 4, situación que abarca el 70% de la población que se encuentra interesada en la compra de vivienda usada, caracterizada de la siguiente manera: casa y/o apartamento con dos baños, tres habitaciones, entre los 80 y 120 m², con ubicaciones atractivas y bajo la oferta de diferentes alternativas de pago, se muestra un interés hacia la vivienda usada y finalmente, la fuerza de ventas es preferida en los anuncios de periódico, seguido de agencias inmobiliarias y redes sociales.

4.4 Resultado de las Entrevistas

Se realizó la aplicación de las entrevistas definidas previamente, en donde los empresarios dispusieron de su tiempo para dar sus opiniones respecto a los temas en discusión, a continuación, se presenta el contexto, experiencia y resultados de cada entrevista, para así finalmente tomar aquellas respuestas y usarlas como insumo en la conformación de la guía. (ver: Anexo 2)

Síntesis de la información

Tabla 5

Síntesis de la Información de las entrevistas aplicadas

	Entrevista 1	Entrevista 2	Entrevista 3	Conclusión
1. ¿Cómo describiría actualmente el mercado inmobiliario en Cali en términos de demanda y oferta de viviendas usadas?	Gran oferta (amenaza) Demanda recuperándose (oportunidad)	Gran oferta (amenaza) Demanda inestable (amenaza)	Gran oferta (amenaza) Demanda inestable (amenaza)	Gran oferta (amenaza) Demanda inestable (amenaza)
2. ¿Cuáles son las áreas de la ciudad que considera más prometedoras para la compra y remodelación de inmuebles? ¿Por qué?	Estrato 3, la comuna 5, es un sector que tiene una rápida rotación.	Áreas como los barrios Versalles, San Vicente al norte y Tequendama al sur, son muy atractivas por su infraestructura urbana y de servicios y por su cercanía relativa al centro tradicional de Cali. Las posibilidades de uso múltiple (áreas mixtas) hacen atractivos estos sectores.	Veo con mucho potencial el sector de Tequendama y el refugio.	Tequendama, no obstante, es un factor dinámico, se deben considerar los polos de desarrollo y sectores mixtos
3. ¿Qué características específicas busca en un inmueble antes de decidir comprarlo para remodelar?	Áreas aprovechables, buena ubicación (cercano a iglesia, centro comercial, bancos, etc.), que se pueda reciclar la estructura	Que tenga posibilidades normativas de ampliación y/o subdivisión, y que sus especificaciones constructivas permitan adecuaciones no muy costosas.	Estado del inmueble, costos de remodelación, espacios.	Áreas aprovechables, con ventajas normativas, estado de inmueble
4. ¿Qué factores económicos (precios de compra, costos de remodelación, precios de venta) considera más importantes para evaluar la viabilidad de un proyecto de remodelación?	Factor precio de compra y costo de remodelación estratégico.	Realizar una buena simulación financiera de la inversión, es clave para el éxito de un proyecto de remodelación. Todos los factores enunciados son importantes, pero es primordial partir del precio de compra.	Considero muy relevante el precio de compra y el costo de remodelación, también el precio del mercado.	El precio de compra, costo de remodelación
5. ¿Cómo influyen las regulaciones y normativas locales en sus decisiones de compra y remodelación de inmuebles?	Tienen alta influencia debido a que pueden proteger los intereses y evita	Gran importancia tiene las regulaciones y normativas urbanas para tomar una decisión de compra y remodelación de un inmueble, ya que son determinantes, puesto que	Relevantes, ya que siempre hay que estar regido a la normativa y se debe cumplir con las regulaciones.	Factor determinante e influyente

	problemas a futuro.	orientan las posibilidades de desarrollo y usufructo de un predio.		
6. ¿Qué opciones de financiamiento recomendaría para alguien que quiera invertir en la compra y remodelación de un inmueble?	Los bancos y cooperativas.	Los créditos hipotecarios a través de los bancos son fundamentales para apalancar proyectos.	Las entidades bancarias y los fondos de ahorro.	Entidades bancarias y fondos de ahorro
7. ¿Cuáles son los principales riesgos que considera al invertir en la compra y remodelación de un inmueble, y cómo los mitiga?	Un riesgo es no tener un presupuesto definido, se debe mitigar teniendo claro los números de la inversión.	Los riesgos son altos sino se realizan sondeos de mercado que permitan visibilizar el producto a ofrecer. Es importante no salirse del mercado sobredimensionando la oferta y el producto final.	Un riesgo serio no tener en cuenta la normativa, se mitiga estando al tanto de esta y siempre tener presente su cumplimiento en todos los proyectos.	Tener claridad del mercado previo a la oferta
8. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en proyectos de remodelación? ¿Qué métricas considera más relevantes?	Roi y TIR	Se considera que los proyectos de remodelación pueden tener una tasa de retorno entre el 8 y el 15% para que sean atractivas;	El retorno de la inversión se puede evaluar de varias formas, una de las que uso es el valor de la venta final menos los costos de la inversión.	ROI- TIR
9. ¿Qué consejos le daría a alguien que está considerando entrar en el negocio de comprar, remodelar y vender inmuebles en Cali?	Que se documente, investigue y estudie el negocio.	Empiece despacio con proyectos manejables	Que siempre tenga presente la parte legal y normativa, dedicarle tiempo a la búsqueda de un buen inmueble y en la remodelación siempre tenga un factor diferenciado	Investigar el negocio, empezar con proyectos manejables, buscar inmuebles con buena prospectiva para remodelación

Nota. Síntesis de la información. Elaboración propia, (2024)

El ejercicio realizado con los empresarios y profesionales permitió denotar y adoptar un enfoque realista a la herramienta propuesta, puesto que la visión desde la industria y como operador en el modelo de negocio de finca raíz, aporta un componente estratégico. En términos generales, algunas opiniones, a los interrogantes presentados, permitieron observar factores comunes, los mismos representados en la tabla 5, en la columna 5, estas conclusiones, serán llevadas como insumo a la matriz de factores claves, en el apartado de análisis de mercado, en donde posterior a una evaluación cuantitativa, estos desenlaces pueden ser parte de la herramienta de decisión.

Finalmente, el capítulo 4, permitió tener una visión global del comportamiento del sector, en términos de macroentorno, se destacan aspectos como la apuesta social y gubernamental por el acceso a vivienda propia, en el incentivo de programas y opciones de financiación para proyectos de esta naturaleza, el microentorno, destaca en fortalezas, como la diversidad de proveedores, asimismo, resalta retos, como las barreras en términos urbanísticos y el poder de negociación de los demandantes, en razón a la diversidad de oferta en Cali.

Por otro lado, el análisis de mercado, abordado, desde la perspectiva de los empresarios del sector (oferta), y el nicho de mercado (demanda), permitió destacar aspectos en estrategias y consejos para el enfoque, el éxito de negocios de este tipo y por el lado de la demanda, las preferencias en áreas cómodas y retos de compra como el precio destacaron a la hora de realizar encuestas.

5 Determinación de los Factores Claves en la rentabilidad de los proyectos inmobiliarios

Este capítulo, aborda de manera integral los resultados del análisis de mercado, análisis de macroentorno y análisis de microentorno.

Una vez se seleccionen las variables claves del sector, las cuales permitirán evaluar la información obtenida que será importante en la construcción de estrategias y formulación de la guía propuesta, para seleccionar los factores clave, se requiere, aplicar una metodología cuantitativa, para obtener como resultado, la selección de unos factores claves analizados, calificados y objetivos, en pro de una herramienta funcional y efectiva en el ejercicio propuesto, para lo anterior, se establece el siguiente paso a paso:

1. Listar fortalezas y debilidades identificadas en los análisis de mercado, macroentorno y microentorno.
2. Ponderación: Asignar un peso a cada factor dentro del rango 0.0 (nada importante) a 1.0 (muy importante). El valor o peso dado a un factor indica la relativa importancia del factor en el éxito de la guía, la sumatoria de todos los valores asignados a los factores debe totalizar 1.0
3. Peso relativo: Asignar una calificación a cada factor de la siguiente manera:
1= Debilidad Mayor
2= Debilidad Menor
3= Fortaleza Menor
4= Fortaleza Mayor
4. Calificación: Multiplicar cada peso del factor por su calificación para determinar el resultado sopesado de cada variable.
5. Factor de elección: Tomar como factor clave para la guía, aquellos resultados sopesados mayor o igual a 10%.

Tabla 6

Calificación de Factores Clave

Factores clave	Ponderación	Peso Relativo	Calificación
Análisis de Macroentorno			
Incertidumbre política	1%	1	1%
Apuesta gubernamental en el sector de la construcción	1%	3	3%
Programas gubernamentales de acceso a vivienda	4%	3	12%
Apuesta proyectos con visión ambiental	4%	4	16%
Crecimiento económico en el sector	1%	3	3%
Precios de venta del sector inmobiliario con mucha fluctuación	1%	2	2%
Apuesta social por viviendas dignas, con espacios adecuado y materiales seguros	5%	4	20%
Apuesta por espacios pequeños pero cómodos (modulares, impresiones 3d, uso de plásticos de alta densidad)	5%	4	20%
Análisis de microentorno			
Licencias urbanísticas exigentes (las reparaciones no necesitan de estos trámites)	5%	3	15%
Costos de reparación elevados, debido a mano de obra y materiales	5%	1	5%
Diversidad de proveedores y materiales	6%	4	24%
Elevado poder de negociación, altos índices de oferta	6%	2	12%
Incremento en vivienda VIS	4%	2	8%
Análisis de mercado			
82% de los habitantes pertenecen a los estratos 3, 4 y 5	1%	3	3%
Población interesada en adquisición de vivienda, entre los 31 y 45 años	1%	3	3%
53% de familias conformado por 2 y 3 personas	1%	3	3%
71 % con ingresos mayores a los 2 SMMLV	1%	3	3%
Preferencia de la población por 2 baños en el hogar	1%	3	3%
Preferencia por las áreas superiores a 80m2	4%	2	8%
Lo que observan los compradores es precio y ubicación	4%	3	12%
Canales de compra, periódico y agentes inmobiliarios	2%	3	6%
Mucha oferta y demanda inestable	1%	1	1%

Sector Tequendama, comuna 5 y zonas con cercanía al centro tradicional de Cali	4%	3	12%
Áreas de inmueble	3%	4	12%
Con posibilidades de ampliación	4%	4	16%
Costos de remodelación	4%	4	16%
Gran peso a regulación normativa	3%	1	3%
opciones de financiamiento con bancos y cooperativas	3%	2	6%
Planeación financiera	4%	2	8%
Implementar indicadores como ROI Y TIR	4%	3	12%
Adquirir experiencia con proyectos pequeños	3%	1	3%
	100%		

Nota. Calificación de factores clave. Elaboración propia, (2024)

Finalmente, dando continuidad al paso a paso, previamente descrito, se procede a conformar la tabla de factores claves resultantes, siendo fiel al ítem 5, los factores en elección son aquellos, que posterior a una asignación de ponderación y peso relativo, obtienen como resultado un valor mayor o igual al 10%.

Dicho lo anterior y observando los valores en la tabla 6, se observa en la columna de calificación, 14 factores que superan el valor limite, con los cuales, se conforma la tabla 7.

Tabla 7

Factores Clave Resultantes

Factores clave	Ponderación	Peso Relativo	Calificación
Programas gubernamentales de acceso a vivienda	4%	3	12%
Apuesta proyectos con visión ambiental	4%	4	16%
Apuesta social por viviendas dignas, con espacios adecuado y materiales seguros	5%	4	20%
Apuesta por espacios pequeños pero cómodos (modulares, impresiones 3d, uso de plásticos de alta densidad)	5%	4	20%
Licencias urbanísticas exigentes (las reparaciones no necesitan de estos trámites)	5%	3	15%
Diversidad de proveedores y materiales	6%	4	24%

Elevado poder de negociación, altos índices de oferta	6%	2	12%
Lo que observan los compradores es precio y ubicación	4%	3	12%
Sector Tequendama, comuna 5 y zonas con cercanía al centro tradicional de Cali	4%	3	12%
Areas de inmueble	3%	4	12%
Con posibilidades de ampliación	4%	4	16%
Costos de remodelación	4%	4	16%
Implementar indicadores como ROI Y TIR	4%	3	12%

Nota. Elección de factores clave. Elaboración propia, (2024)

El capítulo 5, permitió elegir los factores clave que influyen en la rentabilidad de proyectos inmobiliarios en la ciudad de Cali, a partir del diseño de un instrumento cuantitativo, en el cual se valoró de manera objetiva , toda la información investigada y recolectada del análisis del entorno y análisis de mercado, teniendo como resultado, un listado de aspectos, relevantes para el diseño de una herramienta que apoye la toma de decisión para invertir en proyectos de vivienda para su compra, remodelación y futura venta.

6 Guía de apoyo para la decisión de inversión en finca raíz

El presente capítulo, desarrolla la guía propuesta en este trabajo, tomando como base la matriz de factores claves, obtenida previamente, se procede a construir una herramienta que sea útil en la decisión de inversión en finca Raíz.

En primera instancia, se toman los factores clave y se aclara el tratamiento que le será dado a cada uno en el desarrollo de la guía.

Tabla 8

Tratamiento a cada factor clave

Factores clave	Ponderación	Peso Relativo	Tratamiento en la guía
Programas gubernamentales de acceso a vivienda	4%	3	Es valioso, en materia de programas, se recomienda estar a la vanguardia de las políticas de los fondos públicos para acceso a vivienda
Apuesta proyectos con visión ambiental	4%	4	Aquellos proyectos en los que existe la susceptibilidad de integrar materiales que contribuyen al cuidado medioambiental, así mismo que cuenten con áreas verdes o cercanía a las mismas, generan un gran valor
Apuesta social por viviendas dignas, con espacios adecuados y materiales seguros	5%	4	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño
Apuesta por espacios pequeños pero cómodos (modulares, impresiones 3d, uso de plásticos de alta densidad)	5%	4	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño

Licencias urbanísticas exigentes (las reparaciones no necesitan de estos trámites)	5%	3	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño
Diversidad de proveedores y materiales	6%	4	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño
Elevado poder de negociación, altos índices de oferta	6%	2	Este ítem se considera estratégico, se incluye como recomendación para tener en cuenta por parte del tomador de la decisión, puesto que es importante manejar estrategias de negociación, en el entendido que la población cuenta con un elevado poder de negociación debido a la cantidad de oferta inmobiliaria en la ciudad
Lo que observan los compradores es precio y ubicación	4%	3	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño
Sector Tequendama, comuna 5 y zonas con cercanía al centro tradicional de Cali	4%	3	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía; Ver apartado de diseño
Áreas de inmueble	3%	4	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño
Con posibilidades de ampliación	4%	4	Se tendrá en cuenta en las recomendaciones a nivel de diseño y técnicos en la guía: Ver apartado de diseño

Costos de remodelación	4%	4	Se tendrá en cuenta en la proyección financiera: Ver apartado de diseño
Implementar indicadores como ROI Y TIR	4%	3	Se tendrá en cuenta en la proyección financiera: Ver apartado de diseño

Nota. Tratamiento de factores clave. Elaboración propia, (2024)

Mencionado lo anterior, se procede con la descripción de la guía.

6.1 Guía de apoyo para la decisión de inversión en finca raíz

6.1.1 Selección del inmueble

En esta sección en el concepto de la oferta, es preciso tener en cuenta que partiendo desde los consejos de los expertos y variación de la oferta, se debe conformar un equipo de búsqueda de oportunidades, lo que se proyecta para este equipo, es que este conformado por un grupo de personas previamente capacitadas en la búsqueda e identificación de los inmuebles que salen a la venta, es claro tener en cuenta que las oportunidades en los sectores considerados como terrenos mixtos o polos de desarrollo, pueden ser abarcados rápidamente, por este motivo, se recomienda:

- Establecer un equipo de búsqueda de oportunidades: Equipo de personas previamente capacitadas, que realicen búsqueda activa de propiedades que salen a la venta.
- Evaluación de la oportunidad
- Equipo de negociación: Equipo de persona previamente capacitadas para establecer acuerdos comerciales con los propietarios de los inmuebles susceptibles de ser comprados.

Finalmente, el equipo de búsqueda, debe tener como opción estratégica a la hora de elegir la oportunidad de negocio, la ubicación, el POT (Plan de Ordenamiento Territorial) de la Ciudad de Cali, considerar áreas superiores a 80 m², con más de 2 habitaciones y 2 baños, en la medida

de lo posible licencias de construcción de uso mixto, asimismo, en la búsqueda, se debe hacer una estimación de las posibles remodelaciones, considerar los años de la construcción, puesto que un factor limitante a la hora de remodelar y validar siempre el funcionamiento del uso de las estructuras proveedoras de servicios básicos como: energía, agua y gas.

6.1.2 Determinación del mercado

Posterior a tener una oportunidad de oferta evaluada, es preciso caracterizar el mercado a quienes se va a dirigir la oportunidad de negocio.

- Estimar población objetivo, teniendo en cuenta, variables, sociodemográficas, de ingresos y sector (en esta estimación, es importante tener en cuenta las necesidades de la población, estas deben suplirse con la oferta previamente identificada).
- Estimar precios de venta que la población estaría dispuesta a pagar.
- Definir canales de venta preferidos por la población objetivo: usar las 4 p's, determinación de producto, precio, plaza y promoción (indagar en preferencia de diseño y aspecto que se espera de los inmuebles deseados)

6.1.3 Diseño de remodelación

Para validar los aspectos técnicos de la remodelación, posterior a elección de una propiedad, es importante simular la remodelación, mediante el uso de herramientas digitales, para esto se citan algunas recomendaciones, (Ver: Tabla 9), puesto que, será un aspecto que determine la rentabilidad de la inversión y propenda la remodelación costo-beneficio.

Tabla 9

Sugerencia de Simuladores

Software	Costo	Beneficios	Limitaciones
Estimador de constructores Easy-Pro (Easy-Pro Builders Estimator)	Gratuita 100%	Proporciona estimaciones de costeo de materiales y mano de obra en construcciones	Para proyectos pequeños
Estimador 2.0 (Estimator 2.0)	Gratuita versión básica/ pago premium	El Estimator permite a las empresas de construcción crear estimaciones para una gran cantidad de proyectos de construcción, incluyendo estructuras de concreto, trabajos de tierra, albañilería, enlucido o enyesado y más	Versión premium bajo pago
STACK Takeoff & Estimating Software (Software de despegue & estimación)	Gratuito 100%	Cuenta con amplia biblioteca de materiales precontruidos y específicos de la industria, hoja de cálculo que trasforma la simulación en costos estimados	Ninguna
Software de estimación y despegue de construcción de código abierto (Open source construction estimating and takeoff software)	Gratuito 100%	El software se puede parametrizar a las necesidades de la empresa	Conocimiento en programación
Software de equipo de 2 planos (2-plan Team Software)	Gratuito 100%	Software de construcción y seguimiento de proyectos de construcción	No disponible para todos los servidores de Windows

Nota. Sugerencia de simuladores. Adaptado de: InqMatic, (2024).

Previamente se mencionaron algunos aspectos estratégicos en la elección de la oportunidad de negocio, no obstante, existen factores clave, orientados al diseño (Mencionados en la Tabla 8), para así tener una estimación de costos correcta.

Para dar continuidad al contenido de diseño y remodelación, se elaboró una herramienta que permite calificar los aspectos identificados en el análisis de factores claves.

La herramienta permite dar una calificación entre 1 y 4 de la siguiente manera:

- 1: Deficiente
- 2: Regular
- 3: Bueno
- 4: Excelente

Esta calificación, debe ser dada por el interesado en comprar una vivienda para remodelación y venta en la ciudad de Cali.

La herramienta, pondera un total por cada aspecto, el cual ya tiene asignado un peso ponderado, con base en el nivel de importancia para un proyecto, esta asignación se realizó con la información recolectada y analizada en el objetivo número 2, del presente documento.

Finalmente, si el resultado (casilla resaltada en verde en la herramienta), arroja un valor superior a 2, se considera una oportunidad viable para la compra, remodelación y venta.

Tabla 10

Herramienta de toma de decisión a nivel técnico para la compra de un inmueble

Aspecto Por Evaluar	Ponderación	Peso Relativo	Total	Aspectos a tener en cuenta
Acceso a Materiales	14%		0	¿Se cuenta con proveedores que dispongan de los materiales necesarios para ejecutar la simulación previamente elaborada, locales, nacionales?
Área Construida	5%		0	¿Superior a 36 m ²
Licencia de construcción de uso mixto	15%		0	¿La licencia de la propiedad es de uso mixto o limitante?

Vida útil del inmueble	10%		0	Inmuebles con muros de carga: 70 años Inmuebles con estructura de concreto, metálica o mampostería estructural: 100 años
Promedio de costo de m2 para remodelación	15%		0	Establecer margen de ganancia por m2, para tomar la decisión
Número de niveles del inmueble	10%		0	Considerar los sistemas de elevación, funcionales, accesibles y aptos para movilidad reducida
Distribución	3%		0	Evaluar la distribución en función de la comodidad y conexión de espacios
Número de ambientes	3%		0	Mínimo 3 ambientes (baño, cocina, habitación)
Ubicación geográfica	15%		0	Como mínimo con acceso a vías en buen estado, acceso a comercio de necesidades básicas
Estado de redes de suministro de (agua, luz y gas)	10%		0	Evaluar el estado y funcionamiento correcto de redes de suministro
	100%		0	

Nota. Herramienta de toma de decisión a nivel técnicos para la compra de un inmueble.

Elaboración propia, (2024)

Importante: Esta herramienta debe ser aplicada posterior a realizar la simulación de remodelación y diseño, como se recomendó previamente.

6.1.4 Venta y promoción

Con base en la información previamente definida, contando con el insumo de la oferta diseñada y proyectada, y teniendo en cuenta aquellos canales de venta consultados por la población objetivo, es preciso definir:

- Puntos de promoción (ferias inmobiliarias, agente de venta, páginas de finca raíz)

Con base en la información obtenida en el estudio de mercado, realizado en el presente trabajo, se recomienda incrementar esfuerzos en agentes de ventas y anuncios en el periódico, con base en las preferencias de la población caleña.

- Asimismo, la investigación de mercados arrojó que una de las grandes problemáticas es la financiación, en este punto, se recomienda, previo al lanzamiento de la oferta hacer alianzas estratégicas con financieras y entidades que permitan la demanda, realizar mediante la misma entidad la compra del inmueble.
- Establecer pautas de negociación.
- Diseñar la publicidad de manera que muestre los beneficios de adquirir el inmueble, incursionar en el apoyo audiovisual de material promocional, que permita crear un impulso emotivo a la demanda objetivo.

6.1.5 Proyección financiera y financiación

En este apartado, es preciso implementar el punto de viabilidad financiera del proyecto, con base en la información previamente recolectada como: Diseño técnico de remodelación, estrategias de promoción y venta, elección de la oportunidad de negocio, es preciso proyectar unos estados financieros del proyecto que contemplen como mínimo:

- Proyectar ingresos con base en la venta de la propiedad (vital considerar las opciones de financiamiento, las mismas se deben realizar bajo el ingreso, bajo préstamo y posterior a ellos amortizar según aplique).
- Proyectar estructura de costos y gastos del proyecto.
- Proyectar estado de pérdidas y ganancias, mínimo a 5 años.
- Definir y medir indicadores financieros de viabilidad, como: TIR y ROI.

Lo anterior, mediante:

Tabla 11

Herramienta Para Calculo de Viabilidad Financiera

GENERALIDAD DEL PROYECTO		
Elemento	Valor	Notas
Precio de compra del inmueble	\$ _____	Costo de compra del inmueble
Gastos notariales y legales	\$ _____	Gastos de escritura y notaria
Tiempo estimado de remodelación	_____ meses	Tiempo de ejecución de las obras
Precio de venta estimado del inmueble	\$ _____	Precio estimado al que se venderá el inmueble
Valor del mercado (precio comparativo de inmuebles similares)	\$ _____	Valor m2, en el sector en estudio
COSTOS DE REMODELACIÓN		
Elemento	Valor	Notas
Materiales	\$ _____	Costos de materiales (pintura, cerámica, pisos, etc.)
Mano de obra	\$ _____	Pago a contratistas, electricistas, plomeros, etc.
Permisos y licencias de remodelación	\$ _____	Costos para permisos legales y licencias locales
Honorarios de diseño o arquitectura	\$ _____	Pago a arquitectos, diseñadores, ingenieros
Otros costos de logística	\$ _____	Incluye limpieza, transporte, etc.
Total de costos de remodelación	\$ _____	Suma total de todos los costos de remodelación
GASTOS FINANCIEROS		
Intereses sobre préstamo (si aplica)	\$ _____	Costo por financiamiento, si utilizas crédito
Costos bancarios y comisiones	\$ _____	Comisiones de gestión o intermediación bancaria
Total de costos financieros	\$ _____	Suma de todos los costos financieros
OTROS GASTOS		
Servicios y mantenimiento durante remodelación	\$ _____	Agua, luz, gas, y otros durante la remodelación

Publicidad y marketing para venta	\$ _____	Anuncios, comisiones inmobiliarias, visitas, pautas ... Etc.
Gastos administrativos	\$ _____	Cualquier gasto de gestión adicional (contabilidad, etc.)
Total de otros gastos	\$ _____	Suma total de los otros gastos operativos
INGRESOS		
Precio estimado de venta	\$ _____ —	Precio de venta del inmueble al público
Ingreso por venta después de impuestos	\$ _____	Ingreso final después de impuestos y comisiones de venta (si aplica)
Total ingreso por venta	\$ _____	Total estimado por la venta del inmueble
INDICADORES DE VIABILIDAD		
Indicadores financieros	ROI	$((\text{Ingreso por venta} - \text{costo total del proyecto}) / (\text{costo total del proyecto})) * 100\%$
UTILIDAD NETA	UN	Precio de venta - Costo total - Gasto total

Nota. Herramienta Para Calculo de Viabilidad Financiera. Elaboración propia, (2024)

6.1.6 Medición de Resultados

Finalmente, se debe considerar un procedimiento de medición de resultado y cumplimiento de proyecto, que contemple indicadores y cronogramas, para ello se recomienda implementar herramientas de proyecto como diagrama de Gantt.

Posterior a ello, se debe implementar un plan de acción, con base en los resultados, se debe tener en cuenta, como mínimo:

- Ejecución de presupuesto.
- Cumplimiento de actividades por cronograma.
- Satisfacción del cliente.
- Resultados financieros.

En conclusión, la guía desarrollada en el capítulo, estructura un documento de apoyo para decidir acerca de la compra, remodelación y venta de un proyecto de vivienda, compuesto por una serie de herramientas híbridas (cualitativas y cuantitativas), que aportan al usuario de la herramienta, una metodología que le brinda una visión objetiva de la evaluación global entorno a un proyecto, se realiza un ejemplo de aplicación de la guía (ver anexo).

7 Conclusiones y Recomendaciones

Con base en lo previamente documentado, se dejan al lector algunas recomendaciones generales, que surgen del aprendizaje en la elaboración del presente proyecto:

Actualmente, la ciudad de Cali se constituye como una ciudad retadora en el mercado de bienes raíces, debido a su amplia oferta, no obstante, las características poblacionales de la capital del Valle hacen de la misma una ciudad con grandes oportunidades para inversión.

En primera instancia y partiendo de la experiencia de expertos, es crucial incursionar en este tipo de proyectos de manera paulatina, es decir iniciar con proyectos sencillos, de bajo riesgo financiero, que generen un atractivo mixto a la demanda.

Es muy importante realizar una simulación coherente en las remodelaciones, este aspecto impacta de manera crucial que el proyecto es atractivo a la demanda, pero, asimismo, que sea costo-beneficioso, no obstante, para ello, se pueden usar estrategias con los proveedores y buscar volumen a escala u otras alternativas de negociación que baje los costos.

Las estrategias publicitarias, actualmente tienen un gran poder a la hora de abarcar la demanda y por este motivo, se recomienda invertir en campañas y diseños acertados que lleguen a la población objetivo.

Con la elaboración del presente proyecto, se concluye la importancia de prever aspectos analísticos y objetivos previa a la inversión de los proyectos de finca raíz, determina en gran medida el éxito o fracaso, puesto que, la inversión de estos modelos de negocios suele ser elevada.

A nivel de ingeniería, el desarrollo del presente trabajo permitió, integrar los conceptos técnicos, como la innovación en diseño, materiales, proveedores, etc. con la

gestión administrativa que debe llevar inmersa un proyecto, para así tomar decisiones viables a nivel económico.

Finalmente, la guía resume una serie de pasos, herramientas, estrategias y consejos útiles para la toma de la decisión, en ese sentido es muy importante probar las diferentes alternativas de financiación, investigar con diferentes entidades, apoyarse con aquellas iniciativas gubernamentales que apuestan a este tipo de proyecto y realizar alianzas estratégicas con estos entes.

8 Referencias Bibliográficas

- Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *El análisis PESTEL*. Hidalgo: Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo ISSN: 2683-2054.
- Arango, Á. (2017). Plan de negocio de compra, diseño, remodelación y venta de apartamentos usados. Universidad EIA.
- Becerra, X. (2024, 20 de julio). Ventas de viviendas siguen sin levantar cabeza y en mayo volvieron a caer más de 20%. La República. <https://www.larepublica.co/economia/ventas-de-vivienda-en-mayo-3890641>
- BID. (25 de Nooviembre de 2016). *Banco interamericano de desarrollo*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/problema-de-vivienda/>
- Cali, A. (13 de abril de 2015). Obtenido de https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia_de_cali/
- Cali, A. d. (S.f). *Alcaldia de Santiago de Cali*. Obtenido de <https://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/107322/estratificacion-socioeconomica-de-santiago-de-cali/>
- Camacol. (2023). Análisis de los indicadores del mercado de vivienda: retos y oportunidades para la recuperación. <https://camacol.co/sites/default/files/descargables/Informe%20Econ%C3%B3mico%20116.Pdf>
- CAMACOL. (2021). *CAMACOL*. Obtenido de Estudio de oferta y ventas de vivienda 2021, cali, candelaria, jamundí, palmira, y yumbo: <https://camacolvalle.org.co/wp->

<content/uploads/2023/02/Estudio-de-Oferta-y-ventas-de-Vivienda-Cali-y-area-de-influencia-2021-VF.pdf>

CAMACOL. (18 de Agosto de 2021). *camara de comercio de construcción*. Obtenido de <https://camacol.co/prensa/noticias/tecnologia-vivienda-e-inversion-una-realidad-creciente>

CAMACOL. (20 de Diciembre de 2022). *Camara de Comercio de Construcción*. Obtenido de https://camacol.co/sites/default/files/descargables/Informe%20Econ%C3%B3mico%20115_0.pdf

Cambio, G. d. (Mayo de 2023). *Departamento nacional del planeación: Plan Nacional de Desarrollo 2022-2024, Colombia potencia mundial de la vida*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>

Capital, D. (Marzo de 2024). *Observatorio de Habitat* . Obtenido de https://observatoriohabitat.org/wp-content/uploads/2024/08/PIB_Marzo_2024.pdf

Carrillo, M. (2020). Creación de empresa constructora enfocada en la remodelación, rehabilitación y construcción de inmuebles nuevos y/o usados.

DANE. (2022). *Cali en cifras*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/encuesta-anual-del-sector-de-la-construccion-easc>

DANE. (2023). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/bol-ECV-2023.pdf>

DANE. (2024). *DANE*. Obtenido de <https://dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

DANE. (2024). *Departamento nacional de estadísticas* . Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-de-la-vivienda-nueva-ipvn>

DANE. (2010, septiembre 13). BOLETIN CENSO GENERAL 2005 .

DANE.https://www.dane.gov.co/files/censo2005/PERFIL_PDF_CG2005/00000T7T000.PDF

DANE. (2018).CENSO NACIONAL DE POBLACION Y VIVIENDA

2018. DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018/como-vivimos>

DANE. (2023, octubre). Índice de Precios de la Vivienda Nueva

(IPVN). <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-de-la-vivienda-nueva-ipvn#:~:text=EI%20%C3%8Dndice%20de%20precios%20de,crecimiento%20de%20%2C39%25>.

DANE. (2024, 31 de marzo). Índice de Precios de la Vivienda Nueva (IPVN). DANE.

<https://www.dane.gov.co/files/operaciones/IPVN/bol-IPVN-Itrim2024.pdf>

Dvonski, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Argentina: Granica.

El tiempo. (2020). ¿Es mejor comprar vivienda nueva o la remodelación? <https://www.eltiempo.com/economia/finanzas-personales/es-mejor-comprar-vivienda-nueva-o-usada-495786>

Mejia, V. (3 de Agosto de 2023). *Alcaldia de Cali*. Obtenido de

<https://www.cali.gov.co/seguridad/publicaciones/177419/conozca-los-pasos-para->

[obtener-una-licencia-urbanistica/](#)

Gutiérrez, E. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios especializada en pintura y remodelaciones en Bogotá.

Higuera, J. (2023, 25 de julio). Cali es la primera región del país con mayores ventas de Vivienda de Interés Social. La República. <https://www.larepublica.co/especiales/cali-celebra-487-anos/cali-es-la-primer-region-con-mayores-ventas-de-vis-3664446>

Maurera, E. (2005). Diseño de un sistema de control financiero y de operaciones para la empresa Construcciones y Servicios HAEFE, C.A.

Michaux, S., & Cadiat, A.-C. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. Bélgica: 50Minutos.es.

Muñoz, D., Cadena, B., & Romero, A. (2023). Creación de empresa de construcción enfocada en la remodelación de espacios versátiles.

ONU. (Abril de 2010). *Nacione unidas, derechos humanos: El derecho de una vivienda adecuada*. . Obtenido de https://www.ohchr.org/sites/default/files/FS21_rev_1_Housing_sp.pdf

Padilla, A., Hernández, C., & Gutiérrez, G. (2016). Creacion de empresa de remodelación

Amador, C. (2022). El análisis PESTEL. *El análisis PESTEL*. Hidalgo: Universidad Autonoma del Estado de Hidalgo ISSN: 2683-2054.

BID. (25 de Nooviembre de 2016). *Banco interamericano de desarrollo*. Obtenido de <https://blogs.iadb.org/ciudades-sostenibles/es/problema-de-vivienda/>

Cali, A. (13 de abril de 2015). Obtenido de https://www.cali.gov.co/informatica/publicaciones/106110/economia_de_cali/

Cali, A. d. (S.f). *Alcaldia de Santiago de Cali*. Obtenido de <https://www.cali.gov.co/planeacion/publicaciones/107322/estratificacion-socioeconomica-de-santiago-de-cali/>

CAMACOL. (2021). *CAMACOL*. Obtenido de Estudio de oferta y ventas de vivienda 2021, cali, candelaria, jamundí, palmira, y yumbo: <https://camacolvalle.org.co/wp-content/uploads/2023/02/Estudio-de-Oferta-y-ventas-de-Vivienda-Cali-y-area-de-influencia-2021-VF.pdf>

CAMACOL. (18 de Agosto de 2021). *camara de comercio de construcción*. Obtenido de <https://camacol.co/prensa/noticias/tecnologia-vivienda-e-inversion-una-realidad-creciente>

CAMACOL. (20 de Diciembre de 2022). *Camara de Comercio de Construcción*. Obtenido de https://camacol.co/sites/default/files/descargables/Informe%20Econ%C3%B3mico%2015_0.pdf

Cambio, G. d. (Mayo de 2023). *Departamento nacional del planeación: Plan Nacional de Desarrollo 2022-2024, Colombia potencia mundial de la vida*. Obtenido de <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/Publicaciones/plan-nacional-de-desarrollo-2022-2026-colombia-potencia-mundial-de-la-vida.pdf>

Capital, D. (Marzo de 2024). *Observatorio de Habitat* . Obtenido de https://observatoriohabitat.org/wp-content/uploads/2024/08/PIB_Marzo_2024.pdf

DANE. (2022). *Cali en cifras*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/encuesta-anual-del-sector-de-la-construccion-easc>

DANE. (2023). *DANE*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/files/operaciones/ECV/bol-ECV-2023.pdf>

DANE. (2024). *DANE*. Obtenido de <https://dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios->

y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica

DANE. (2024). *Departamento nacional de estadísticas* . Obtenido de

<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-de-la-vivienda-nueva-ipvn>

Dvonski, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Argentina: Granica.

InqMatic. (2024). *Centro de Ayuda de Negocios* . Obtenido de <https://inqmatic.com/programas-gratis-para-estimar-obras-de-construccion/>

Mejia, V. (3 de Agosto de 2023). *Alcaldia de Cali*. Obtenido de

<https://www.cali.gov.co/seguridad/publicaciones/177419/conozca-los-pasos-para-obtener-una-licencia-urbanistica/>

Michaux, S., & Cadiat, A.-C. (2016). *Las cinco fuerzas de Porter: Cómo distanciarse de la competencia con éxito*. Bélgica: 50Minutos.es.

ONU. (Abril de 2010). *Nacione unidas, derechos humanos: El derecho de una vivienda adecuada* . Obtenido de

https://www.ohchr.org/sites/default/files/FS21_rev_1_Housing_sp.pdf

Republica, B. d. (2024). *BanRepública*. Obtenido de

<https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-vivienda-usada-ipvu>

Rodriguez, E. (20 de Marzo de 2024). *Camacol*. Obtenido de Construcción 2024: El poder de las

Regiones: [https://camacol.co/actualidad/publicaciones/revista-](https://camacol.co/actualidad/publicaciones/revista-urbana/100/ciudades/construccion-2024-el-poder-de-las-regiones)

[urbana/100/ciudades/construccion-2024-el-poder-de-las-regiones](https://camacol.co/actualidad/publicaciones/revista-urbana/100/ciudades/construccion-2024-el-poder-de-las-regiones)

VALLE, C. (s.f). <https://camacolvalle.org.co/directorio-de-contratistas/>. Obtenido de

<https://camacolvalle.org.co/directorio-de-contratistas/>

de vivienda en Bogota.

Portafolio. (2023, abril 28). Diseño y sostenibilidad, una tendencia que se impone en Colombia.

Portafolio. <https://www.portafolio.co/tendencias/lujo/diseño-y-sostenibilidad-una-tendencia-que-se-impone-en-colombia-581963>

Republica, B. d. (2024). *BanRepública*. Obtenido de <https://www.banrep.gov.co/es/estadisticas/indice-precios-vivienda-usada-ipvu>

Rodriguez, E. (20 de Marzo de 2024). *Camacol*. Obtenido de Construcción 2024: El poder de las Regiones: <https://camacol.co/actualidad/publicaciones/revista-urbana/100/ciudades/construccion-2024-el-poder-de-las-regiones>

Tlacuilo, M. (2021). Manual de procedimientos para la compra, remodelación y venta de inmuebles, con aplicación de casos prácticos.

Torres, M. (2021). Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios locativos en el barrio la Nueva Base para la ciudad de Cali.

Trujillo, A. (2021). Propuesta de marketing estratégico para la empresa proveedora de servicios de construcción y obra civil en la ciudad de Cali, Ingecon del Valle SAS.

VALLE, C. (s.f). <https://camacolvalle.org.co/directorio-de-contratistas/>. Obtenido de <https://camacolvalle.org.co/directorio-de-contratistas/>

Vargas, D. (2024, 12 de mayo). Precio de vivienda usada ha subido 5% este año en Colombia, ¿a qué se debe? El Colombiano. <https://www.elcolombiano.com/negocios/precio-de-vivienda-usada-ha-subido-5-este-ano-en-colombia-a-que-se-debe-BE24467611>

Anexo 1.

Instrumento de encuesta

Tabla 12

Encuesta de preferencias de adquisición de vivienda

Cuestionario

El presente cuestionario es para fines únicamente académicos, los datos personales son opcionales, por favor siga las instrucciones en cada capítulo

Datos Sociodemográficos (señale x en la opción de su preferencia)

1	Nombre (Opcional)							
2	Sexo (señale X)	Hombre			Mujer		Otro	
3	Edad (señale X)	18-25		6	N° de integrantes de núcleo familiar	1		
		25-31				2		
		31-45				3		
		45-60				4		
		mayor o igual a 60				mayor o igual a 5		
4	Estrato (señale X)	0		7	Tipo de vivienda de residencia	Aparta estudio		
		1				Casa		
		2				Finca		
		3				Hotel		
		4				Apartamento		
		5				Habitación		
		Mayor o igual a 6				Otro		
5	Ingresos mensuales (señale X)	Menor a 1 SMMLV		8	Modalidad de vivienda	Arriendo		
		1 SMMLV				Propia		
		2 SMMLV				Empeño		
		3 SMMLV				hipoteca		
		4 SMMLV				Arriendo compartido		

		Mayor a 5 SMMLV				Otro	
Características de Vivienda (señale x en la opción de su preferencia)							
9	Número de habitaciones que prefiere	1		1 2	Número de Baños que prefiere en su lugar de vivienda	1	
		2				2	
		3				3	
		Mayor o igual a 3				Mayor o igual a 3	
10	Área	35 m2		1 3	De comprar vivienda escogería	Aparta estudió casa	
		80 m2				Apartamento	
		120 m2				Finca	
		Mayor a 120 m2					
11	De comprar vivienda escogería	Nueva		1 4	Si escogió comprar vivienda usada, que escogería, respecto al estado de conservación	Bueno	
		Usada				Normal	
						Regular	
						Malo	
Factores de compra (califique 1 a 5, siendo 1 el menos relevante y 5 el más relevante)							
15	Precio						
16	Ubicación						
17	Diseño /estilo/ distribución						
18	Área						
19	Modalidades de pago						
Canales de información para la compra de vivienda (califique 1 a 5, siendo 1 el menos relevante y 5 el más relevante)							
21	Portales inmobiliarios						
22	Agentes inmobiliarios						
23	Redes sociales						
24	Periódico						
25	Recomendaciones de conocidos						
26	Otro, ¿Cuál?						

Nota. Encuesta de preferencias de adquisición de vivienda. Elaboración propia, (2024)

Anexo 2. Entrevistas

Entrevista N°1

- **Nombre de Entrevistado (a):** Eduardo Cardona Cuartas
- **Trayectoria en el sector:** 17 años en el sector inmobiliario
- **Formación académica:** Arquitecto
- **Experiencia laboral:** Gerente inmobiliaria
- **Logros en el sector:** Permanecer en el mercado durante tantos años, diversificando la empresa
- **Respuestas de entrevista:**

1. ¿Cómo describiría actualmente el mercado inmobiliario en Cali en términos de demanda y oferta de viviendas usadas?

Respuesta. Lo describiría como un mercado competido y con mucha oferta, la demanda en este momento es lenta.

2. ¿Cuáles son las áreas de la ciudad que considera más prometedoras para la compra y remodelación de inmuebles? ¿Por qué?

Respuesta. Estrato 3, la comuna 5, es un sector que tiene una rápida rotación.

3. ¿Qué características específicas busca en un inmueble antes de decidir comprarlo para remodelar?

Respuesta. Áreas aprovechables, buena ubicación (cercano a iglesia, centro comercial, bancos, etc.), que se pueda reciclar la estructura

4. ¿Qué factores económicos (precios de compra, costos de remodelación, precios de venta) considera más importantes para evaluar la viabilidad de un proyecto de remodelación?

Respuesta. Factor precio de compra y costo de remodelación estratégico.

5. ¿Cómo influyen las regulaciones y normativas locales en sus decisiones de compra y remodelación de inmuebles?

Respuesta. Tienen alta influencia debido a que pueden proteger los intereses y evita problemas a futuro.

6. ¿Qué opciones de financiamiento recomendaría para alguien que quiera invertir en la compra y remodelación de un inmueble?

Respuesta. Los bancos y cooperativas.

7. ¿Cuáles son los principales riesgos que considera al invertir en la compra y remodelación de un inmueble, y cómo los mitiga?

Respuesta. Un riesgo es no tener un presupuesto definido, se debe mitigar teniendo claro los números de la inversión.

8. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en proyectos de remodelación? ¿Qué métricas considera más relevantes?

Respuesta. ROI y TIR

9. ¿Qué consejos le daría a alguien que está considerando entrar en el negocio de comprar, remodelar y vender inmuebles en Cali?

Respuesta. Que se documente, investigue y estudie el negocio.

Entrevista N°2

- **Nombre de Entrevistado (a):** Ignacio Pedraza
- **Trayectoria en el sector:** 5 años en el sector
- **Formación académica:** Ingeniero civil
- **Experiencia laboral:** Gerente empresa de ingeniería

- **Logros en el sector:** Sobrevivir a crisis financiera e iniciar negocio de compra, remodelación y venta en Estados Unidos
- **Respuestas de entrevista:**

9 ¿Cómo describiría actualmente el mercado inmobiliario en Cali en términos de demanda y oferta de viviendas usadas?

Respuesta. En este momento el mercado inmobiliario en Cali presenta una oferta superior a la demanda; la incertidumbre socioeconómica ha frenado la venta de inmuebles.

10 ¿Cuáles son las áreas de la ciudad que considera más prometedoras para la compra y remodelación de inmuebles? ¿Por qué?

Respuesta. Áreas como los barrios Versalles, San Vicente al norte y Tequendama al sur, son muy atractivas por su infraestructura urbana y de servicios y por su cercanía relativa al centro tradicional de Cali. Las posibilidades de uso múltiple (áreas mixtas) hacen atractivos estos sectores.

11 ¿Qué características específicas busca en un inmueble antes de decidir comprarlo para remodelar?

Respuesta. Que tenga posibilidades normativas de ampliación y/o subdivisión, y que sus especificaciones constructivas permitan adecuaciones no muy costosas.

12 ¿Qué factores económicos (precios de compra, costos de remodelación, precios de venta) considera más importantes para evaluar la viabilidad de un proyecto de remodelación?

Respuesta. Realizar una buena simulación financiera de la inversión, es clave para el éxito de un proyecto de remodelación. Todos los factores enunciados son importantes, pero es primordial partir del precio de compra.

13 ¿Cómo influyen las regulaciones y normativas locales en sus decisiones de compra y remodelación de inmuebles?

Respuesta. Gran importancia tiene las regulaciones y normativas urbanas para tomar una decisión de compra y remodelación de un inmueble, ya que son determinantes, puesto que orientan las posibilidades de desarrollo y usufructo de un predio.

- 14 ¿Qué opciones de financiamiento recomendaría para alguien que quiera invertir en la compra y remodelación de un inmueble?

Respuesta. Los créditos hipotecarios a través de los bancos son fundamentales para apalancar proyectos.

- 15 ¿Cuáles son los principales riesgos que considera al invertir en la compra y remodelación de un inmueble, y cómo los mitiga?

Respuesta. Los riesgos son altos sino se realizan sondeos de mercado que permitan visibilizar el producto a ofrecer. Es importante no salirse del mercado sobredimensionando la oferta y el producto final.

- 16 ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en proyectos de remodelación? ¿Qué métricas considera más relevantes?

Respuesta. Se considera que los proyectos de remodelación pueden tener una tasa de retorno entre el 8 y el 15% para que sean atractivas; lo ideal es que a la vuelta de ocho años debe recuperarse la inversión.

- 17 ¿Qué consejos le daría a alguien que está considerando entrar en el negocio de comprar, remodelar y vender inmuebles en Cali?

Respuesta. Empiece despacio con proyectos manejables, observando siempre sus posibilidades económicas y el musculo financiero que se tiene, porque muchas veces se pueden presentar situaciones exógenas que pueden afectar el normal desarrollo de los proyectos.

Entrevista N°3

- **Nombre de Entrevistado (a):** Andrés Felipe Bueno
- **Trayectoria en el sector:** 10 años en el sector de remodelaciones e inmobiliarios
- **Formación académica:** Administrador de empresas
- **Experiencia laboral:** Gerente empresa de remodelaciones
- **Logros en el sector:** Vender más de 7 proyectos el mismo mes, en el 2020 antes de iniciar la pandemia.

- **Respuestas de entrevista:**

1. ¿Cómo describiría actualmente el mercado inmobiliario en Cali en términos de demanda y oferta de viviendas usadas?

Respuesta. El mercado inmobiliario ha mejorado durante el segundo semestre de este año, la vivienda usada ha aumentado su oferta, la demanda poco a poco ha mejorado comparado con el año pasado. Ahora las personas aprovechan precios de oportunidad para adquirir los inmuebles usados.

2. ¿Cuáles son las áreas de la ciudad que considera más prometedoras para la compra y remodelación de inmuebles? ¿Por qué?

Respuesta. Veo con mucho potencial el sector de Tequendama y el refugio.

3. . ¿Qué características específicas busca en un inmueble antes de decidir comprarlo para remodelar?

Respuesta. Estado del inmueble, costos de remodelación, espacios.

4. ¿Qué factores económicos (precios de compra, costos de remodelación, precios de venta) considera más importantes para evaluar la viabilidad de un proyecto de remodelación?

Respuesta. Considero muy relevante el precio de compra y el costo de remodelación, también el precio del mercado.

5. ¿Cómo influyen las regulaciones y normativas locales en sus decisiones de compra y remodelación de inmuebles?

Respuesta. Relevantes, ya que siempre hay que estar regido a la normativa y se debe cumplir con las regulaciones. Algunas personas no tienen en cuenta las regulaciones y luego vienen los problemas o multas, lo que hacen que los proyectos se vuelvan inviables.

6. ¿Qué opciones de financiamiento recomendaría para alguien que quiera invertir en la compra y remodelación de un inmueble?

Respuesta. Las entidades bancarias y los fondos de ahorro.

7. ¿Cuáles son los principales riesgos que considera al invertir en la compra y remodelación de un inmueble, y cómo los mitiga?

Respuesta. Un riesgo serio no tener en cuenta la normativa, se mitiga estando al tanto de esta y siempre tener presente su cumplimiento en todos los proyectos.

8. ¿Cómo evalúa el retorno de inversión en proyectos de remodelación? ¿Qué métricas considera más relevantes?

Respuesta. El retorno de la inversión se puede evaluar de varias formas, una de las que usan es el valor de la venta final menos los costos de la inversión.

9. ¿Qué consejos le daría a alguien que está considerando entrar en el negocio de comprar, remodelar y vender inmuebles en Cali?

Respuesta. Que siempre tenga presente la parte legal y normativa, dedicarle tiempo a la búsqueda de un buen inmueble y en la remodelación siempre tenga un factor diferenciador. Es un buen mercado si se hacen las cosas bien y se sabe aprovechar.

Anexo 3. Ejemplo de aplicación de la guía de apoyo

Paso 1. Selección del inmueble				
Búsqueda e identificación del inmueble: teniendo en cuenta los resultados del análisis del mercado, se encuentra un inmueble para estudio el cual tiene un valor de 150.000.000, tiene un área de 90 m2, 3 habitaciones, 2 baños, techo en buen estado, tiene 20 años de construcción, las reparaciones a realizar son internas (no requieren tramite de licencia), cuenta con acceso a servicios, agua, energía y gas domiciliario.				
Paso 2. Determinación del mercado				
La población objetivo base del análisis de mercado, se realiza consulta de precio de m2 del sector, definir canales de venta preferidos por la población: anuncios en periódicos, inmobiliarias y páginas de inmuebles.				
Paso 3. Diseño de remodelacion				
Se realiza un bosquejo, diseño, y cálculo de las obras a realizar, con un estimado de 37.000.000 (remodelación de piso, baños, cocina, pintura, iluminación y puertas)				
Nota: para la asignación del peso relativo, con base a los resultados del análisis de mercado. Se aplica la siguiente herramienta y en Peso Relativo permite calificar: 1 Deficiente, 1 Regular, 3 Bueno, 4 Excelente. Se deben leer los aspectos a tener en cuenta.				
Herramienta de toma de decisión a nivel técnico para la compra de un inmueble				
Aspecto Por Evaluar	Ponderación	Peso Relativo	Total	Aspectos a tener en cuenta
Acceso a Materiales	14%	4	0,56	¿Se cuenta con proveedores que dispongan de los materiales necesarios para ejecutar la simulación previamente elaborada, locales, nacionales?
Área Construida	5%	4	0,2	¿Superior a 36 m2
Licencia de construcción de uso mixto	15%	4	0,6	¿La licencia de la propiedad es de uso mixto o limitante?
Vida útil del inmueble	10%	3	0,3	Inmuebles con muros de carga: 70 años
				Inmuebles con estructura de concreto, metálica o mampostería estructural: 100 años
Promedio de costo de m2 para remodelación	15%	3	0,45	Establecer margen de ganancia por m2, para tomar la decisión
Número de niveles del inmueble	10%	2	0,2	Considerar los sistemas de elevación, funcionales, accesibles y aptos para movilidad reducida
Distribución	3%	3	0,09	Evaluar la distribución en función de la comodidad y conexión de espacios

Número de ambientes	3%	4	0,12	Mínimo 3 ambientes (baño, cocina, habitación)
Ubicación geográfica	15%	3	0,45	Como mínimo con acceso a vías en buen estado, acceso a comercio de necesidades básicas
Estado de redes de suministro de (agua, luz y gas)	10%	3	0,3	Evaluar el estado y funcionamiento correcto de redes de suministro
	100%		3,27	

Se obtuvo que la sumatoria de la calificación es 3.27 (mayor a 2), esto significa que es viable continuar con la evaluación de la oportunidad

Paso 4. Venta y promoción

Promoción: periódico el país, portales inmobiliarios (metrocuadrado, finca raíz, metroxmetro), alianzas con inmobiliarias.

Alianza financiera con bancos, para agilidad de los estudios de financiación en caso de que el cliente lo requiera.

Realizar fotos y video publicitario

Paso 5. Proyección financiera y financiación

En la siguiente herramienta se proyectan los costos e ingresos que se esperan tener:

GENERALIDAD DEL PROYECTO				
Elemento	Valor		Notas	Seguimiento
Precio de compra del inmueble	\$ 150.000.000,00		Costo de compra del inmueble	
Gastos notariales y legales	\$ 2.000.000,00		Gastos de escritura y notaria	
Tiempo estimado de remodelación	2 meses		Tiempo de ejecución de las obras	
Precio de venta estimado del inmueble	\$ 240.000.000,00		Precio estimado al que se venderá el inmueble	
Valor del mercado (precio comparativo de inmuebles similares)	\$ 230.000.000,00		Valor m2, en el sector en estudio	
COSTOS DE REMODELACIÓN				
Elemento	Valor		Notas	
Materiales	\$ 22.000.000,00		Costos de materiales (pintura, cerámica, pisos, etc.)	
Mano de obra	\$ 15.000.000,00		Pago a contratistas, electricistas, plomeros, etc.	

Permisos y licencias de remodelación	\$ 1.000.000,00		Costos para permisos legales y licencias locales	
Honorarios de diseño o arquitectura	\$ 3.000.000,00		Pago a arquitectos, diseñadores, ingenieros	
Otros costos de logística	\$ 2.000.000,00		Incluye limpieza, transporte, etc.	
Total de costos de remodelación	\$ 43.000.000,00		Suma total de todos los costos de remodelación	
GASTOS FINANCIEROS				
Intereses sobre préstamo (si aplica)	\$ 4.000.000,00		Costo por financiamiento, si utilizas crédito	
Costos bancarios y comisiones	\$ 500.000,00		Comisiones de gestión o intermediación bancaria	
Total de costos financieros	\$ 4.500.000,00		Suma de todos los costos financieros	
OTROS GASTOS				
Servicios y mantenimiento durante remodelación	\$ 600.000,00		Agua, luz, gas, y otros durante la remodelación	
Publicidad y marketing para venta	\$ 7.000.000,00		Anuncios, comisiones inmobiliarias, visitas, pautas ... Etc.	
Gastos administrativos	\$ 600.000,00		Cualquier gasto de gestión adicional (contabilidad, etc.)	
Total de otros gastos	\$ 8.200.000,00		Suma total de los otros gastos operativos	
INGRESOS				
Precio estimado de venta	\$ 240.000.000,00		Precio de venta del inmueble al público	
Ingreso por venta después de impuestos	\$ 231.800.000,00		Ingreso final después de impuestos y comisiones de venta (si aplica)	
Total ingreso por venta	\$ 240.000.000,00		Total estimado por la venta del inmueble	

INDICADORES DE VIABILIDAD				
Indicadores financieros	16,67	ROI	((Ingreso por venta- costo total del proyecto) / (costo total del proyecto)) *100%	
UTILIDAD NETA	\$ 34.300.000,00	UN	Precio de venta - Costo total- Gasto total	

Paso 6. Medicion de resultados

Se elabora la siguiente lista de chequeos para ser implementada en un plan de acción y seguimiento:

Ejecución de presupuesto (apoyo con la herramienta diagrama de Gantt)

Cronograma (apoyo con la herramienta diagrama de Gantt)

Satisfacción del cliente (realizar seguimiento al cliente)