

**CREACION DE UNA CONSTRUCTORA DE VIVIENDA PARA LOS ESTRATOS
1, 2 y 3 EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER**

JUAN CARLOS SANCHEZ RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

**CREACION DE UNA CONSTRUCTORA DE VIVIENDA PARA LOS ESTRATOS
1, 2 y 3 EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER**

JUAN CARLOS SANCHEZ RODRIGUEZ

Proyecto de grado para optar el título de profesional en Gestión empresarial

**Directora
LILIA ISABEL VALBUENA R.
Ingeniera Industrial**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2014**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	21
GENERALIDADES	22
1.1 LA VIVIENDA EN COLOMBIA	22
1.2 ConTexto Geografico.	25
1.2.1 Posición Geográfica	25
1.3 MARCO REFERENCIAL LEGAL	26
2 ESTUDIO DE MERCADOS	40
2.1. OBJETIVOS	40
2.1.1 General	40
2.1.2 Específicos	40
2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO	41
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio de venta de lotes	41
2.2.3 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia	43
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	43
2.3.1 Mercado potencial	43
2.3.2 Mercado objetivo	43
2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS	44
2.4.1 LA DEMANDA	44
2.4.1.1 Planteamiento del problema	44
2.4.1.2 Necesidades de información.	45
2.4.1.3. Ficha Técnica	45
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados	47
2.4.2. Estimación de la Demanda	60
2.4.3. Proyección de la Demanda	60
2.5 LA OFERTA O COMPETENCIA	61
2.5.1 Necesidades de información	61
2.5.2, Ficha técnica: No aplica	61

2.5.3	Estimación de la Oferta	61
2.5.4	Análisis de la Situación actual de la competencia	61
2.6	RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA	63
2.7	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	63
2.7.1.	Estructura de los canales actuales	63
2.7.2	Ventajas y desventajas de los canales de comercialización	64
2.7.3	Selección de los canales de comercialización	64
2.8	PRECIO	65
2.8.1.	Análisis de precio de la competencia	65
2.8.2.	Estrategias de fijación de precios	65
2.9	PUBLICIDAD Y PROMOCION	65
2.9.1.	Objetivos:	65
2.9.2	Ilustración 22 Logotipo:	66
2.9.3	Slogan	66
2.9.4	Análisis de medios	66
2.9.6	Estrategias Publicitarias. Para el lanzamiento	70
2.9.7	Presupuestos de publicidad y promoción.	70
2.9.7.1.	De lanzamiento	70
2.9.7.2	De operación	71
2.10	CONCLUSIONES DEL EL ESTUDIO DE MERCADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	71
3	ESTUDIO TECNICO	73
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	73
3.1.1	Descripción del tamaño del proyecto:	73
3.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto	73
3.1.3	Capacidad del proyecto.	74
3.1.3.1	Capacidad total diseñada	74
3.1.3.2.	Capacidad instalada	74
3.1.3.3.	Capacidad utilizada y proyectada	75
3.2.	LOCALIZACION	75
3.2.1.	Macro localización	75
3.2.2	Micro localización	75
3.3.	INGENIERIA DEL PROYECTO	79

3.3.1 Ficha técnica del bien	79
3.3.2. Descripción técnica del proceso de venta	80
3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.	81
3.3.4. Control de Calidad.	82
3.3.5. Recursos	82
3.3.5.1. Recurso Humano	82
3.3.5.2 Recursos Físicos	83
3.3.6. Estudio de Proveedores.	84
3.3.7. Distribución	84
3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO	86
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	87
4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN	87
4.2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	87
4.2.1. Visión.	87
4.2.2. Misión	87
4.2.3. Objetivos	88
4.2.4. Políticas.	88
4.2.4.1. Políticas de personal.	88
4.2.4.2. Políticas de ventas	88
4.2.4.3. Políticas de compras.	89
4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	89
4.3.1. Organigrama.	89
4.3.2 Descripción y perfil de cargos	90
4.3.3. Asignación salarial	98
4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO	100
5. ESTUDIO FINANCIERO	102
5.1 INVERSIONES	102
5.1.1 Inversión fija.	102
5.1.1.1 Terreno	102
5.1.1.2 Construcción y adecuación	102
5.1.1.3. Muebles y enseres	102
5.1.1.4. Equipo de oficina	103
5.1.1.5 Total de Inversión fija.	103

5.1.2. Inversión diferida	104
5.1.3. Inversión de capital de trabajo	104
5.1.3.1 Costos de servicio	104
5.1.3.1.1 Terrenos para la venta.	104
5.1.3.1.2 Mano obra directa	105
5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestación del servicio de la venta del lote	105
5.1.3.1.4 Total costos de venta de los lotes	106
5.1.3.2 Gastos de administración y ventas	107
5.1.3.3 Gastos Financieros	110
5.1.3.4 Total Capital de trabajo	110
5.1.4 Inversión total	111
5.1.5 Fuentes de financiación	111
5.2. COSTOS	113
5.2.1. Costos fijos.	113
5.2.2. Costos variables	113
5.2.3. Costos totales unitarios.	114
5.3. PRECIO DE VENTA	114
5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS	115
5.4.1 Estado de resultado proyectado a 5 años	115
5.4.2 Flujo de Caja Proyectado	116
5.4.3 Balance General a 5 años	118
5.5 CONCLUSIONES	119
EVALUACIÓN DEL PROYECTO	120
6.1 EVALUACION SOCIAL	120
6.2 EVALUACION AMBIENTAL	120
6.3 EVALUACION FINANCIERA.	121
6.3.1 Valor presente neto	121
6.3.2 Tasa Interna Retorno (TIR.).	124
6.3.3. Periodo de recuperación	125
6.3.4. Análisis de las Razones Financieras.	126
6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO	129
6.5 CONCLUSIONES SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO	130

7. CONCLUSIONES	131
8. RECOMENDACIONES	134
9. BIBLIOGRAFIA	135
ANEXOS	137

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Valor Lote	30
Tabla 2. Ficha Técnica	45
Tabla 3. Estrato al cual pertenece	47
Tabla 4. Integrantes del núcleo familiar	48
Tabla 5. Ingresos familiares	49
Tabla 6. Hace cuanto vive en arriendo	50
Tabla 7. Vivienda actual	51
Tabla 8. Ahorro para vivienda	52
Tabla 9. Subsidio de vivienda	53
Tabla 10. Tipo de contrato laboral	54
Tabla 11. Medio de Información	55
Tabla 12. Compraría lote	56
Tabla 13. Ubicación del lote	57
Tabla 14. Planes de Crédito	58
Tabla 15. Ubicación de la Constructora	59
Tabla 16 Análisis de precios	65
Tabla 17 Presupuesto de lanzamiento	71
Tabla 18 Presupuesto de publicidad de sostenimiento	71
Tabla 19 selecciones de ubicación	76
Tabla 20 Determinación de la ubicación de la empresa	78
Tabla 21 Ficha técnica del bien a comercializar	79
Tabla 22 descripción técnica del proceso de venta	80
Tabla 23 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	81
Tabla 24 Requerimiento de personal.	82
Tabla 25 Requerimiento de muebles y enseres.	83
Tabla 26 Requerimientos de equipos de oficina	83
Tabla 27 Distribución plano de la oficina de comercialización	84

Tabla 28 Manual del gerente	90
Tabla 29 Manual de la secretaria	92
Tabla 30 Asesor contable	93
Tabla 31: Asesor jurídico	94
Tabla 32 Arquitecto	95
Tabla 33 ingeniero civil	96
Tabla 34 Asesor Comercial	97
Tabla 35 Asignación salarial mensual para el cargo	98
Tabla 36 Porcentaje para el cálculo de prestaciones sociales	99
Tabla 37 Porcentaje para el cálculo de seguridad social	99
Tabla 38 Porcentaje de cotización según "Factor riesgo"	100
Tabla 39 Aportes parafiscales	100
Tabla 40 Inversión en muebles y enseres.	103
Tabla 41 Equipo de Oficina	103
Tabla 42 Total de inversión fija	103
Tabla 43 Inversión diferida	104
Tabla 44 Costo mts de los lotes para la venta	105
Tabla 45 mano de obra directa	105
Tabla 46 Gastos indirectos de comercialización	106
Tabla 47 Total costos indirectos de la comercialización	106
Tabla 48 Total costos de venta de los lotes	106
Tabla 49 Nomina Administrativa	107
Tabla 50 Depreciación administrativa	108
Tabla 51 Amortización de diferidos	108
Tabla 52 Mantenimiento administrativo	108
Tablas 53 Seguros administrativos.	109
Tabla 54 Total Gastos generales	109
Tabla 55 Gastos de administración y ventas	109
Tabla 56 gastos financieros	110
Tabla 57 total capital de trabajo	110

Tabla 58 Inversión Total	111
Tabla 59 fuentes de financiación	111
Tabla 60 Amortización del crédito	111
Tabla 61. Costos fijos	113
Tabla 62 costos variables	114
Tabla 63 costos totales unitarios	114
Tabla 64 Ingresos proyectados	115
Tabla 65 estado de resultados proyectados a 5 años	115
Tabla 66 flujo de caja proyectado	116
Tabla 67 balance general	118
TABLA 70 Periodo de recuperación	126
Tabla 71 Razón corriente.	127
Tabla 72 Nivel de endeudamiento	127
Tabla 73 Rotación de activos	128
Tabla 75 Margen neto.	129
Tabla 76. Punto de equilibrio	130

LISTA DE ILUSTRACIONES

	Pág.
Ilustración 2 Proceso de autoconstrucción	41
Ilustración 3 Diseño final de la casa	42
Ilustración 4. Zonas Complementarias	42
Ilustración 5. Estrato al cual pertenece	47
Ilustración 6. Integrantes del núcleo familiar	48
Ilustración 7. Ingresos por familia	49
Ilustración 8. Tiempo en arriendo	50
Ilustración 9. Vivienda actual	51
Ilustración 10. Ahorro para vivienda	52
Ilustración 11. Subsidio de vivienda	53
Ilustración 12. Tipo de contrato laboral	54
Ilustración 13. Medio de Información	55
Ilustración 14. Compraría un lote	56
Ilustración 15. Ubicación del lote	57
Ilustración 16. Planes de Crédito	58
Ilustración 17. Ubicación de la Constructora	59
Ilustración 19 logo Noriega Campiño	62
Ilustración 20 Canal Directo.	63
Ilustración 21 Canal Directo	64
Ilustración 23 plano de oficina	85
Ilustración 24 Distribución plano del lote a vender	85
Ilustración 25 Plano con identificación del sector	86
Ilustración 26 Organigrama	89

LISTADO DE ANEXOS

Anexo A. ENCUESTA (DEMANDA) PARA FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CONSTRUCTORA DE VIVIENDA PARA LOS ESTRATOS 1, 2 y 3 EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER

137

RESUMEN

TITULO: FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA CONSTRUCTORA DE VIVIENDA PARA LOS ESTRATOS 1, 2 y 3 EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER

AUTORES: JUAN CARLOS SÁNCHEZ

PALABRAS CLAVES: Vivienda, construcción, Interés Social.

DESCRIPCIÓN: La vivienda es una necesidad básica del ser humano. Así se ha reconocido de una u otra manera en todas las culturas y a través del tiempo, aunque la satisfacción de esta necesidad haya sido históricamente tan diversa y tan desigual como complejas han sido las estructuras sociales en las distintas culturas y cambiantes las condiciones históricas y del medio circundante que les han servido de contexto. Modernamente se reconoce que el tema de la vivienda ganó el estatus de problema social, a partir del momento en que la revolución industrial concentró grandes poblaciones de campesinos y artesanos desarraigados en torno a las instalaciones fabriles, en condiciones tan degradantes de hacinamiento e insalubridad que, desde los orígenes del movimiento obrero, la reivindicación de una vivienda digna formó parte de los objetivos centrales sus luchas.

El presente proyecto constructora de vivienda, contribuye con el desarrollo microempresarial en todo el país, enfocándolo desde la doble perspectiva de su misma dinámica y potencialidad tanto a nivel comercial como productivo.

Se hicieron 5 estudios el primero, el de mercados muestra que la gente ahorra para comprar vivienda, muchas personas tiene aprobados subsidios. En la parte técnica se desarrolló los procesos de la prestación del servicio. Se venderán inicialmente 4.104 mts² para construir 57 casa de 72 mts². Financieramente es un escenario ambicioso y rentable, al arrojar unos datos positivos donde el VPN de \$ 1.686.285.025, es valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, la TIR, del 312.57%,

Proyecto de grado.

** Universidad Industrial de Santander, Instituto de Proyección Regional y Educación a Distancia. Gestión Empresarial. Director: Lilia Isabel Valbuena

ABSTRACT

TITLE: FEASIBILITY STUDY FOR CREATING A HOUSING CONSTRUCTION COMPANY STRATA 1, 2 and 3 IN THE MUNICIPALITY OF SAN GIL, SANTANDER

AUTHORS: JUAN CARLOS SANCHEZ

KEYWORDS: Housing is a basic human need. This has been recognized in one way or another in all cultures and through time, but the satisfaction of this need has historically been as diverse and complex as unequal as were the social structures in different cultures and changing historical conditions and surroundings that have provided a context. In modern times it recognizes that the issue of housing problem won social status, from the time when the industrial revolution large concentrated populations uprooted peasants and artisans around manufacturing plants in such degrading conditions of overcrowding and unsanitary conditions that from the origins of the labor movement, the claim of decent housing was part of the central objectives struggles.

This project homebuilder, microenterprise development contributes across the country, focusing from the dual perspective of the same dynamic and both commercial potential as productive.

5 studies were made first, the market shows that people save to buy a home, many people have approved grants. On the technical processes developed service delivery. It initially sold 4,104 m² to build 57 house of 72 m². Financially is an ambitious and profitable scenario, to shed some positive data where the NPV of \$ 1.686.285.025, is relatively high value when taking into account that the net surplus is not distributed and are reinvested in the same development project, year after year, the minimum acceptable rate of return of investors is 9.77% per year regardless of inflation constant weights work flows and net present with an IRR of 312,57%,

graduation project.

** Industrial University of Santander, Regional Institute of Design and Distance Education. Management. Directed by Lilia Isabel Valbuena

GLOSARIO

Aceptación se entiende como tal el hecho de aceptar el contrato y los términos descritos en el mismo de un préstamo hipotecario ofertado por una entidad bancaria.

Acreedor persona que tiene un derecho de crédito sobre otra, en relación con el pago de una deuda u obligación.

Acta notarial es un documento público que se exige en determinadas ocasiones, mediante el cual un notario da fe de determinado hecho.

Acto jurídico hecho, acontecimiento u actuación al que el ordenamiento legal da una determinada trascendencia jurídica.

Actos jurídicos documentados es un impuesto o gravamen que se aplica a tres tipos de documentos: documentos notariales (escrituras, actas y testimonios), documentos mercantiles (letras de cambio, pagarés, bonos, obligaciones, certificados de depósito) y documentos administrativos (títulos nobiliarios y anotaciones preventivas de embargo).

Acuerdo de compraventa es un pacto entre dos partes, en este caso, vendedor y comprador. Ambas personas se comprometen a llevar a cabo una compraventa.

Administrador cuando se refiere a una comunidad de propietarios, es la persona que se encarga de la gestión diaria de la misma. Lo nombra la Junta de propietarios y puede ser o no vecino del inmueble (por ejemplo un administrador de fincas)

Adquisición acto jurídico por el que una persona incorpora a su patrimonio un bien o derecho.

Adquisición preferente derecho que se le otorga a una persona para adquirir, por ejemplo una finca, con preferencia a cualquier otra persona, en caso de que la misma sea transmitida por su propietario.

Afección de bienes siempre que la ley lo establezca, los bienes y derechos transmitidos quedan afectados al pago de los correspondientes tributos que graven las transmisiones, adquisiciones o importaciones, cualquiera que sea su poseedor a menos que sea un tercero de buena fe y justo título protegido por ley.

Si la deuda no es satisfecha, la Hacienda pública podrá requerir al poseedor del bien afecto el pago del mismo.

Amortización pago total o parcial que se realiza para la devolución de un préstamo. Además, se entiende por amortización la cantidad del capital que se va

devolviendo. Por tanto, a medida que va pasando el tiempo, de cada cuota iremos amortizando más capital y se irán reduciendo los intereses.

Amortización anticipada capital de un préstamo que se devuelve antes de las fechas pactadas inicialmente. Puede ser total o parcial. Normalmente, se suele cobrar un porcentaje sobre la cantidad amortizada anticipadamente, para compensar el perjuicio financiero que supone la modificación del calendario de amortización pactado.

En el caso de los préstamos a tipo variable este porcentaje puede ser, como máximo, el 1% cuando se produce una cancelación anticipada, no cuando es una amortización parcial.

Apropiación Acción de apoderarse de algo de otra persona, haciéndose dueño de ello.

Arras cantidad de dinero que supone una parte del precio total de la vivienda y que se confía al vendedor como garantía de que el comprador cerrará la operación en un plazo determinado. Si después de este plazo el comprador desiste, pierde la suma entregada. En cambio, si el vendedor no respeta el plazo pactado y vende la vivienda a otra persona, tendrá que devolver el doble de esta cantidad a la persona que remitió las arras. Si la operación se cierra, las arras son consideradas como un pago a cuenta.

Arrendador en el contexto de vivienda, es la persona que cede a otra el uso de una casa en arriendo o alquiler.

Aval es un sinónimo de garantía y se trata de un instrumento para prestar garantía del cumplimiento de una obligación, mediante el cual una persona (avalista) se compromete a pagar ciertas cantidades en el caso de que otra (avalado) no las hiciera efectivas.

Avalista persona que interviene como garante en un préstamo y que asume la responsabilidad de pago en caso de que quien lo pide (prestatario) no haga frente a la deuda o a sus intereses.

Cajas de Compensación son corporaciones de derecho privado sin fines de lucro, creadas hace más de 20 años, para administrar por cuenta del Estado, las prestaciones de seguridad social como las asignaciones familiares, los subsidios de cesantía, los subsidios por incapacidad laboral y por reposo maternal de los trabajadores afiliados. Para ello reciben una comisión por la administración de esas prestaciones que es otorgada por el Estado.

Declaración de obra nueva escritura notarial otorgada con la finalidad de hacer constar de manera fehaciente, generalmente para su posterior inscripción en el Registro de la Propiedad, la modificación realizada en una determinada finca (edificación construida, plantaciones, mejoras.)

Demora tiempo que transcurre entre la fecha de cumplimiento de una obligación y la fecha en que se cumple real y satisfactoriamente.

Depósito se atribuye este término cuando una persona recibe de otra cualquier cosa, con la obligación de conservarla y restituirla a su tiempo. Generalmente se realiza un contrato gratuito, si no se pacta lo contrario.

Derecho de opción de compra faculta a su titular a adquirir una vivienda a un determinado precio y durante un determinado plazo prefijado de antemano.

Derecho de retracto derecho de adquisición preferente que posibilita a sus titulares adquirir la propiedad de una determinada vivienda con preferencia a un tercero (mediante subrogación en la posición de ese tercero- comprador) en el caso de que el propietario de la misma haya procedido a su venta.

Legalmente se establecen varios tipos de retracto: a favor de coherederos, copropietarios, colindantes, arrendatarios, pudiendo también establecerse dicho derecho de manera convencional o pactada.

División horizontal forma de organizar la propiedad en un inmueble, mediante la división del mismo en fincas independientes, asignando a cada una de ellas de un coeficiente de copropiedad sobre los elementos comunes (escaleras, patios, tejados).

Documento privado se trata de todo aquello (papel, grabación) susceptible de recoger una expresión del pensamiento humano o una manifestación de voluntad. El documento privado se define por exclusión, considerando como tal todo documento no susceptible de ser calificado como público.

Documento público se consideran documentos públicos las resoluciones y diligencias de actuaciones judiciales, los documentos autorizados por notario, las certificaciones expedidas por los Registradores y todos los documentos expedidos por funcionarios públicos legalmente facultados.

Subsidios: una prestación pública asistencial de carácter económico y de duración determinada (por ejemplo, un subsidio de desempleo). Una contribución impuesta al comercio y a la industria.

Título documento que recoge la concertación de un negocio jurídico.

Título de propiedad documento que acredita la titularidad de un bien.

Traspaso cesión remunerada de un local de negocio que efectúa el arrendatario a un tercero.

Vivienda de Interés Social (VIS) aquella que se desarrolla erige con destino las personas y hogares de bajos recursos e ingresos (menos de cuatro salarios mínimos vigentes).

INTRODUCCIÓN

La vivienda ha sido en el desarrollo de las ciudades parte importante porque ha sido la célula que ha dado origen a los asentamientos en el mundo, ha sido además el abrigo contra el clima, el sol, y los fenómenos naturales, ha sido la guarida y el techo del hombre, como también en las grandes ciudades ha llegado a caracterizarse por ser la célula que revitaliza los centros urbanos en deterioro, a partir de grandes programas de iniciativa pública y privada, que han servido en la historia y en tanto escrito publicado como ejemplo, de alguna manera, para mitigar cuantitativamente y cualitativamente las necesidades de los gobiernos por atacar el déficit de vivienda.

En Colombia se ha visto como a través de diferentes procesos desde los años donde se desarrollaba la vivienda en los centros urbanos poblados cerca de las zonas industriales, se ha dado la figura de programas de vivienda, todo esto ha llevado a un conocimiento claro del déficit, pero nadie puede precisar cómo es la vivienda digna que establece la constitución nacional, no hay parámetros para definirla, no hay fórmulas para calcularla, no hay programas para difundirla, solo se sabe que la vivienda digna es aquella donde nuestros sueños se pueden cultivar, donde hay un espacio para el día y para la noche, donde hay un espacio para el descanso como vestidura del hogar y donde se propician las actividades propias del dormir, del cocinar, del asear y del relacionarse como punto de partida de la educación familiar. Este proyecto presenta el montaje de una constructora de vivienda para los estratos 1, 2 y 3 en el municipio de san gil, Santander.

En el presente estudio se desarrollaron cada uno de los componentes que contempla la factibilidad. En el estudio de mercado, se realiza una investigación de mercados entre los habitantes de las comunas 1, 2, 3, con el fin de indagar sobre las intenciones de compra de vivienda o mejorarla, En el estudio técnico se determina el tamaño del proyecto, sus capacidades diseñada, instalada y utilizada para este tipo de negocios, de igual forma la consecución de los diferentes recursos requeridos para la implementación de la empresa y el mobiliario que requiere para los diferentes servicios. En el estudio administrativo los aspectos legales y de constitución que se deben tener en cuenta en este tipo de organización, el organigrama y los perfiles de cargos para el área de servicios y administrativo. En el estudio financiero se hacen las estimaciones de las inversiones, las proyecciones de los ingresos y egresos, para finalmente los estados financieros proyectarlos a cinco años. La evaluación del proyecto se realiza desde el punto de vista de lo ambiental, lo social y lo financiero, con el fin de tener un documento técnico para tomar la decisión de su inversión final.

GENERALIDADES

1.1 LA VIVIENDA EN COLOMBIA

Indudablemente, el sector de la construcción ha sido uno de los que más dinamismo ha registrado en los últimos años. No solamente se hace evidente que el sector de la construcción se encuentra en una fase expansiva, sino que su participación dentro del PIB ha ganado mayor importancia después de la crisis de 1999. Recientes estudios han demostrado que el mayor impulso a la construcción venía por el impulso de la economía agregada, pero además han demostrado que el descenso en la actividad constructora también se asociaba en una magnitud importante al comportamiento del PIB. Si el país mantenía tasas de crecimiento superiores al 5% anual, el crecimiento en las licencias de construcción lo hacían en un 10%-12%. No obstante, el aumento de la liquidez en la economía que caracterizó gran parte de los años noventa señalaba un ritmo de expansión insostenible para la actividad constructora, que se hizo evidente durante la posterior crisis a finales de esta década.

¹La actividad edificadora es el sector productivo de mayor dinamismo, según las cifras presentadas hoy por el Dane. El informe muestra que el sector creció, en términos anuales, 7,9% durante el segundo trimestre de 2013. Para Camacol, garantizar un crecimiento sostenido en el largo plazo, depende del fortalecimiento del mercado, especialmente en la oferta de vivienda. Bogotá, septiembre 19 de 2013 El aporte de la construcción al dinamismo de la economía es un factor importante para el impulso al empleo y a otros sectores productivos. Así lo manifestó la presidente Ejecutiva de Camacol, Sandra Forero Ramírez al conocer las cifras de crecimiento al segundo trimestre del año, presentadas hoy por el Dane. De acuerdo con este informe, la economía colombiana creció 4.2%,

¹ <http://camacol.co/noticias/sector-edificador-lidera-el-crecimiento-del-pib/>./Consultado sept20 de 2013

mientras que el sector edificador presentó una tasa de incremento 1.9 veces mayor. “Este resultado responde al positivo volumen de actividad que ha incorporado la construcción de vivienda social, en particular de vivienda gratuita; además del desarrollo de obras en destinos no residenciales sobre los cuales veníamos observando un repunte sostenido”, afirmó la dirigente gremial.

Con este resultado la actividad edificadora sumó tres trimestres, a una tasa de crecimiento promedio de 10%, lo que confirma la fase positiva por la que atraviesa. Las perspectivas en la generación de valor agregado sectorial siguen siendo optimistas en el corto plazo, debido a que se ha acentuado la tendencia creciente en las preventas de vivienda nueva, una vez materializada su ejecución, el aporte al PIB del sector será evidente. No obstante, la Presidente de Camacol anunció que la sostenibilidad del dinamismo del sector dependerá de lo que ocurra con el lanzamiento de nuevos proyectos, aspecto en el que la industria edificadora enfrenta grandes obstáculos.

²Hay señales positivas en la creación de empleo en la construcción: Como “una señal de recuperación en la contratación de mano de obra sectorial”, calificó la presidenta de Camacol, Sandra Forero Ramírez, el incremento anual de 5% reportado por el Dane durante el mes de agosto.

Destacó que después de siete meses consecutivos de decrecimiento en el número de ocupados, se registró la contratación de 53.000 personas, siendo la más alta de julio de 2012.

Según la dirigente gremial, la evolución del componente edificador en materia de ejecución de los proyectos y de volumen de actividad venía mostrando señales positivas, por lo cual este resultado está en línea con lo que mostraban los indicadores líderes.

² <http://camacol.co/noticias/hay-se%C3%B1ales-positivas-en-la-creaci%C3%B3n-de-empleo-en-la-construcci%C3%B3n/CONSULTADO/SEPT/22/DE/2013>

El sector presentó la segunda mayor variación en la generación empleo durante el mes agosto, seguido del crecimiento de 20% en el número de ocupados en las actividades de intermediación financiera. “Este aporte del empleo sectorial a la ocupación del país es fundamental para continuar con la tendencia decreciente en la tasa de desempleo que hoy en día se acerca a 9%; más en momentos en que 5 de 10 sectores muestran reducciones en sus nivel de ocupación” concluyó Forero Ramírez.

En términos regionales, los resultados muestran que en 7 de las 13 ciudades la generación de empleo fue positiva, destacándose el comportamiento de Medellín, Cali, Barranquilla y Montería en la cuales se observaron tasas de crecimiento anuales de 19%, 11%, 12% y 34% respectivamente. Por el contrario, la variación en el número de empleos de la construcción en la ciudad de Bogotá fue negativa y se ubicó en 7%, reflejando la reducción de 17.000 puestos de trabajo en el sector.

Para Camacol, es posible prever que la tendencia nacional se mantenga durante lo que resta del año. “Ahora el reto sigue siendo cómo lograr que el dinamismo de la actividad sea homogéneo entre las regiones y lograr un impacto mayor en la reducción del desempleo en el orden local. Es muy preocupante que en Bogotá llevemos 11 meses registrando reducciones anuales promedio de 39.000 puestos de trabajo, en un sector que ha demostrado que, si se dan las condiciones, puede jalonar el desarrollo económico y social de una región”. Afirmó Sandra Forero Ramírez

³Perspectivas favorables para el sector edificador: ese a la caída de 5,1% registrada en julio pasado, en lo corrido de 2013 las licencias de construcción siguen marcando uno de los mayores volúmenes de área licenciada, tanto para vivienda como para destinos no habitacionales. En esta dinámica la vivienda social sigue como la gran protagonista en el desempeño de la actividad. Contar con 2.2 millones de metros cuadrados más de área licenciada en los siete primeros

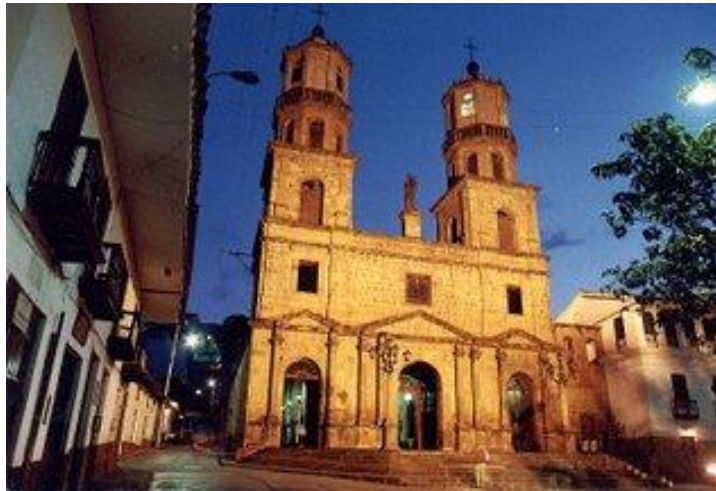
³ <http://camacol.co/noticias/se-acent%C3%BAan-perspectivas-favorables-para-el-sector-edificador/CONSULTADOSEPT/22/2013>

meses del año, según lo anunciado hoy por el Dane, es una señal positiva de crecimiento en el volumen de actividad edificadora en el país. Una variación en lo corrido de 2013 de 18,6%, con comportamientos de 16.2% y 22% para vivienda y destinos no residenciales respectivamente, son una muestra clara que el sector pasa por un buen momento. El gran aporte en materia habitacional ha estado dado por la vivienda prioritaria donde el programa de las 100.000 viviendas marca la tendencia positiva. La sostenibilidad de este dinamismo dependerá del impulso que el mercado de la oferta reciba a través de la habilitación de suelo urbanizable y los demás aspectos que favorezcan el lanzamiento de nuevos proyectos.

1.2 Contexto Geográfico.

1.2.1 Posición Geográfica: San Gil se encuentra ubicado a 96 kilómetros de Bucaramanga, capital del Departamento de Santander, y a 327 kilómetros de la capital de la República, Bogotá. Es la capital de la provincia de Guanentá y tiene un área de 145 kilómetros cuadrados; en la actualidad, su área urbana supera ligeramente las 1000 [Ha] sus límites intermunicipales son: por el norte con los municipios de Villanueva y Curití, por el oriente con Curití y Mogotes, por el sur con el Valle de San José y Páramo, y por el occidente con Pinchote, Cabrera y Barichara. San Gil por su altura de 1114 msnm posee una temperatura media de 24° C, una máxima de 32° C y una mínima de 15° C, San Gil está bañada por los ríos Fonce, Mogoticos y Monas; la quebrada Curití

Ilustración 1. San Gil



1.3 MARCO REFERENCIAL LEGAL

Norma que rige los subsidios de vivienda social : Se trata del Decreto 4466 del 20 de noviembre de 2007 que hace constar las variaciones que para este año tendrán los montos de los subsidios de vivienda y algunos requisitos para la postulación. Así:

Decreto 4466 de 2007 (noviembre 20): Artículo 1°. Definiciones. Para efectos de la aplicación del presente decreto, se adoptan las siguientes definiciones:

Vivienda de Interés Social (VIS). Es la solución de vivienda cuyo valor máximo es de ciento treinta y cinco salarios mínimos legales mensuales vigentes (135 smlmv).

Vivienda de Interés Prioritario (VIP). Es la solución de vivienda cuyo valor máximo es de setenta salarios mínimos legales mensuales vigentes (70 smlmv).

Artículo 2°. Valor del Subsidio Familiar de Vivienda Urbano (SFV). El subsidio familiar de vivienda urbano que otorga el Fondo Nacional de Vivienda con cargo a los recursos del Presupuesto Nacional y las Cajas de Compensación Familiar con

cargo a los recursos parafiscales, en las modalidades de adquisición de vivienda nueva y construcción en sitio propio, es hasta el que se indica en el siguiente Tabla:

La definición del monto del subsidio familiar de vivienda para los hogares que se postulen al Fondo Nacional de Vivienda, se determinará conforme al puntaje SISBÉN del respectivo jefe de hogar postulante.

El subsidio familiar de vivienda urbano que otorgan el Fondo Nacional de Vivienda con cargo a los recursos del Presupuesto Nacional y las Cajas de Compensación Familiar con cargo a los recursos parafiscales, en la modalidad de mejoramiento de vivienda de interés social será hasta de once y medio salarios mínimos legales mensuales vigentes (11.5 smlmv).

El subsidio familiar de vivienda de interés social urbano otorgado por el Fondo Nacional de Vivienda con cargo a los recursos del Presupuesto Nacional, sólo podrá aplicarse en soluciones de vivienda de interés social prioritario.

La anterior limitación no se aplicará en el caso de inversiones en macroproyectos de interés social nacional, en programas de subsidio familiar de vivienda urbana en especie y en proyectos de vivienda de interés social en zonas con tratamiento de renovación urbana, de conformidad con lo señalado en el artículo 86 de la Ley 1151 de 2007.

Parágrafo 1°. En el Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina el subsidio familiar de vivienda urbano será aplicable en las modalidades de adquisición de vivienda nueva o usada, construcción en sitio propio y mejoramiento y su valor será hasta de veintidós salarios mínimos legales mensuales vigentes (22 smlmv).

Parágrafo 2°. Para efectos de la aplicación del subsidio familiar de vivienda otorgado por el Fondo Nacional de Vivienda con cargo a los recursos de la Bolsa Ordinaria, en la modalidad de vivienda usada, en los términos del Decreto 4000 de 2007, el valor del subsidio familiar de vivienda será el asignado en la modalidad de adquisición de vivienda nueva.

Artículo 3°. Modificación del artículo 36 del Decreto 975 de 2004. El artículo 36 del Decreto 975 de 2004, quedará así:

Artículo 36. Criterios para la calificación de las postulaciones. Una vez surtido el proceso de verificación de la información de que trata el artículo 35 del presente decreto, modificado por el artículo 3° del Decreto 3169 de 2004, las entidades otorgantes del subsidio calificarán cada una de las postulaciones aceptables que conforman el Registro de Postulantes, esto es, aquellas que no se hubieren rechazado por falta de cumplimiento de los requisitos normativos o por inconsistencias y/o falsedad en la información.

Teniendo en cuenta que los aportes para la solución de vivienda que puede realizar un hogar se definen en función de su nivel de ingresos y del número de miembros del mismo, la calificación de las postulaciones se realizará de acuerdo con la ponderación de las variables de ahorro previo y las condiciones socioeconómicas de los postulantes, tal y como lo establece la Ley 3ª de 1991 en sus artículos 6° y 7°. Estas variables son las siguientes:

- Condiciones socioeconómicas de acuerdo con los puntajes del SISBÉN, que evidencien mayor nivel de pobreza, en el caso de postulantes que presenten carné o certificación municipal del puntaje SISBÉN.
- Número de miembros del hogar.
- Condiciones especiales de los miembros del hogar.
- Ahorro previo.

- Número de veces que el postulante ha participado en el proceso de asignación de subsidios, sin haber resultado beneficiario, siempre y cuando haya mantenido la inmovilización del ahorro mínimo pactado para la postulación.

Los puntajes a aplicar a cada una de las variables son los establecidos en el artículo siguiente del presente decreto.

Artículo 4°. Modificación del artículo 37 del Decreto 975 de 2004. El artículo 37 del Decreto 975 de 2004, quedará así:

Artículo 37. Determinación de puntajes para calificación de postulaciones. Para efectos de determinar el puntaje de calificación de cada postulante, se aplicará la siguiente fórmula:

B1 = Puntaje del SISBÉN. Para los hogares con puntaje del SISBÉN de 0 hasta 1, B1=1. Para los hogares que se postulen al Fondo Nacional de Vivienda, se determinará conforme al puntaje SISBÉN del respectivo jefe de hogar postulante.

Para efectos de la aplicación de esta fórmula a los afiliados a Cajas de Compensación Familiar, la equivalencia del puntaje del SISBÉN será igual al Ingreso del Hogar dividido en 39.880.

B2 = Si el hogar está conformado por 2 miembros, B2 es igual a 1. Si el hogar está conformado por 3 miembros, B2 es igual a 2. Si el hogar está conformado por 4 miembros, B2 es igual a 3. Si el hogar está conformado por 5 o más miembros, B2 es igual a 4.

B3 = Condición de mujer u hombre cabeza de familia, hogares con miembro hogar discapacitado, hogares con miembro hogar mayor de 65 años. Si tiene alguna de estas condiciones el hogar, B3 es igual a 1. Si no, B3 es igual a 0.

B4 = Ahorro y Cesantías en relación con el puntaje del SISBÉN. Se obtiene de dividir el ahorro, expresado en pesos, sobre el puntaje del SISBÉN. Para efectos de la aplicación de esta fórmula a los afiliados a Cajas de Compensación Familiar, la equivalencia del puntaje del SISBÉN será igual al Ingreso del Hogar dividido en 39.880.

B5 = Tiempo de ahorro. Se contabiliza el número de meses completos desde la fecha de apertura de la cuenta de ahorro programado o la iniciación de los aportes periódicos, o desde la fecha en que el postulante oficializó su compromiso de aplicar a la vivienda sus cesantías. Cuando el postulante acredite, tanto la apertura de la cuenta, como la formalización del compromiso antes citado, el tiempo de ahorro se contará a partir de la fecha más antigua.

Para los hogares cuyo aporte esté representado en un lote de terreno la variable B5 tendrán los siguientes valores:

Tabla 1. Valor Lote

Antigüedad de la propiedad sobre el lote	Valor de B5	
	Lote urbanizado	Lote sin urbanizar
0 a 30 días	0,036	0,014
31 a 60 días	0,071	0,029
61 a 90 días	0,107	0,043
91 a 120 días	0,143	0,057
121 a 150 días	0,179	0,071
151 a 180 días	0,214	0,086
Mayor a 180 días	0,25	0,1

B6 = Número de veces que el hogar postulante ha participado en el proceso de asignación del subsidio sin haber resultado beneficiario, cumpliendo con todos los requisitos para la calificación. Cuando se trate de la primera postulación B6 = 0.

Parágrafo 1°. Para efectos del esfuerzo de ahorro en la variable B5, se tendrá como punto de partida la fecha de iniciación del ahorro. Si el producto del ahorro se utilizó en la adquisición de terreno, se tendrá como referencia la fecha de inscripción del título de adquisición en la oficina de registro de instrumentos públicos competente, siempre y cuando este se encuentre libre de todo gravamen, salvo por la hipoteca constituida a favor de la entidad que financiará su ejecución.

Parágrafo 2°. Los hogares que presenten alguna de las siguientes condiciones, a saber: madre comunitaria del Instituto de Bienestar Familiar, ICBF, hogares que demuestren tener ahorro programado con evaluación crediticia previa, hogares con miembro hogar afrocolombiano o indígena, tendrán un puntaje adicional al de su calificación del tres por ciento (3%).

Parágrafo 3°. Los hogares que soliciten un subsidio inferior al que tienen derecho, sustentando el cierre financiero del cien por ciento (100%) del valor de la vivienda, obtendrán un puntaje adicional conforme a la siguiente fórmula:

En todo caso, el puntaje adicional no podrá superar el 15% del puntaje original.

Artículo 5°. Vigencia y derogatorias. El presente decreto rige a partir del primero de enero de 2008, modifica los artículos 36 y 37 del Decreto 975 de 2004 y deroga los artículos 7° y 8° del Decreto 975 de 2004.

• **DECRETO 2060 DE2004**

(Junio 24)

Por el cual se establecen normas mínimas para vivienda de interés social urbana.

EL PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA,

DECRETA:

Artículo 1º. Adóptense las siguientes normas mínimas para la urbanización y construcción de Viviendas de Interés Social (VIS) Tipo 1 y 2:

1. Área mínima de lote para VIS Tipo 1 y 2: Modificado por el art. 1, Decreto Nacional 2083 de 2004

Tipo de vivienda	Lote mínimo	Frente mínimo	Aislamiento posterior
Vivienda unifamiliar	35 m ²	3.50 m ²	2.00 m ²
Vivienda bifamiliar	70 m ²	7.00 m ²	2.00 m ²
Vivienda multifamiliar	120 m ²	-	-

2. Porcentaje de cesiones urbanísticas gratuitas:

El porcentaje mínimo de las cesiones urbanísticas gratuitas para el desarrollo de programas VIS Tipo 1 y 2 será del 25% del Área Neta Urbanizable, distribuido así:

Para espacio público Entre el 15% al 20% del área neta urbanizable

Para equipamiento Entre el 5% al 10% del área neta urbanizable

3. Densidad habitacional La densidad habitacional aprovechable será el resultado de aplicar las anteriores normas de lote mínimo y cesiones urbanísticas gratuitas sobre el predio objeto de desarrollo y, en todo caso, se calculará buscando generar el máximo número de soluciones posibles en las condiciones de precio de las viviendas de interés social Tipo 1 y 2 que establecen las normas vigentes.

Parágrafo 1º. En cualquier caso, las normas urbanísticas municipales y distritales sobre índices de ocupación y construcción, entre otros, no podrán afectar el potencial máximo de aprovechamiento del área útil derivada de aplicar el área mínima de lote y el porcentaje mínimo de cesión urbanística gratuita de que trata este artículo.

Parágrafo 2º. Para efectos de lo dispuesto en el presente decreto, se entiende por área neta urbanizable la que resulta de descontar del área bruta de un terreno que se va a urbanizar, las áreas para la localización de la infraestructura para el sistema vial principal y de transporte, las redes primarias de servicios públicos y las áreas de conservación y protección de los recursos naturales y paisajísticos.

Artículo 2º. Las normas contenidas en el presente decreto son de obligatorio cumplimiento por parte de quienes se encarguen del estudio, trámite y expedición de licencias de urbanismo y construcción de los municipios, distritos y del departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

Artículo 3º. El presente decreto rige a partir de la fecha de su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Ley 21 de 1982 La cual habla sobre modificación del régimen de subsidios familiares en el país el cual es una prestación social pagadera en dinero, especie y servicios a los trabajadores de medianos y menores ingresos, en proporción al

número de personas a cargo, y su objetivo fundamental consiste en el alivio de las cargas económicas que representa el sostenimiento de la familia, como núcleo básico de la sociedad.

Quienes están obligados a pagar el subsidio familiar y a efectuar aportes para el Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA):

1º. La Nación, por intermedio de los Ministerios, Departamentos Administrativos y Superintendencias.

2º. Los Departamentos, Intendencias, Comisarías, el Distrito Especial de Bogotá y los Municipios.

3º. Los establecimientos públicos, las empresas industriales y comerciales y las empresas de economía mixta de las órdenes nacional, departamental, Intendencias, distrital y municipal.

4º. Los empleados que ocupen uno o más trabajadores permanentes.

Se benefician los trabajadores al servicio de los empleadores señalados en el artículo 7º que, además, reúnan los siguientes requisitos:

1º. Tener el carácter de permanentes:

2º. Encontrarse entro de os límites de remuneración señalados en el artículo 20;

3º. Haber cumplido los requisitos de tiempo trabajador indicados en el artículo 23.

4º. Tener personas a cargo, que den derecho a recibir la prestación, según lo dispuesto en el Capítulo IV de esta ley.

Las cajas de compensación tienen como funciones:

1. Recaudar, distribuir y pagar los aportes destinados al subsidio familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), las escuelas industriales y los Institutos Técnicos en los Términos y con las modalidades de la ley.
2. Organizar y administrar las obras y programas que se establezcan para el pago del subsidio familiar en especie o servicios, de acuerdo con lo prescrito en el artículo 62 de la presente Ley.
3. Ejecutar, con otras Cajas, o mediante vinculación con organismos y entidades públicas o privadas que desarrollen actividades de seguridad social, programas de servicios, dentro del orden de prioridades señalado por la ley.
4. Cumplir con las demás funciones que señale la ley.

Según la **Ley 789 de 2002**, las Cajas de Compensación Familiar estarán sometidas a la inspección, vigilancia y control de la Superintendencia de Industria y Comercio en materia de competencia y protección al consumidor. La vigilancia se adelantará conforme lo previsto en las Leyes 155 de 1959 y 256 de 1996 y el Decreto-ley 2153 de 1992 y demás normas que los reglamenten o modifiquen.⁴

Con la firma del **presidente de la República, Juan Manuel Santos**, y del **Ministro de Vivienda, Germán Vargas Lleras**, entró a regir la nueva ley de vivienda, la misma que busca entregar 100 mil viviendas gratis a los colombianos en pobreza extrema.

"Con esta firma hacemos historia en la vida de miles de colombianos para quienes tener vivienda propia era un sueño inalcanzable, por su condición de extrema pobreza. De esta manera el Gobierno les responde a los hogares cuyos ingresos mensuales no superan los 100 mil pesos y que, sin esta ley no tendrían cómo acceder a una vivienda digna", dijo el ministro de Vivienda, Germán Vargas Lleras.

⁴ http://www.ssf.gov.co/wps/docs/Normatividad/Leyes/Normatividad_del_Subsidio_Familiar.pdf

La nueva ley fue tramitada en tiempo récord por el Senado y la Cámara de Representantes, labor que Vargas Lleras resaltó, agradeciendo a los congresistas de todas las bancadas, quienes enriquecieron con sus propuestas esta iniciativa.

"Lo más satisfactorio es que este proyecto se haya votado por unanimidad en el Congreso. Esto demuestra que todos los colombianos confían y creen en este programa", sostuvo el Ministro.⁵

LEY 1469 DE 2010 La cual habla sobre licencias urbanísticas, es la autorización previa para adelantar obras de urbanización y parcelación de predios, de construcción y demolición de edificaciones, de intervención y ocupación del espacio público, y para realizar el loteo o subdivisión de predios, expedida por el curador urbano o la autoridad municipal competente, en cumplimiento de las normas urbanísticas y de edificación adoptadas en el Plan de Ordenamiento Territorial, en los instrumentos que lo desarrollen o complementen, en los Planes Especiales de Manejo y Protección (PEMP) y en las leyes y demás disposiciones que expida el Gobierno Nacional. La expedición de la licencia urbanística implica la certificación del cumplimiento de las normas y demás reglamentaciones en que se fundamenta y conlleva la autorización específica sobre uso y aprovechamiento del suelo.

Clases de Licencias:

1. Urbanización
2. Parcelación
3. Subdivisión
4. Construcción.
5. Intervención y ocupación del espacio público.

⁵ <http://www.eluniversal.com.co/cartagena/nacional/sancionada-ley-de-vivienda-81021>

Licencia de urbanización: Es la autorización previa para ejecutar en uno o varios predios localizados en suelo urbano, la creación de espacios públicos y privados, así como las vías públicas y la ejecución de obras de infraestructura de servicios públicos domiciliarios que permitan la adecuación, dotación y subdivisión de estos terrenos para la futura construcción de edificaciones con destino a usos urbanos, de conformidad con el Plan de Ordenamiento Territorial, los instrumentos que lo desarrollen y complementen, las leyes y demás reglamentaciones que expida el Gobierno Nacional.

Las licencias de urbanización concretan el marco normativo general sobre usos, edificabilidad, volumetría, accesibilidad y demás aspectos técnicos con base en el cual se expedirán las licencias de construcción para obra nueva en los predios resultantes de la urbanización. Con la licencia de urbanización se aprobará el plano urbanístico, el cual contendrá la representación Ilustración de la urbanización, identificando todos los elementos que la componen para facilitar su comprensión, tales como: afectaciones, cesiones públicas para parques, equipamientos y vías locales, áreas útiles y el Tabla de áreas en el que se cuantifique las dimensiones de cada uno de los anteriores elementos y se haga su amojonamiento.

Licencia de construcción y sus modalidades: Es la autorización previa para desarrollar edificaciones, áreas de circulación y zonas comunales en uno o varios predios, de conformidad con lo previsto en el Plan de Ordenamiento Territorial, los instrumentos que lo desarrollen y complementen, los Planes Especiales de Manejo y Protección de Bienes de Interés Cultural, y demás normatividad que regule la materia. En las licencias de construcción se concretarán de manera específica los usos, edificabilidad, volumetría, accesibilidad y demás aspectos técnicos aprobados para la respectiva edificación.

Son modalidades de la licencia de construcción las siguientes:

1. Obra nueva. Es la autorización para adelantar obras de edificación en terrenos no construidos o cuya área esté libre por autorización de demolición total.

2. Ampliación. Es la autorización para incrementar el área construida de una edificación existente, entendiéndose por área construida la parte edificada que corresponde a la suma de las superficies de los pisos, excluyendo azoteas y áreas sin cubrir o techar.

3. Adecuación. Es la autorización para cambiar el uso de una edificación o parte de ella, garantizando la permanencia total o parcial del inmueble original.

- **LEY 1014 DE 2006** De fomento a la cultura del emprendimiento.

La presente ley tiene por objeto:

a) Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente ley;

b) Disponer de un conjunto de principios normativos que sienten las bases para una política de Estado y un marco jurídico e institucional, que promuevan el emprendimiento y la creación de empresas;

c) Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas;

d) Establecer mecanismos para el desarrollo de la cultura empresarial y el emprendimiento a través del fortalecimiento de un sistema público y la creación de una red de instrumentos de fomento productivo;

e) Crear un vínculo del sistema educativo y sistema productivo nacional mediante la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias

ciudadanas y competencias empresariales a través de una cátedra transversal de emprendimiento; entendiéndose como tal, la acción formativa desarrollada en la totalidad de los programas de una institución educativa en los niveles de educación preescolar, educación básica, educación básica primaria, educación básica secundaria, y la educación media, a fin de desarrollar la cultura de emprendimiento;

f) Inducir el establecimiento de mejores condiciones de entorno institucional para la creación y operación de nuevas empresas;

g) Propender por el desarrollo productivo de las micro y pequeñas empresas innovadoras, generando para ellas condiciones de competencia en igualdad de oportunidades, expandiendo la base productiva y su capacidad emprendedora, para así liberar las potencialidades creativas de generar trabajo de mejor calidad, de aportar al sostenimiento de las fuentes productivas y a un desarrollo territorial más equilibrado y autónomo;

h) Promover y direccionar el desarrollo económico del país impulsando la actividad productiva a través de procesos de creación de empresas competentes, articuladas con las cadenas y clusters productivos reales relevantes para la región y con un alto nivel de planeación y visión a largo plazo;

i) Fortalecer los procesos empresariales que contribuyan al desarrollo local, regional y territorial;

j) Buscar a través de las redes para el emprendimiento, el acompañamiento y sostenibilidad de las nuevas empresas en un ambiente seguro, controlado e innovador.

2 ESTUDIO DE MERCADOS

2.1. OBJETIVOS

2.1.1 General Realizar un estudio de mercados en el municipio de San Gil mediante la obtención de información y análisis que permitan las variables de mercadotecnia necesarias con el fin de identificar el mercado de la constructora de vivienda en los estratos 1,2 y 3.

2.1.2 Específicos.

- Definir las características tangibles e intangibles y especificaciones técnicas de los lotes para la construcción de vivienda en el municipio de San Gil.
- identificar el mercado potencial y objetivo que estarían dispuestas a comprar un lote para construir vivienda.
- Identificar la competencia directa e indirecta en el sector de la construcción en el municipio de San Gil.
- Proyectar las estrategias de publicidad y promoción necesarias para el posicionamiento de constructora en el municipio de San Gil.
- Calcular el precio y conocer su comportamiento según la demanda y parámetros tarifarios para vivienda.

- Establecer los medios publicitarios y de promoción más adecuados para dar a conocer la constructora y lograr el posicionamiento en el mercado

2.2 DESCRIPCION DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio de venta de lotes: El proyecto en estará basado en un lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts. El área restante está distribuida en vías y zonas de reserva ambiental. El terreno está ubicado en el sector bella isla. Estos lotes se entregaran con los servicios básicos que son agua, luz, alcantarillado y vías pavimentadas. La constructora venderá lotes sin planos para construcción de vivienda y prestara a quien requiera la asesoría en el diseño y construcción de vivienda. La constructora venderá lotes para vivienda en los estratos 1,2 y 3 teniendo en cuenta la capacidad financiera del cliente y la disponibilidad de los mismos en el municipio y lugares adyacentes

Inicialmente se manejará venta de lotes para autoconstrucción tipo de vivienda familiar de 72 metros para construir tres habitaciones, sala, comedor, cocina, dos baños y patio de ropas.

Ilustración 2 Proceso de autoconstrucción



Ilustración 3 Diseño final de la casa



La constructora atenderá público en horario oficina, contando con los profesionales aptos de este sector, además se contará con personal externo que acompañará al cliente a los terrenos para que vean el ambiente, las áreas y las características de los lotes.

Ilustración 4. Zonas Complementarias



2.2.3 Atributos diferenciadores del producto/servicio con respecto a la competencia

Los lotes para los diferentes tipos de vivienda serán adecuados con las normas existentes para construcción de vivienda.

Los proyectos construidos en estos lotes cuentan con la posibilidad de realizar instalaciones de energía con paneles solares, las cuales ayudaran a mitigar el impacto ambiental aprovechando la luz del sol.

Los lotes tendrán todas las instalaciones de servicios públicos básicos con parqueaderos y zonas sociales.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial El mercado objetivo de la constructora estará enfocado en los estratos 1, 2 y 3, sin descartar como mercado potencial las personas que vienen de otras personas quienes están llegando a residir a nuestro país, especialmente a nuestra región de manera progresiva y que pueden comprar un lote para construir su vivienda.

2.3.2 Mercado objetivo

21.775 personas mayores de 18 años que pertenecen a los estratos 1,2 y 3. En el municipio. Para el caso particular del presente proyecto, la población a la cual va dirigida el mismo es a las familias ubicadas en los estratos 1, 2 y 3 del municipio sin vivienda propia. Según los datos proporcionados en la oficina del SISBEN en

San Gil más o menos un 30% de las familias sangileñas no cuentan con vivienda propia y estas precisamente pertenecen a los estratos 1, 2 y 3.

2.4 INVESTIGACION DE MERCADOS

2.4.1 LA DEMANDA

2.4.1.1 Planteamiento del problema: la vivienda es una de las necesidades básicas de la población colombiana. Es allí donde se marcan las diferencias sociales y de vida. Diferentes políticas gubernamentales buscan satisfacer y poner al alcance de más personas y familias tener una vivienda propia. En la última década la construcción de proyectos de vivienda se ha desarrollado de manera muy acelerada debido al desarrollo que la región y el país han experimentado.

El constante crecimiento demográfico y económico en la ciudad de San Gil da lugar a problemas que requieren solución. Hoy en día se comienza a notar el aumento de la población dado que han llegado personas de otras regiones a desarrollar actividades laborales o simplemente buscando un espacio para vivir otra etapa de la vida. San Gil en la medida que crece crecen sus necesidades para la población entre ellas la vivienda y es aquí en donde podemos notar el desarrollo urbanístico del municipio. Se requieren espacios habitacionales para responder a esta necesidad. Por eso este proyecto, se enfoca en la oferta de lotes para construir vivienda para los estratos menos favorecidos, es necesario buscar opciones que solucionen de manera óptima las necesidades de los habitantes. Esto, obliga a diseñar nuevos proyectos habitacionales para los habitantes del municipio ubicados en los estratos 1, 2 y 3 a precios cómodos que se ajusten a sus condiciones económicas y llamen la atención de los potenciales compradores, los lotes son soluciones inmediatas dado que se ajustan a las condiciones actuales de las familias de esos estratos dado que pueden ir construyendo de acuerdo a sus posibilidades.

2.4.1.2 Necesidades de información.

Respecto a la oferta: Se requiere conocer la cantidad de oferentes de lotes para vivienda, de qué manera trabajan, a qué precio y dónde lo hacen.

Respecto a la comercialización: Se necesita saber qué canales de distribución existen, quiénes lo ofrecen.

Respecto a los precios: Se requiere conocer los precios manejados en el mercado.

Respecto a la comunicación: Se requiere averiguar los medios de comunicación existentes para dar a conocer el servicio.

2.4.1.3. Ficha Técnica

Tabla 2. Ficha Técnica

Tipo de Investigación	Concluyente , que permita delimitar las variables de la investigación y establecer los nexos entre ellas. Se empleara enfoques amplios y versátiles, los cuales incluirán fuentes secundarias de información, observación, entrevistas con expertos, estudio de casos.
Método de Investigación	Para esta investigación se utiliza el método deductivo; el cual parte de los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.
Fuentes de Información	Fuentes primarias: son los datos obtenidos "de primera mano", por el propio investigador en el caso de las encuestas a personas o de

	búsqueda bibliográfica, por artículos científicos, monografías, tesis, libros o artículos de revistas especializadas originales, no interpretados o entrevistas. Fuentes secundarias SISBEN, Secretaria de Planeación, constructoras, Plan de Desarrollo Municipal y Departamental.
Técnica de Investigación	Encuesta: La cual será útil para recolectar información para el estudio de factibilidad que sirva para determinar el perfil del consumidor y así satisfacer sus necesidades.
Instrumentos para recolectar la información	cuestionario
Modos de aplicación	Directa: Donde se recogerá información que después de analizada servirá para concluir y cumplir con los objetivos propuestos.
Definición de Población	21.775 personas mayores de 18 años pertenecen a los estratos 1,2 y 3.
Determinación de la muestra	$n = \frac{N * P * Q * (Z)^2}{(Z)^2 * P * Q + e^2 + (N-1)}$ <p>e= 5% Z=1.96</p> $n = \frac{21.775 * 0.50 * 0.50 * (1.96)^2}{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50 + 1.96^2 + (21.775-1)}$ <p>n= 374 encuestas</p>
Marco muestral o censal	Personas de estrato 1, 2 y 3 que no poseen vivienda propia.
Alcance	SAN GIL
Tipo de aplicación	20 de octubre -20 de nov de 2012

Determinando la muestra para la población de 21.775 habitantes nos da un total de 374 encuestas 1,2, y 3.

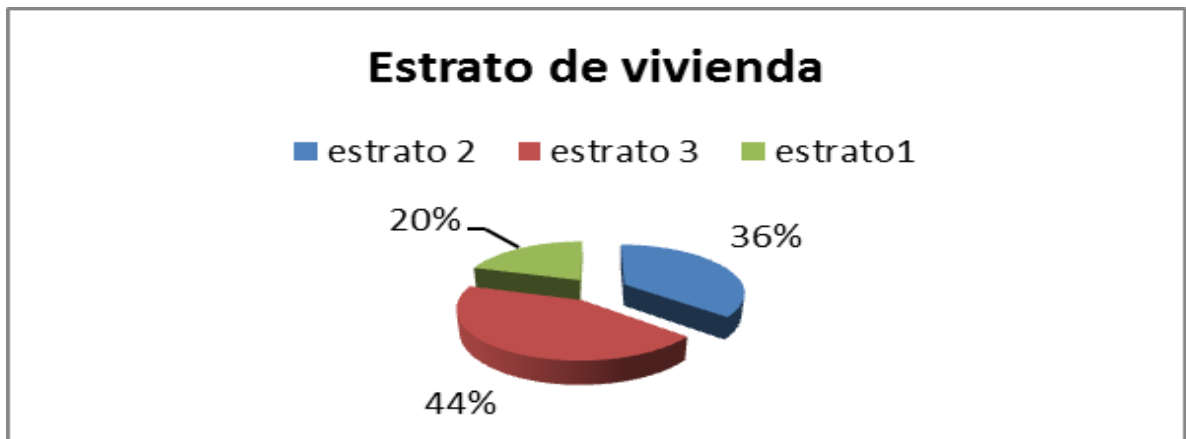
2.4.1.4 Tabulación, presentación y análisis de resultados

- Pregunta 1. A que estrato pertenece?

Tabla 3. Estrato al cual pertenece

Variable	Frecuencia	Porcentaje
estrato 1	76	20%
estrato 2	135	36%
estrato 3	163	44%
total	374	100%

Ilustración 5. Estrato al cual pertenece



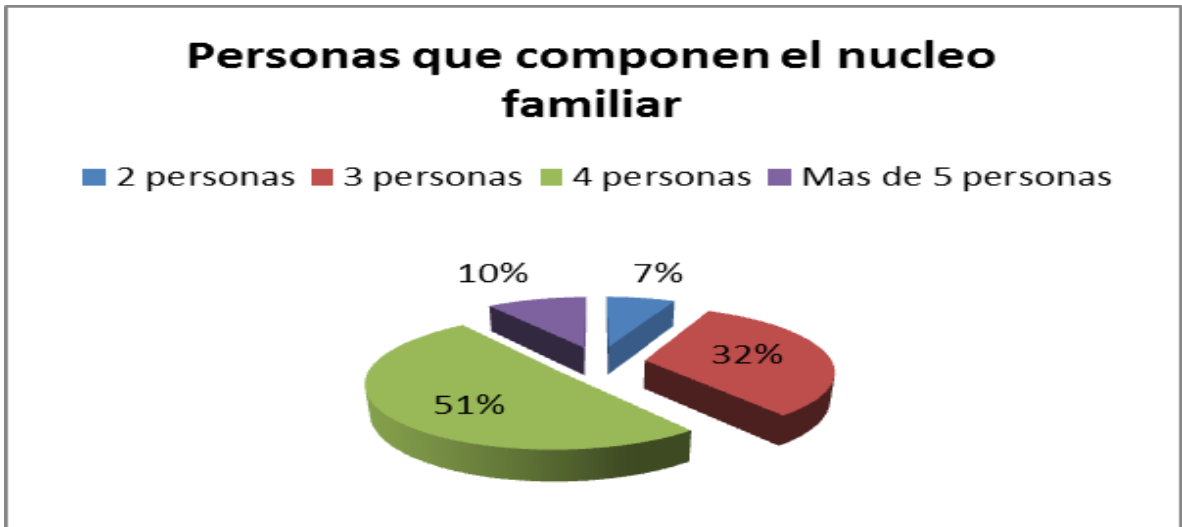
El estudio muestra que el 44% de las personas se encuentran ubicadas en el estrato 3, seguidamente el 36% en el estrato dos, con estos resultados la constructora puede tener un impacto alto dentro del mercado.

- Pregunta 2. Cuantas personas componen su núcleo familiar?

Tabla 4. Integrantes del núcleo familiar

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Promedio
2 personas	26	7%	0.14
3 personas	121	32%	0.96
4 personas	189	51%	2.04
Mas de 5 personas	38	10%	05
total	374	100%	3.64

Ilustración 6. Integrantes del núcleo familiar



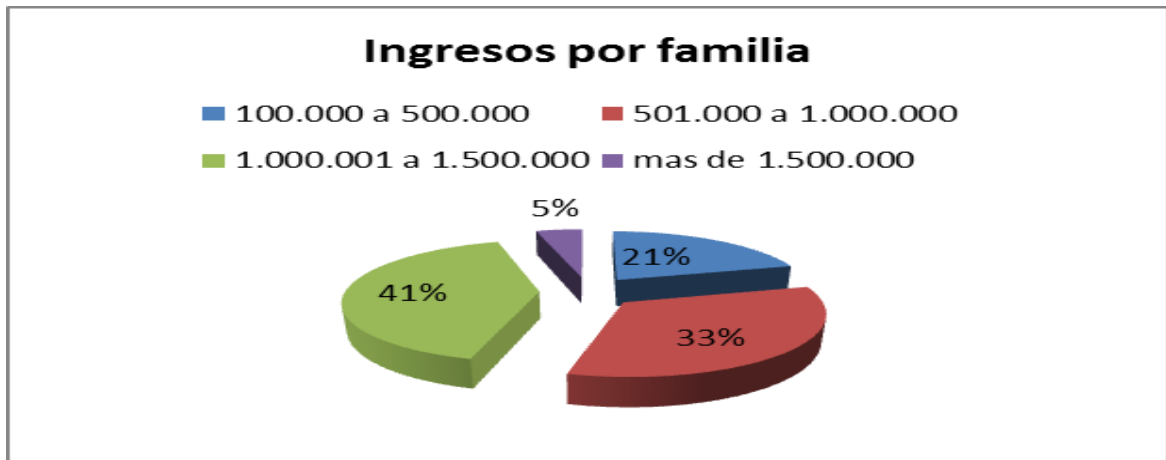
El 51% de la población manifestó que su núcleo familiar se compone de 4 personas, el 32% dijo que se compone de 3 personas. Esto nos indica las necesidades habitacionales de la población para mejorar su calidad de vida.

- Pregunta 3. Cuál es su nivel ingresos familiares?

Tabla 5. Ingresos familiares

Variable	Frecuencia	Porcentaje	
100.000 a 500.000	78	21%	63.000
501.000 a 1.000.000	125	33%	247.500
1.000.001 a 1.500.000	154	41%	512.500
más de 1.500.000	17	5%	875.000
total	374	100%	

Ilustración 7. Ingresos por familia



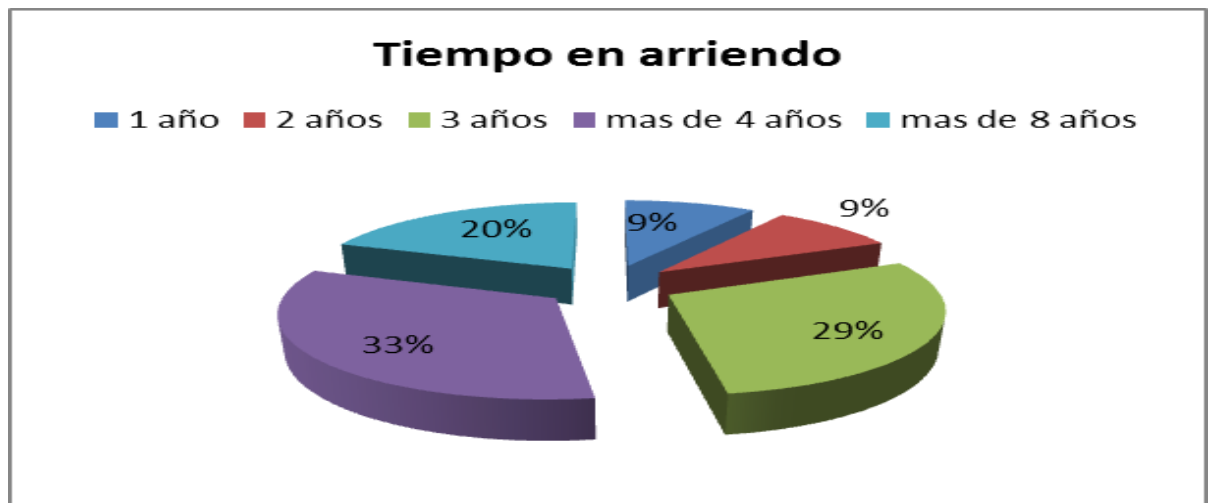
El 41% de la población sangileña se encuentran con rangos de ingresos familiares de 100.000 a 1.500.000 lo que indica la posible capacidad económica para adquirir vivienda de interés social.

- Pregunta 4. Hace cuanto vive en arriendo?

Tabla 6. Hace cuanto vive en arriendo

Variable	Frecuencia	Porcentaje	Promedio
1 año	35	9%	0.09
2 años	34	9%	0.18
3 años	109	29%	0.87
mas de 4 años	123	33%	1.32
mas de 8 años	73	20%	1.6
total	374	100%	4.06

Ilustración 8. Tiempo en arriendo



El 33% de la población manifestó que vive en arriendo hace más de 4 años, seguido de un 29% que dijeron estar pagando arriendo desde hace tres años, el 20% de los encuestados manifestó que hace más de 8 años paga un arriendo por su vivienda lo que muestra claramente la necesidad de ofrecerles un proyecto de vivienda para que puedan acceder a vivienda propia.

- Pregunta 5. Su vivienda actual es?

Tabla 7. Vivienda actual

Variable	Frecuencia	Porcentaje
arrendada	362	97%
prestada	3	1%
Otros (invasión, posesión)	9	2%
total	374	100%

Ilustración 9. Vivienda actual



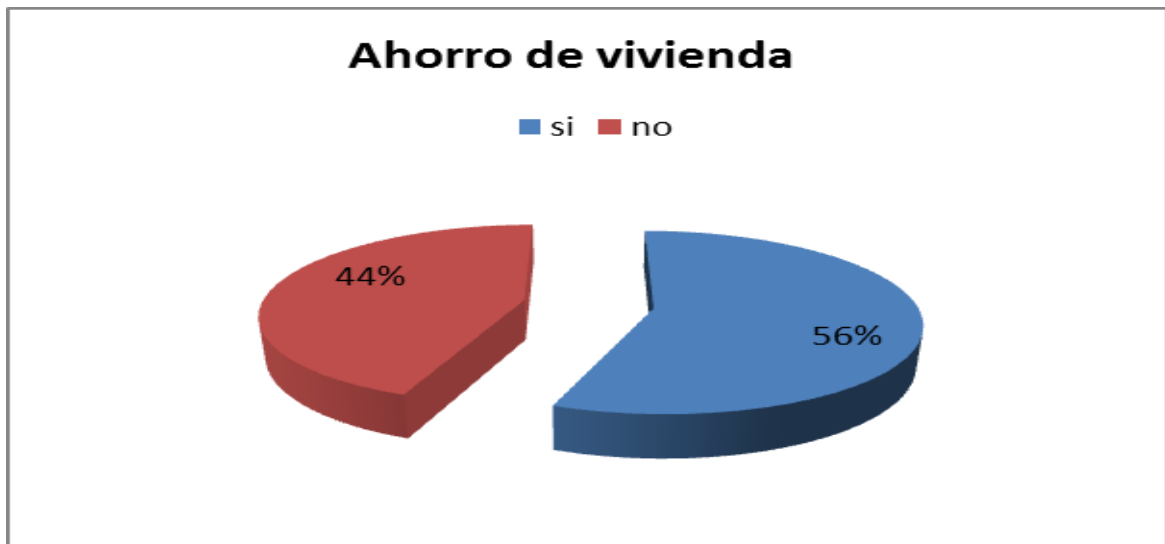
El 97% de la población dijo que vive en arriendo. Esto es una oportunidad para el proyecto dado que muestra que existe mercado potencial para el proyecto.

- Pregunta 6. Usted ahorra para la adquisición de su Vivienda?

Tabla 8. Ahorro para vivienda

Variable	Frecuencia	Porcentaje
si	209	56%
no	165	44%
total	374	100%

Ilustración 10. Ahorro para vivienda



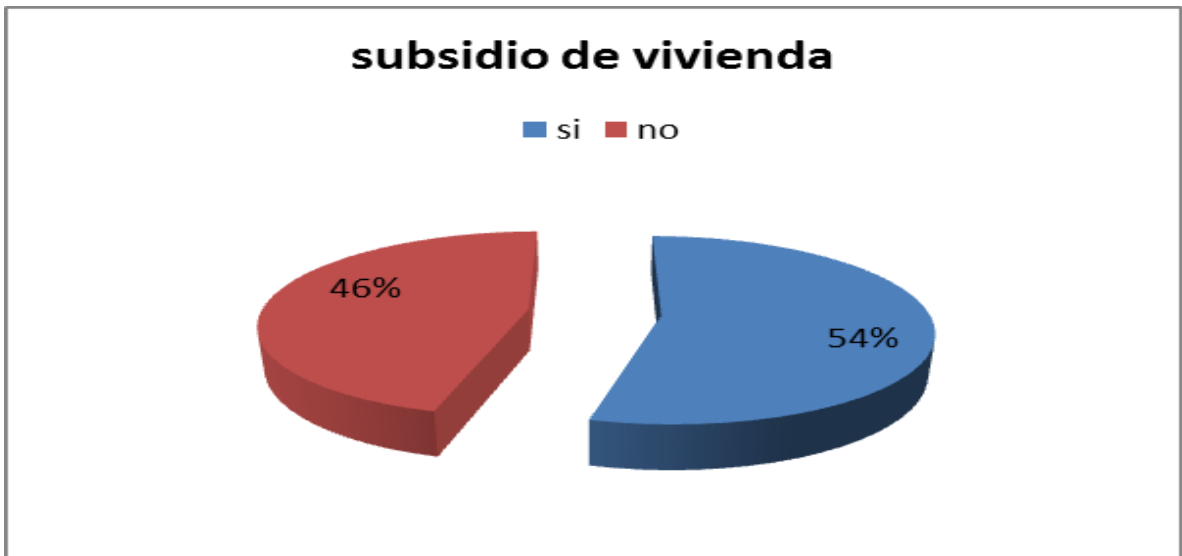
Se observa que el 56% de la población están ahorrando para poder comprar su vivienda. Esto muestra un panorama positivo dentro del mercado objetivo lo que facilita el montaje de una constructora en el municipio.

- Pregunta 7. Tiene usted subsidio de vivienda?

Tabla 9. Subsidio de vivienda

Variable	Frecuencia	Porcentaje
si	203	54%
no	171	46%
total	374	100%

Ilustración 11. Subsidio de vivienda



El 54% de la población tienen aprobado un subsidio. Este dato es importante porque si miramos la gráfica anterior la población tiene la cultura del ahorro para poder adquirir una vivienda. Esto le da una oportunidad grande al desarrollo urbanístico del municipio.

- Pregunta 8. Qué Tipo de Contrato tiene en su trabajo

Tabla 10. Tipo de contrato laboral

Variable	Frecuencia	Porcentaje
definido	288	77%
indefinido	78	21%
otro	8	2%
total	374	100%

Ilustración 12. Tipo de contrato laboral



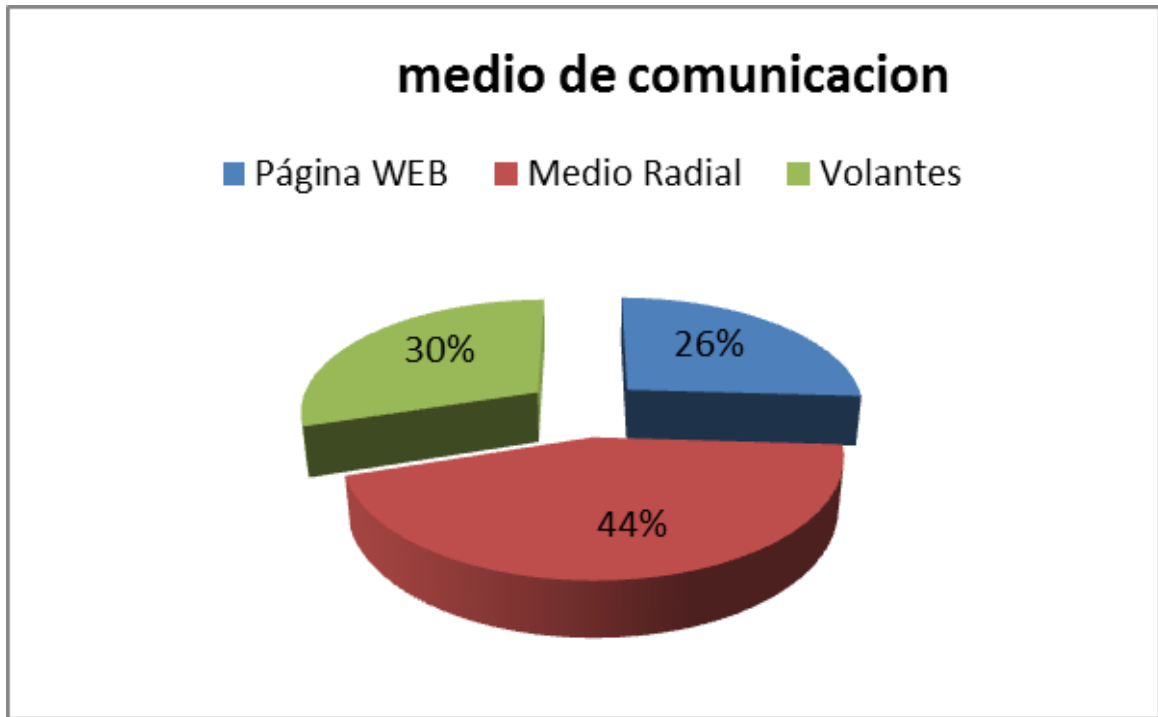
La gran mayoría de los sangileños cuentan con contrato laboral a término definido con un 77% e indefinido con un 21% lo que significa que garantiza el pago de su vivienda.

- Pregunta 9. Que medios de comunicación observa.

Tabla 11. Medio de Información

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Página WEB	97	26%
Medio Radial	165	44%
Volantes	112	30%
total	374	100%

Ilustración 13. Medio de Información



El 44% de la población dijeron que le medio de preferencia para enterarse en el municipio de los planes de vivienda era la radio y el 30% dijo que por medio de volantes.

- Pregunta 10 Compraría un lote?

Tabla 12. Compraría lote

Variable	Frecuencia	Porcentaje
si	269	72%
no	105	28%
total	374	100%

Ilustración 14. Compraría un lote



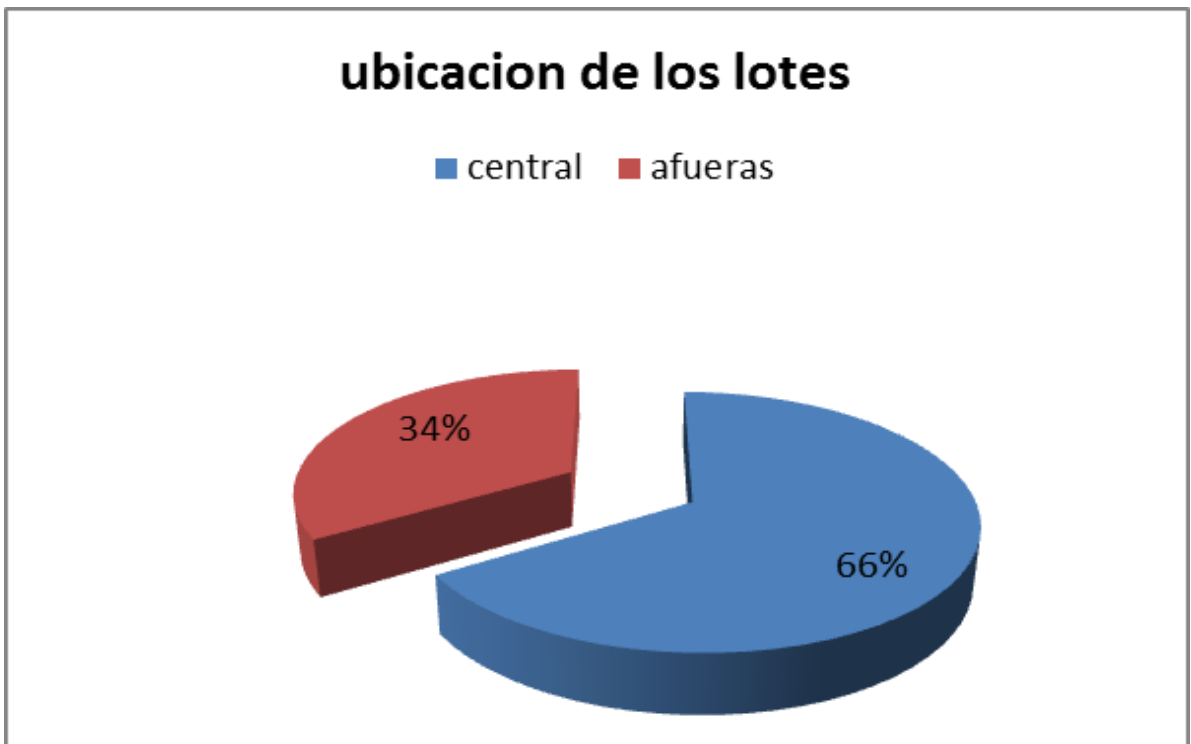
El 72% de las personas encuestadas comprarían un lote en el municipio para construir su vivienda. Dado que le da la oportunidad de hacerla de acuerdo a sus necesidades y recursos económicos.

- Pregunta 11. En donde preferiría comprar el lote?

Tabla 13. Ubicación del lote

Variable	Frecuencia	Porcentaje
central	178	66%
afueras	91	34%
total	269	100%

Ilustración 15. Ubicación del lote



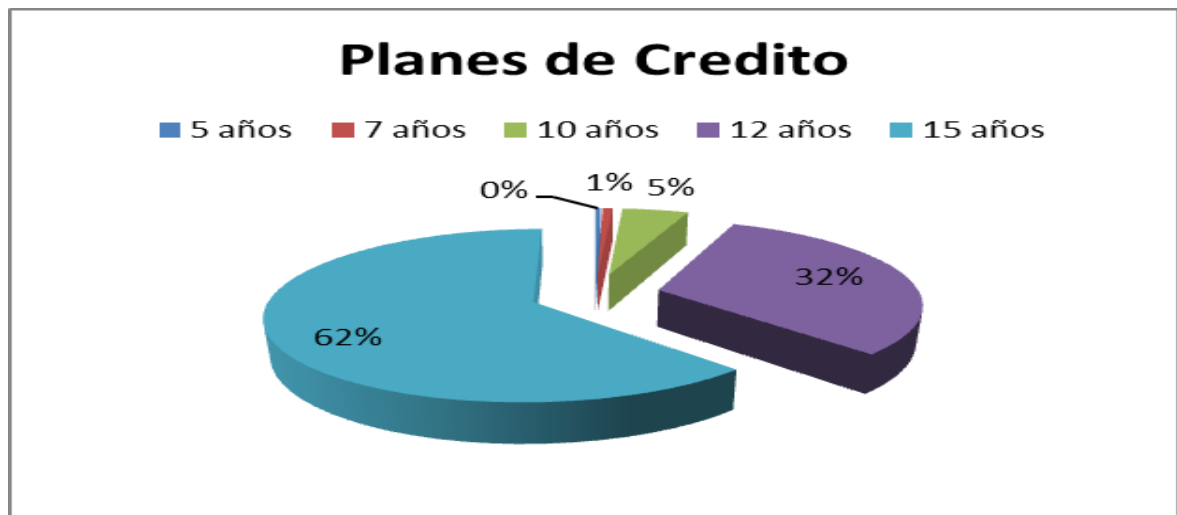
El 66% de la población manifestaron que les gustaría encontrar los lotes para su vivienda en la zona central o cercana al eje residencial del municipio. Porque direcciona la visión de las negociaciones para la compra de lotes y su posterior venta a los clientes.

- Pregunta 12. Que planes de crédito usaría?.

Tabla 14. Planes de Crédito

Planes de Crédito	Frecuencia	Porcentaje	Promedio
5 años	1	0%	0
7 años	2	1%	0.07
10 años	13	5%	0.5
12 años	85	32%	3.84
15 años	168	62%	9.3
Total	269	100%	14.31

Ilustración 16. Planes de Crédito



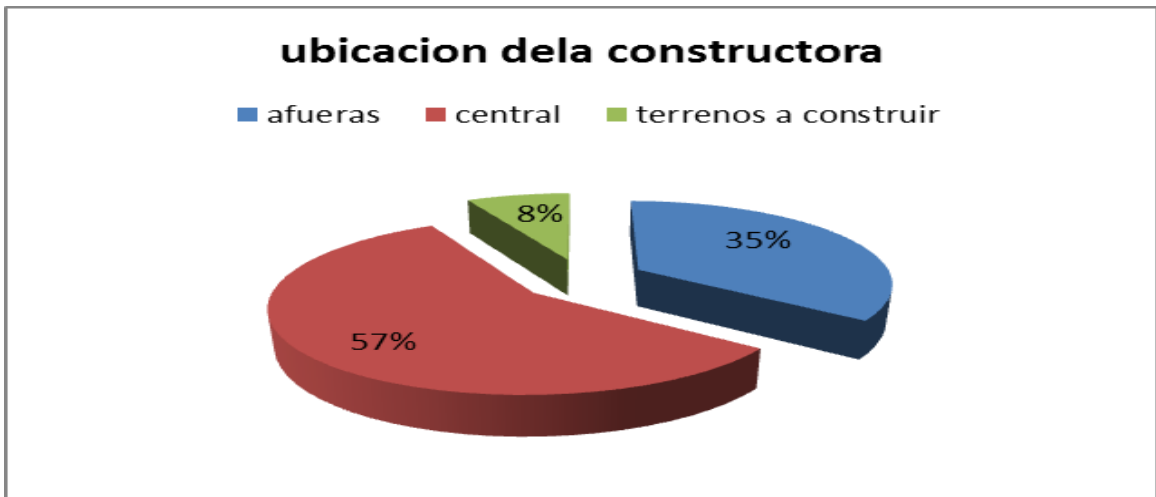
Un 62% de la población sangileña prefiere un crédito más amplio, cabe recordar que el mercado objetivo es de estrato 1, 2 y 3, estratos con una capacidad adquisitiva no tan favorable para adquirir créditos en corto plazo con altas cuotas a pagar ya que tienen otras necesidades que afrontar. Aquí mismo se puede observar que solo un 1% se endeudaría por 5 años, pueden ser familias jóvenes y con pocos números de miembros quienes se pueden hacer cargo de dicha deuda.

- Pregunta 13: en donde le gustaría encontrar las oficinas de la Constructora

Tabla 15. Ubicación de la Constructora

Variable	Frecuencia	Porcentaje
afueras	131	35%
central	214	57%
terrenos a construir	29	8%
total	374	100%

Ilustración 17. Ubicación de la Constructora



Un 57% de la población prefieren que la constructora sea ubicada en el terreno a construir, ello porque de una vez conocerán el sitio donde serán construidas sus viviendas, además disminuye el costo del transporte.

Análisis de la encuesta De los resultados obtenidos se concluye lo siguiente:

Se pudo determinar que los encuestados ahorran para poder adquirir sus vivienda, esto lo muestra el 56% de los encuestados, también vemos que el 54% de los encuestados dijeron que tenían aprobado un subsidio para adquirir un plan de

vivienda. Según la pregunta 4 un 97% viven en arriendo. Estos datos dan una oportunidad al proyecto de desarrollar una constructora en San Gil.

2.4.2. Estimación de la Demanda La población está conformada por los estratos 1, 2, y 3 las cuales equivalen a 21.775 según lo estimado por la oficina de planeación de la alcaldía del municipio de San Gil. Según los resultados de la encuesta de la muestra tomada de la población objetiva se puede determinar que las personas dispuestas a comprar lotes está en el orden 72%.

N es el tamaño de la muestra

= personas ubicados en los estratos 1, 2, y 3 = 21.775.

$21.775 \times 72\% = 15.678$ Personas esta dispuestas a comprar un lote.

Se tomaron como personas porque existen personas que aún no tienen familia que podría comprar un lote para revender, para construir años después y otras variables que en el momento se desconocen.

2.4.3. Proyección de la Demanda Se aplicó el ⁶3% de acuerdo al desarrollo y crecimiento poblacional que presenta el municipio.

AÑO	POBLACIÓN	DEMANDA ESTIMADA
2013	15.678	16.148
2014	16.148	16.632
2015	16.632	17.131
2016	17.131	17.645
2017	17.645	18.175

⁶ Alcaldía de sangil.

2.5 LA OFERTA O COMPETENCIA

2.5.1 Necesidades de información

- Identificar las fortalezas y debilidades de la competencia.
- Conocer cuáles son las empresas más reconocidas en la región.

2.5.2, Ficha técnica: No aplica

2.5.3 Estimación de la Oferta

En San Gil existen 10 constructoras. Que ofrecen en promedio al año 800 soluciones de vivienda repartidos en proyectos de casas, apartamento y lotes.

Este dato es suministrado por la curaduría urbana de San Gil

2.5.4 Análisis de la Situación actual de la competencia:

La competencia más representativa es:

❖ Constructora Gomez Silva

Ilustración 18 logo Gómez silva



Carrera 8 No. 11-91 Oficina 208 Centro Comercial Gómez Silva, San Gil
(7) 7240727 Tiempo en el mercado: 10 años:

Fortalezas: Recursos financieros, Maquinaria, Equipo propio
Trayectoria en la región, Experiencia en el ramo.
Desarrollan promoción de sus proyectos
Poseen grandes extensiones de terreno para próximos proyectos.

Debilidades: Proyectos de alto costo, Solo estratos altos.

❖ **Constructora Inmobiliaria Noriega Campiño.**

Ilustración 19 logo Noriega Campiño



Cl 12 8-05 Of 106, san gil, Santander

Tiempo en el mercado: 8 años:

Fortalezas: Recursos financieros, Maquinaria, Equipo propio
Trayectoria en la región, Experiencia en el ramo, Llegan a estratos medios.
Desarrollan promoción de sus proyectos, poseen grandes extensiones de terreno para próximos proyectos.

Debilidades: **Proyectos** de alto costo.

2.6 RELACIÓN ENTRE DEMANDA Y OFERTA

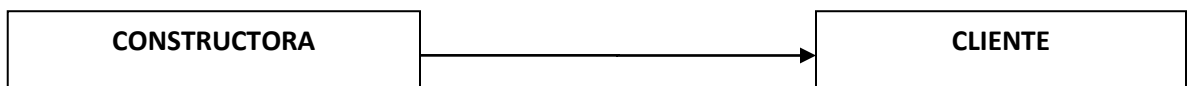
En el caso de este proyecto se entraría a competir en el mercado de la construcción

2.7. CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.7.1. Estructura de los canales actuales. El canal actual para la venta de lotes y servicios inmobiliarios es el directo.

Canal directo.

Ilustración 20 Canal Directo.



2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales de comercialización.

Productor – cliente final.

- Permite fijar precios económicos para obtener un mayor beneficio por ventas, lo que beneficia al cliente que paga lo justo.
- Facilita el contacto directo entre la constructora y el cliente con la posibilidad de escuchar la voz del cliente.
- Agiliza la adaptación a los cambios del mercado o del servicio.
- Contacto directo con el cliente, lo cual hace oportuno el servicio.
- Detectar nuevas expectativas o necesidades del cliente.

Desventajas:

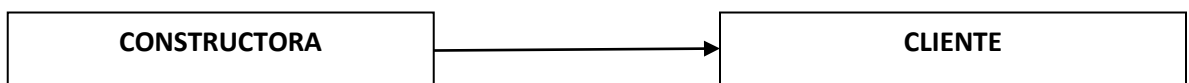
- El productor puede manipular los precios a su criterio propio, lo que puede afectar al usuario final.
- Imposibilidad de cubrir gran parte de las expectativas de todos los clientes

2.7.3 Selección de los canales de comercialización.

Se seguirá el canal directo, es decir, donde se atenderá a los clientes compradores de los lotes

Canal de comercialización propuesto

Ilustración 21 Canal Directo



2.8 PRECIO

2.8.1. Análisis de precio de la competencia: Se puede fijar tomando como base la estructura de los costos y el mercado objetivo con unos precios competitivos.

El cliente compra basándose en el precio.

Análisis de los precios: Por medio de una observación de precios hecha en el municipio a lotes de personas independientes se estableció que en promedio se está cobrando el metro cuadrado según Tabla adjunto.

Tabla 16 Análisis de precios.

servicio	Precio Promedio
Mts Cuadrado sin construir estrato 2	\$ 500.000

Los precios deben ajustarse a las necesidades del cliente.

2.8.2. Estrategias de fijación de precios: Para este proyecto se determinará los precios de acuerdo a un comparativo que nos permita, estimar el valor del lote con relación al valor de otros proyectos.

2.9. PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1. Objetivos:

- Posicionar la constructora
- Generar recordación en el mercado

2.9.2 Ilustración 22 Logotipo:



El logo consiste en la Ilustración de un edificio proyectado que pretende comunicar crecimiento. Sus colores verdes ven de la mano con la actualidad ambiental dando una Ilustración conservacionista del medio ambiente. Es un logo claro, de fácil visualización que permite su recordación, lo cual lo lleva a cumplir con las especificaciones de los logos.

2.9.3 Slogan: El lema se entiende como la frase identificativa en el contexto comercial. Debe ser decisivo en la competencia comercial. Y declarara los beneficios principales de constructora JCS para el cliente potencial y destaca las diferencias con el de otras firmas, por supuesto, dentro de los requisitos legales

“UN PROYECTO DE VIDA”

El lema hace referencia al mejoramiento de la calidad de vida con el que sueñan las personas o familias que desean tener su propia casa y pueden comenzar por adquirir su propio lote para ir construyendo bajo la modalidad de proyectos

2.9.4 Análisis de medios. En el siguiente análisis se observa los principales medios publicitarios, en donde cada uno tiene ciertas ventajas y desventajas. Es

necesario conocer la capacidad de los principales medios publicitarios para lograr el alcance, la frecuencia y el objetivo deseado. Finalmente se elegirán entre ellos los más convenientes de acuerdo al alcance de los mismos.

- **PRENSA:** Es el medio con mayor alcance, cubrimiento y penetración. Permite selectividad, gracias a su distribución nacional, regional o local.

Ventajas:

Bajo costo x millar de impresión, Es un medio rápido, Bajo costo de producción, Mensaje oportuno, Diferentes precios según día, tamaño y sección.

Desventajas:

Corta vida, Exceso de información, Mucha competencia, Calidad del papel y la Ilustración.

- **REVISTAS:** Es el segundo medio más importante en los impresos.

Ventajas:

Alto grado de selectividad (revistas especializadas). Larga vida y permanencia. Se lee más detenidamente. Excelente calidad de producción. Más lectores por cada ejemplar (Generalmente de clase alta).

Desventajas:

Medio costoso por ser poco su tiraje. No garantizan un mínimo de circulación.

- **RADIO:** Es el medio de comunicación con más penetración.

Ventajas:

Llega a todo público por igual. Permite gran selectividad (emisoras) Se puede escuchar y realizar otras actividades. No es demasiado costoso para el cubrimiento y frecuencia que permite. Permite cubrimiento local o nacional.

Desventajas:

No tiene imágenes. Contiene mucha publicidad. Mucha competencia.

- **T.V.**

Ventajas:

Gran impacto visual y auditivo. Excelente cobertura en todas las clases sociales.

Desventajas:

Alto costo de producción y de pauta. Breve permanencia del mensaje.

- **CINE PUBLICITARIO:** Se dice que es el medio más completo, pues reúne características de otros medios como la televisión, radio, revistas, prensa, vallas, etc, se analiza este medio dado que con la llegada de la marca METRO cencosub se desarrolló un centro comercial el cual tiene como anclaje un cine de última generación.

Ventajas:

Permite selectividad. Alta recordación del mensaje.

Desventajas:

Costos altos. Poca permanencia del mensaje.

- **VALLAS Y PUBLICIDAD EXTERIOR:**

Ventajas:

Flexibilidad. Tamaño. Buena permanencia del mensaje.

Desventajas:

Corta duración de impacto. No permite textos largos ni detallados.

- **CORREO DIRECTO:** Es un medio muy bueno e impactante.

Ventajas:

Versátil pues se acomoda a presupuestos (evita pérdidas y desperdicios).

Garantiza selectividad máxima. Permite variedad de diseños, formas, tamaños, contenidos, etc. Llega fácil al público y es la publicidad más fácil de controlar.

Desventajas:

Es necesario manejar bases de datos y esto es algo engorroso y problemático ya que deben estar actualizadas y además a las personas no les gusta que se maneje su información personal deliberadamente.

Costos en impresiones de calidad.

- **MEDIOS IMPRESOS:** Existe una amplia gama de estos, como lo son: Publicaciones informativas al interior de las empresas. Material de comunicación con los proveedores y distribuidores. Manuales de Ilustración corporativa. Tarjetas de presentación, páginas amarillas, Señalética en las instalaciones. Vehículos. Fachadas. Stand de exposiciones.

- **INTERNET Y MULTIMEDIA:**

Las nuevas tecnologías permiten una expansión de estos nuevos medios, que día a día cogen más fuerza, se popularizan y permiten integrar en un solo medio audio, video, Ilustración, texto, interactividad y posibilidades casi ilimitadas

2.9.5 Selección de medios. La selección medios publicitarios para lanzar al mercado la constructora serán los medios impresos y auditivos como: volantes, radio local.

Se desarrollaran flyers a full color para ser entregados en las zonas de mayor concentración de personas en el municipio en horas de alto trafico. Se usara radio en frecuencias AM y FM para llegar a cubrir la mayor parte del mercado objetivo. Para esto se pautara en las cadenas caracol radio y Rcn radio que poseen estaciones locales, también pautaremos en páginas amarillas.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Para el lanzamiento: Se tiene presupuestada dos estrategias básicas de publicidad para el lanzamiento.

1. Un cóctel de lanzamiento:

Presentación de la constructora por medio de portafolio de la empresa.

2. Posicionamiento del entorno local: (publicidad persuasiva), donde por dos semanas se pasaran cuñas radiales en las principales emisoras.

3. Volantes

2.9.7 Presupuestos de publicidad y promoción.

2.9.7.1. De lanzamiento: A continuación se describe el presupuesto de los medios y estrategias necesarias para la promoción y publicidad de lanzamiento.

Tabla 17 Presupuesto de lanzamiento

Concepto	Valor Total \$
Cóctel de inauguración	1.500.000
Cuñas radiales	1.000.000
volantes	230.000
Total	2.730.000

2.9.7.2 De operación. El valor correspondiente a publicidad para el primer año de operación y sostenimiento, de acuerdo a las estrategias establecida, es de un total de \$5.400.000.

Tabla 18 Presupuesto de publicidad de sostenimiento

Concepto	Costo \$/mes	Costo \$/año
Tarjetas de presentación	10.000	120.000
Volantes	20.000	240.000
Publicidad radial	400.000	4.800.000
Páginas amarillas	20.000	240.000
Total costos	450.000	5.400.000

2.10 CONCLUSIONES DEL EL ESTUDIO DE MERCADOS Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO.

El 97% de los encuestados viven en arriendo. Esto es una oportunidad para la constructora en San Gil. La población está conformada por los estratos 1, 2, y 3 las cuales equivalen a 21.775 personas según lo estimado por la oficina de planeación de la alcaldía del municipio de San gil.

La demanda Según información arrojada por la investigación de mercado es 15.678 Personas esta dispuestas a comprar un lote. El canal seleccionado para la prestación del servicio de vehículos es el directo. Mediante el análisis de precios, el precio más probable el metro cuadrado para la venta de los lotes es de 350.000. El 54% de la población objetivo dijo tener un subsidio aprobado para la compra de vivienda. Por todo lo anterior podemos ver que hay una oportunidad de mercado para el proyecto.

3 ESTUDIO TECNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se define teniendo en cuenta los factores que lo limitan como: el tamaño del mercado, la capacidad financiera, el recurso humano, y el terreno disponible para lotear y la tecnología aplicada a la medición e ingeniería del proyecto.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto: La descripción del tamaño del proyecto hacer referencia a la cantidad de mts² a vender en esta primera etapa de la puesta en marcha de la empresa y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles. La capacidad del proyecto está dada sobre un lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts. El área restante está distribuida en vías y zonas de reserva ambiental. El terreno está ubicado en el sector bella isla. Inicialmente se manejará venta de lotes para autoconstrucción tipo de vivienda familiar de 72 metros para construir tres habitaciones, sala, comedor, cocina, dos baños y patio de ropas.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto: A continuación se presenta el resultado del análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto como: factor económico o capacidad financiera, disponibilidad del producto.

- Tamaño del mercado. Teniendo en cuenta los resultados obtenidos del estudio de mercados, se determina que este factor no es una limitante para el desarrollo del proyecto.

- **Recurso humano.** El recurso humano requerido consta de personal administrativo y de ventas, 1 ingeniero civil, 1 arquitecto, Todo este recurso humano se encuentra disponible en la ciudad.
- **Disponibilidad de tecnología y equipos.** Para la ejecución de este proyecto la tecnología que se puede utilizar es: concretas, vibradores, volquetas, retroexcavadoras, soldadoras, cortadoras de aluminio, sopletes, lijadoras, sierras de madera, compresores, se alquilarán de acuerdo a las necesidades del proyecto.
- **Disponibilidad de terrenos:** para la ejecución de este proyecto se cuenta con lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts.
- **Localización.** Los lotes están ubicados en el sector de Bella Isla.

3.1.3 Capacidad del proyecto.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada: la primera etapa de la empresa está dada para vender 57 lotes disponibles del recurso de terreno con el que se cuenta. La capacidad total diseñada depende una variable, fundamentalmente, la disponibilidad de terrenos para comprar y lotear posteriormente

3.1.3.2. Capacidad instalada. La capacidad instalada para el proyecto son 4104 mts² disponibles para urbanizar de los 9500 mts² del terreno

3.1.3.3. Capacidad utilizada y proyectada. En la comercialización de lotes para vivienda de estratos 1, 2 y 3 se destinarán el 100% de la capacidad instalada y la proyección de crecimiento será relacionada anualmente con la disponibilidad de terrenos para comprar y posteriormente vender por lotes. Se estima que el crecimiento para los 5 años deberá ser gradual de un 10%

3.2. LOCALIZACION

3.2.1. Macro localización. La constructora tendrá su ubicación en san gil, Santander, Colombia.

3.2.2 Micro localización. El proyecto cuenta con terreno definido para la venta de lotes. Su ubicación es el sector de bella isla. Para su comercialización se hará en oficinas.

Se empleara la técnica de puntos selección de ponderación de factores y grados

$$S = \frac{\text{Puntaje máximo} - \text{Puntaje Mínimo}}{n-1}$$

Donde n = Numero de datos o número de grados.

Se analiza el proceso de la ponderación de los factores y puntuación de los grados de los factores:

Tabla 19 selecciones de ubicación

Opciones	Factores a analizar
Centro comercial el puente	Mercado potencial
Centro de san gil	Servicios públicos
	Vías de acceso

1. Dividir los factores en grados :

Mercado potencial (3500 puntos)

Mercado potencial alto: 5000

Mercado medio: 3500 – 5000

Mercado medio bajo: 2000 – 3500

Mercado bajo: Por debajo de 2000

Orden público: (3000 puntos)

Bueno

Regular

Malo

Servicios públicos (1500 puntos)

Costoso: Mayor a \$ 15.000.000

Medio Alto: Entre \$ 10.000.000 a \$ 15.000.000

Medio: Entre \$ 7.000.000 a \$ 10.000.000

Medio Bajo: Entre \$ 4.000.000 a \$ 7.000.000

Bajo: entre \$ 0 a \$ 4.000.000

Vías de acceso (2000 Puntos)

Buenas (pavimentadas)

Media.

Bajo (Trocha)

2. Puntuación del estudio: 10.000 puntos.

3. Peso a cada factor	Porcentaje	Puntos
Mercado potencial	50%	5000
Vías de acceso	25%	2000
Servicios publicos	25%	2500
TOTALES	100%	9.500

4. Asignar puntos a cada grado

En la serie aritmética es buscar un sumando.

0 3 6 9 12

Mercado Potencial: 5000 puntos.

Alto: 5000

Medio: 2334

Medio Bajo: 1167

Bajo: 0

$$S = \frac{3500 - 0}{4 - 1} = \frac{3500}{3} = 1167$$

Servicios públicos

Costoso: 0

Medio Alto: 375

Medio: 750

Medio Bajo: 1125

Bajo: 1500

$$S = \frac{1500 - 0}{5 - 1} = \frac{1500}{4} = 375$$

Vías de Acceso

Bueno: 2000

Medio: 1075

Bajo: 150

$$S = \frac{2000 - 150}{3 - 1} = \frac{1850}{2} = 925 + 150 = 1075$$

Tabla 20 Determinación de la ubicación de la empresa



	Mercado Potencial		Servicios públicos		Vías acceso		Total
	G	P	G.	P.	G.	P.	
Centro de San Gil	Alto	5000	Costoso	0	Buena	2500	5.500
Centro comercial el puente	Medio	2.334	Medio alto	375	mediano	1075	3.409

Con resultados generados utilizados en la metodología de puntos, selección de ponderación de factores y grados, se determina la ubicación de las oficinas para comercializar los lotes. La oficina quedara ubicada en la zona céntrica de san gil

3.3. INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del bien.

Tabla 21 Ficha técnica del bien a comercializar

Producto principal	lotes para urbanizar de 72 mts ²
Diseño fotos, dibujo, Ilustración	 
Especificaciones técnicas lote.	4.104 mts 57 lotes de 6 ms x 12 mts. Disponibilidad de servicios públicos (agua, luz, gas, alcantarillado)

3.3.2. Descripción técnica del proceso de venta








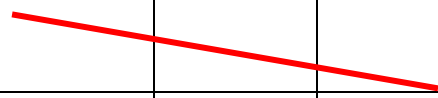



Tabla 22 descripción técnica del proceso de venta

	Actividad	Descripción	Respons.	Observaciones
1	Recepción de la visita del cliente	Describir los lotes disponibles para la venta	OFICINA	Se debe dar un manejo claro de la información.
2	cotización	Describir el valor de los lotes y servicios de la constructora.	OFICINA	Se debe dar un manejo claro de la información para la prestación del servicio
3	Visita	Visitar los lotes en venta	OFICINA	El vendedor deberá mostrar los lotes en venta y sus servicios complementarios
4	Estipular las condiciones de venta	Detallar la actividad a realizar	OFICINA	Especificar todos los detalles de la negociación.
5	Cierre de la venta	Realizar el contrato	OFICINA	Acordar con el cliente las condiciones de la venta
6	Registro del contrato	Registro de la negociación	OFICINA CLIENTE	Registro del contrato de compraventa en la notaria
7	instrumentos públicos	Registro de instrumentos públicos	CLIENTE	Registrar el lote en instrumentos públicos para su legalización
8	Entrega del lote	Entrega oficial del lote al comprador	OFICINA	Entregar el lote a su propietarios con los títulos de propiedad

3.3.3. Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

Tabla 23 Diagrama de operación, proceso y procedimiento.

Concepto diagrama : servicio de venta de lotes

Descripción del evento	tiempo					
Recepción del cliente	15 minutos					
Cotización	30 minutos					
visita	1 hora					
Estipular condiciones de venta	30 minutos					
Cierre de venta	30 minutos					
Registro del contrato	1 hora					
Instrumentos públicos	1 hora					
Entrega del lote	1 dia					

3.3.4. Control de Calidad. Para este proceso de control de calidad se tendrán en cuenta todas las apreciaciones y aspectos relacionados directamente con los clientes.

Se requiere de un sistema que gestione la calidad de los servicios. Aquí es pertinente establecer el ciclo del servicio para identificar los momentos de verdad y conocer los niveles de desempeño en cada punto de contacto con el cliente. La gestión de calidad se fundamenta en la retroalimentación al cliente sobre la satisfacción o frustración de los momentos de verdad propios del ciclo de servicio. En los casos de deficiencias en la calidad, El prestigio y la Ilustración de la empresa se mantendrán debido al correcto y eficaz seguimiento que se haga de los posibles fallos que se den en el servicio, hasta cerciorarse de la plena satisfacción del cliente afectado. Esto inspirará confianza en los clientes y servirá de ejemplo a todo el personal para demostrar la importancia que tiene la calidad en todo lo que hacemos. A continuación se relaciona la estrategia de administración y de la medición de la calidad del servicio.

- Mercadotecnia relacional (MR) para monitorear la percepción y niveles de satisfacción de los clientes para mejorar los proceso de calidad.

3.3.5. Recursos.

3.3.5.1. Recurso Humano. Se contará con personal calificado en los procesos administrativos y de control de la calidad.

Tabla 24 Requerimiento de personal.

Cargos	
Gerente	1
secretaria	1

Asesor jurídico	1
Asesor contable	1
arquitecto	1
Ingeniero civil	1
vendedor	1

3.3.5.2 Recursos Físicos.

Requerimiento de terrenos: para la ejecución de este proyecto se cuenta con lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts.

Tabla 25 Requerimiento de muebles y enseres.

Cantidad	Descripción
4	Escritorio de madera 70 alto x 50 ancho x 50 de fondo
4	Sillas giratorias con espaldar alto
8	Sillas de espera
2	Archivadores de madera 1, 70 alto x 50 ancho x 50 de fondo

Tabla 26 Requerimientos de equipos de oficina

Equipo de oficina	Cantidad
Equipo de Computo hp Procesador: Intel Pentium Dual-Core E5500 (2M, Cache, 2.80 GHz, 800 MHz FSB), Disco Duro: 320GB , RAM: 2GB PC3-10600 Memory (1x2GB), Unidad: SATA 16X SuperMulti LightScribe Drv, Sistema Operativo: Windows 7 Pro 32,	4
Impresora multifuncional	4
teléfonos	4

3.3.6. Estudio de Proveedores.

Proveedores de equipos y muebles de oficina

- Computer Explorer Calle 35 # 14-87

Condiciones de pago 30 días.

Fortalezas: inventario de equipos disponible, variedad de marcas, Asesoría en la instalación

Debilidades: horarios de atención limitados

- Casa del Multimueble Cra 9 # 33-42 Bucaramanga

Condiciones de pago 30 días

Fortalezas: diseño de los muebles,

Debilidades: no tiene

surtido de marcas

- Mudesá – Oficol Calle 35 # 20-33

Condiciones de pago 30 días

Fortalezas: marcas de muebles y enseres para oficina

Debilidades: entregas demoradas

3.3.7. Distribución

Tabla 27 Distribución plano de la oficina de comercialización

Área	Metros ²
Área administrativa	20 m2
Área de ventas	20 m2
Área de espera clientes	10 m2
Área total en M ²	60 m2

Ilustración 23 plano de oficina

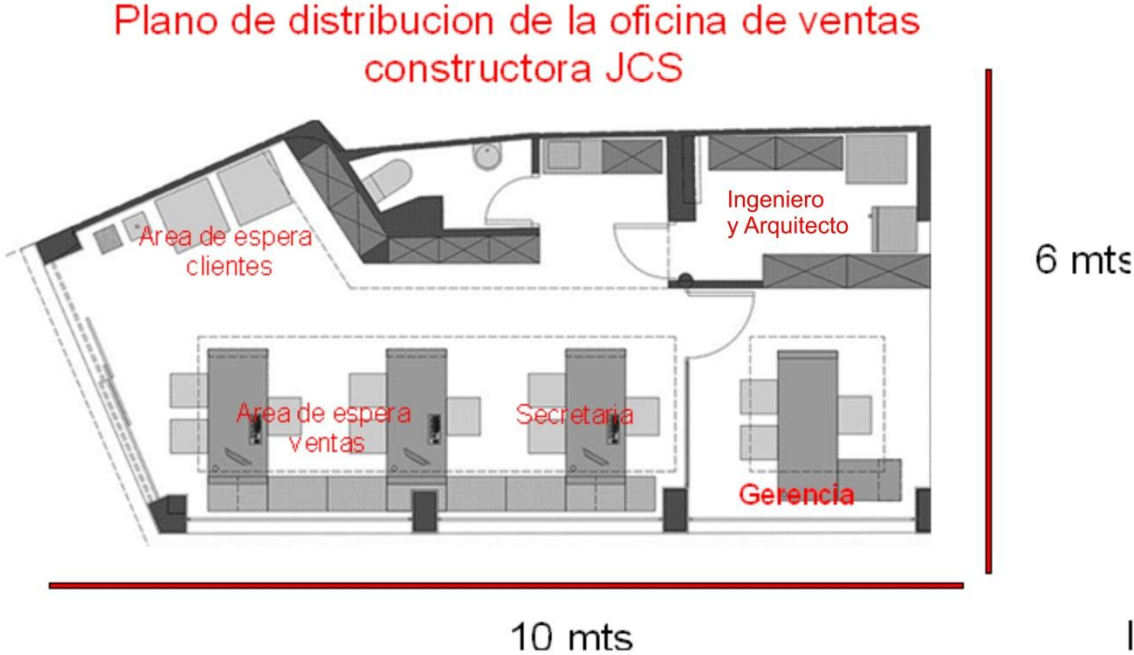


Ilustración 24 Distribución plano del lote a vender



Ilustración 25 Plano con identificación del sector



3.4. CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TECNICA DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto hace referencia a la cantidad de lotes a vender en esta primera etapa de la puesta en marcha de la empresa y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles. La capacidad del proyecto está dada sobre un lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts. El área restante está distribuida en vías y zonas de reserva ambiental. El terreno está ubicado en el sector bella isla. Inicialmente se manejará venta de lotes para autoconstrucción tipo de vivienda familiar de 72 metros para construir tres habitaciones, sala, comedor, cocina, dos baños y patio de ropas. La constructora se ubicará en la zona comercial de san gil con un espacio de 60 mts². El recurso humano se encuentra disponible en el municipio de san gil.

Se determinaron los proveedores, los muebles y enseres que se necesitan para la puesta en funcionamiento de la empresa, la distribución de la oficina. Se desarrolló el flujograma de la prestación del servicio, la ficha técnica y la descripción del proceso. Por lo anterior se concluye, que el proyecto es viable desde el punto vista técnico al contar con disponibilidad de recursos físicos, humanos requeridos, para su futura puesta en marcha.

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1. FORMA DE CONSTITUCIÓN

Constructora JCS se constituirá como persona jurídica en la figura de empresa unipersonal, trabajará bajo el régimen común y se registrará ante la DIAN, donde se gestionará el registro único Tributario RUT. Se trabaja como persona jurídica dado las políticas fiscales del gobierno que dicen que después de superar los topes de ingresos se debe pagar impuestos por los mismos.

4.2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.2.1. Visión. Para el año 2018, Ser una empresa competitiva en el mercado de la Construcción de vivienda, venta de lotes, identificada por la calidad del servicio y de su proyectos que nos permita satisfacer las necesidades de nuestros clientes a nivel Local y Regional.

4.2.2. Misión. Ser la empresa con la mejor calidad en el servicio, ofreciendo a nuestros clientes la más rápida solución a sus necesidades en cuanto a lotes para construcción, proyectos habitacionales y soluciones de vivienda. Así mismo aumentar la calidad de vida de nuestros empleados ofreciéndoles diariamente oportunidades para su desarrollo personal..

4.2.3. Objetivos.

Ser líderes en la comercialización de lotes y proyectos habitacionales.

Generar y mantener en toda la organización una cultura de servicio al cliente interno y externo con altos estándares de calidad.

Propender por el mejoramiento continuo como filosofía de vida y actuación en el trabajo de todos los funcionarios de la Empresa.

Proporcionar un clima organizacional que facilite el desarrollo permanente de su recurso humano.

Obtener una rentabilidad que le permita a la Empresa competir eficientemente.

Asumir una alta responsabilidad social, contribuyendo y participando en el desarrollo social de la comunidad.

4.2.4. Políticas.

4.2.4.1. Políticas de personal.

- El personal que sea contratado debe presentar pruebas psicotécnicas y entrevista de desempeño.
- Se contratara por lo general el personal de la región que cumpla con los requisitos del cargo.
- La selección se hará mediante entrevistas, referencias y pruebas de manejo.

4.2.4.2. Políticas de ventas.

- Las ventas de los lotes se harán mediante las siguientes figuras:
Pago de contado
Pago a crédito mediante crédito bancario del cliente

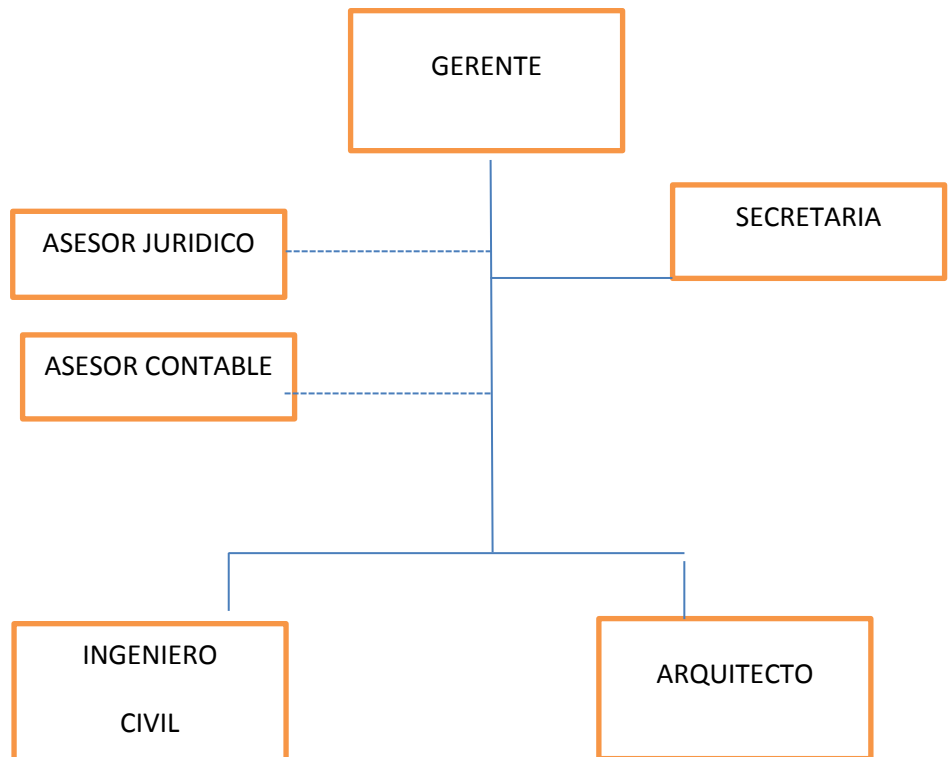
4.2.4.3. Políticas de compras.

- De acuerdo a los requerimientos las autorizaciones de compras serán firmadas y autorizadas por la administración.
- Todas las compras se programarán de acuerdo a los requerimientos y necesidades de la empresa con treinta días de antelación.
- Los pagos se formalizan con los proveedores de la siguiente manera:
Facturas de montos mínimos de 200.000 a 15 días
Facturas de montos superiores a 200.000 a 30 días

4.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.3.1. Organigrama.

Ilustración 26 Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos.

Tabla 28 Manual del gerente

IDENTIFICACION DEL CARGO:
GERENTE
1. OBJETIVOS DEL CARGO
<p>El Gerente General tiene responsabilidad directa en la dirección, coordinación, control y evaluación del funcionamiento y actividades de la Empresa, en concordancia con las políticas, planes y estrategias aprobadas; garantiza que los procedimientos y políticas se lleven a cabo dentro del marco de la ley, y que se obtengan los objetivos propuestos, sobre la base de una organización y administración eficientes; y asesora al Representante legal en la buena marcha de la Empresa.</p> <p>Asimismo, ejerce la representación legal de la Empresa. Desarrolla las siguientes funciones:</p>
2. FUNCIONES DEL CARGO
<ul style="list-style-type: none">• Formular y presentar al representante legal para su aprobación el plan anual de la Empresa que incluye las estrategias de planeamiento, objetivos, políticas, metas, programas y presupuestos referidos a las actividades institucionales.• Asesorar al representante legal en cuestiones técnicas proporcionándole la información necesaria.• Asegurar que el desarrollo de programas y planes que dirijan las actividades y el uso de los recursos, se lleven a cabo conforme la estrategia, políticas, procedimientos y normas establecidas.• Inspeccionar directamente o por medio de los funcionarios responsables el sistema de contabilidad adecuado y el buen desarrollo financiero de conformidad con el presupuesto anual de la Empresa.• Aprobar los Estados Financieros, Estados de Resultados e información complementaria, con la percepción respecto de los objetivos de la Empresa, antes que sean sometidos a consideración del Representante legal. o) Proponer al Representante legal planteamientos necesarios para que se cumplan los objetivos esperados y proyectados en el plan anual de la Empresa, enmarcados de conformidad con las normas establecidas.• Planificar, supervisar el desarrollo de proyectos estratégicos modernos que faciliten la mejora de la Empresa.• Transigir las cuestiones litigiosas hasta por el monto autorizado, dando cuenta al Representante legal.• Orientar las acciones que permitan atender las recomendaciones de auditoría interna y externa.• Supervisar la política laboral y las normas generales para su correcta aplicación.• Establecer con los Funcionarios bajo su responsabilidad las actividades que aseguren una tarea ordenada y de coordinación constante.

- Supervisar y evaluar periódicamente al personal directamente a su cargo.
- Disponer proyectos de capacitación para el personal, orientados a su desarrollo técnico.
- Firmar la correspondencia de acuerdo con la magnitud del tema y la jerarquía de su cargo.
- Autorizar el pago de horas extras y/o trabajos extraordinarios.
- Aprobar el rol de vacaciones anuales del personal a su cargo y las modificaciones necesarias.
- Aprobar la contratación de servicios de terceros, cuando sea necesario, para la ejecución de las actividades y operaciones.
- Representar a la Empresa ante toda clase de autoridades, entidades y personas, dentro de las facultades conferidas por ésta.

3. PERFIL DEL CARGO

Nivel de estudios: Profesional en Gestión empresarial, Ingeniero Industrial, Administrador de Empresas. Arquitecto o ingeniería civil.

Formación: Manejo de personal.

Habilidades: Liderazgo, buenas relaciones interpersonales, capacidad de dirección de empresa a su mantenimiento y mejoramiento.

Tabla 29 Manual de la secretaria

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO Título del cargo: Secretaria contable Jefe inmediato: Gerente</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO Realiza labores específicas de apoyo a la Gerencia General, y en general a todas las áreas de la Empresa; así como, otras tareas asignadas por la Gerencia General.</p>
<p>3. FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">• Apoyar en las labores de su cargo a la gerencia de la empresa• Archivar, registrar y controlar las Actas de la empresa, y otros documentos importantes.• Recepcionar, registrar y distribuir toda la documentación que ingresa a la Empresa (Cartas, Informes, Facturas, Recibos, etc.).• Atender la central telefónica, efectuar y atender las comunicaciones e informar a nivel interno y al público sobre las gestiones que se vienen realizando en el área de su competencia.• Centralizar los requerimientos de suministros diversos: Útiles de oficina, aseo y limpieza y suministros para equipos de oficina y velar por mantener un stock adecuado. Gestiona la compra, control y distribución de los mismos.• Controlar y supervisar los servicios de limpieza en la sede de la Empresa.• Controlar el Registro de Asistencia.• Controlar y archivar las Normas Legales.• Archivar, controlar y registrar las pólizas de seguros por los bienes de la Empresa.• Tramitar el pago de las facturas y recibos por honorarios.• Registrar y controlar el Fondo de Caja menor de conformidad con las normas y procedimientos establecidos.• cualquier otra labor que le asigne o encomiende la Gerencia General.

Tabla 30 Asesor contable

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO Título del cargo: ASESOR CONTABLE Jefe inmediato: GERENTE</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO Analizar la información contenida en los documentos contables generados del proceso de contabilidad en una determinada dependencia, verificando su exactitud, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos</p>
<p>3. FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">• Elaborar estados financieros para fines contables, fiscales y financieros.• Asesorar en materia contable, fiscal y financiera• Fundamentar toma de decisiones basados en el análisis de la información financiera.• Verificar los documentos contables.• Verificación del cálculo de impuestos.• Velar por que la contabilidad se lleve de acuerdo a la legislación colombiana.• Velar porque las notas contables y ajustes con asociados estén debidamente soportados y contabilizados .• Revisar los recibos de caja y comprobantes de pago.• Ordenar medidas necesarias para hacer arreglos técnicos que se requieran• Las demás inherentes a su condición de contador público.
<p>4. PERFIL DEL CARGO</p> <p>Nivel de estudios: Contador Público titulado. Formación: Manejo de personal. Habilidades: Liderazgo, buenas relaciones interpersonales, capacidad de dirección de empresa a su mantenimiento y mejoramiento.</p>

Tabla 31: Asesor jurídico

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO Título del cargo: ASESOR JURIDICO Jefe inmediato: GERENTE</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO</p> <p>Asesorar, asistir y aconsejar al gerente y su representante legal, en concordancia con las políticas de la empresa, con el fin de proyectarlos hacia el cumplimiento de los objetivos de la misma.</p>
<p>3. FUNCIONES DEL CARGO</p> <p>a) Formular y proponer las políticas, sobre aspectos jurídicos y legales, así como las normas de carácter legal y acciones judiciales necesarias para el mejor cumplimiento de los objetivos empresariales.</p> <p>b) Asesorar a la Gerencia General y a las demás áreas de la empresa sobre el contenido y alcances de los dispositivos legales vigentes.</p> <p>c) Interpretar, concordar y divulgar las normas legales de interés para la gestión empresarial que se publiquen, debiendo absolver las consultas correspondientes.</p> <p>e) Asesorar e informar oportunamente sobre asuntos jurídicos legales, y sus implicancias en el desarrollo de las funciones de las áreas de la empresa.</p> <p>f) Elaborar y/o asesorar en la formulación de proyectos de normas legales, convenios, contratos y otros documentos afines, debiendo refrendar el documento correspondiente.</p> <p>g) Atender los asuntos y trámites de carácter notarial y registral.</p> <p>h) Proponer las políticas en materia de garantías y saneamiento legal inmobiliario, dirigiendo la ejecución de las mismas.</p>
<p>4. PERFIL DEL CARGO</p> <p>Nivel de estudios: profesional en derecho .</p> <p>Formación: Manejo de personal.</p> <p>Habilidades: Liderazgo, buenas relaciones interpersonales, capacidad de dirección de empresa a su mantenimiento y mejoramiento.</p>

Tabla 32 Arquitecto

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO Título del cargo: ARQUITECTO Jefe inmediato: GERENTE</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO Elaborar proyectos arquitectónicos, estudiando, analizando y evaluando la ejecución de obras civiles.</p>
<p>FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diseña y elabora proyectos arquitectónicos, • Evalúa e inspecciona la ejecución de obras internas o contratadas. • Revisa proyectos terminados y efectúa observaciones pertinentes. • Asesora y evacúa consultas técnicas en materia de su competencia. • Prepara croquis, diagramas, cómputos métricos, entre otros. • Estudia áreas ambientales y de construcción. • Elabora y/o solicita presupuestos estimados a empresas del área. • Asiste y participa en reuniones del área. • Discute y analiza, conjuntamente con el personal del área, las obras a realizar. • Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad. • Elabora informes de estudios de áreas y memoria descriptiva de proyectos de arquitectura. • Analiza proyectos de edificaciones para constatar el acatamiento de las normas establecidas sobre construcción. • Diseña instrumentos normativos de desarrollo de planta física. • Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. • Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. • Elabora informes periódicos de las actividades realizadas. • Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.
<p>3. PERFIL DEL CARGO Nivel de estudios: Profesional en arquitectura Formación: Manejo de personal. Habilidades: Liderazgo, buenas relaciones interpersonales.</p>

Tabla 33 ingeniero civil

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</p> <p>Título del cargo: ingeniero civil Jefe inmediato: GERENTE</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO</p> <p>Elaborar proyectos de ingeniería civil, estudiando, analizando y evaluando la ejecución de obras civiles.</p>
<p>FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">• Diseña y elabora proyectos de ingeniería civil,• Evalúa e inspecciona la ejecución de obras internas o contratadas.• Asesora y evacúa consultas técnicas en materia de su competencia.• Prepara croquis, diagramas, cómputos métricos, entre otros.• Estudia áreas ambientales y de construcción.• Elabora y/o solicita presupuestos estimados a empresas del área.• Asiste y participa en reuniones del área.• Participa en la elaboración del presupuesto de la unidad.• Analiza proyectos de edificaciones para constatar el acatamiento de las normas establecidas sobre construcción.• Levantar topografía y planimetría de las obras a construir.• Realizar los planos estructurales de las obras.• Elaborar el listado y cotización de los materiales de construcción necesarios.• Controlar y preparar las planillas de avance de obras.• Elaborar informes de trabajo para los pagos de los albañiles y peones.• Diseña instrumentos normativos de desarrollo de planta física.• Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.• Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.• Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.• Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada.

Tabla 34 Asesor Comercial

<p>1. IDENTIFICACION DEL CARGO</p> <p>Título del cargo: Asesor comercial Jefe inmediato: GERENTE</p>
<p>2. OBJETIVOS DEL CARGO</p> <p>Realizar labores de difusión, mercadeo, servicio al cliente y promoción</p>
<p>FUNCIONES DEL CARGO</p> <ul style="list-style-type: none">• Analizar y diseñar estrategias para la efectiva comercialización de los Servicios que ofrece la empresa.• Organizar el correcto funcionamiento del Departamentos de mercadeo de la Empresa.• Entregar reportes de las gestiones realizadas a la gerencia• Desarrollar acciones de postventa para prestación de servicios• Reportar a la gerencia las novedades que se presenten en su departamento• Las demás funciones que por su labor desempeñada se consideren necesarias para el buen funcionamiento de la empresa

4.3.3. Asignación salarial.

Tabla 35 Asignación salarial mensual para el cargo

Cargo	Número de personas	Tipo de contrato	Salario mes \$	Subsidio de transporte
Gerente	1	Termino fijo	2.000.000	
Secretaria	1	Termino fijo	589.500	70.500
Asesor jurídico	1	Pres. de servicios	250.000	
Asesor contable	1	Pres. de servicios	250.000	
arquitecto	1	Termino fijo	1.500.000	
Ingeniero civil	1	Termino fijo	1.500.000	

Las ventas serán hechas por la gerencia inicialmente dado el tamaño del presente proyecto de venta de 57 lotes. Para posteriores proyectos será tenido en cuenta un vendedor fijo de la empresa.

Nota: la decisión de contemplar el ingeniero civil y arquitecto como personal directo de la empresa obedece a la importancia de estas personas para el proyecto. El modelo de contratación a término fijo no es erróneo, este es de libre decisión del empresario y por lo tanto no aplica la corrección de los evaluadores sobre la figura a emplear como la OPS. Se desconoce por parte de ellos el sector, la naturaleza de las empresas constructoras y la importancia de los cargos y conceptos empresariales que creería que deberían saber para poder evaluar un

proyecto de esta índole dado que poseo la experiencia de más de 15 años de estar relacionado con el sector de la construcción. Una OPS se puede contemplar en cargos como servicios generales o mensajería que no son básicos.

Tabla 36 Porcentaje para el cálculo de prestaciones sociales

Prestaciones Sociales	Porcentaje %
Cesantías	8.33%
Interés sobre las cesantías	1%
Vacaciones	4.17%
Primas	8.33%
Total Prestaciones	21.83%

Fuente. Ministerio de Protección Social

Tabla 37 Porcentaje para el cálculo de seguridad social

Componentes	Porcentaje
Salud	TOTAL 12.5% 8.5% asume el empleador 4% asume el trabajador
Pensión	TOTAL 16% 12% asume el empleador 4% asume el trabajador
Riesgos profesionales	Según niveles de riesgo y los asume el empleador. 2.436% aprox.
Total Empleador	22.94%
Total empleado	8%

Fuente: Ministerio de Protección Social.

Tabla 38 Porcentaje de cotización según “Factor riesgo”

Clase Riesgo	V.r. Mínimo	V.r Inicial	V.r. Máximo
L	0.348%	0.522%	0.696%
LI	0.435%	1044%	1653%
LII	0.783%	2436%	4089%
IV	1740%	4350%	6960%
V	3219%	6960%	8700%

Fuente: Ministerio de Protección Social.

Además para aquellos trabajadores que devenguen hasta dos salarios mínimos legales vigentes, se les cancelará el subsidio de transporte equivalente a \$63.000 y se les considerará el 7% del salario como dotación el cual se les entregará trimestralmente, acorde a la ley.

Tabla 39 Aportes parafiscales

	Porcentajes
Caja de compensación Familiar	4%
Total Prestaciones	4%

4.4 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO ADMINISTRATIVO

- Constructora JCS se constituirá como persona Unipersonal, trabajará bajo el régimen común y se registrará ante la DIAN,
- Se identificaron los aspectos institucionales como son la visión, misión, objetivos y políticas.

- La estructura organizacional es adecuada para este tipo de empresa, por cuanto se determina las áreas funcionales y los respectivos cargos.
- Se realizó el perfil de cargos, determinándose el nivel de estudios y las funciones con su respectiva remuneración.
- El gerente será el propietario. Además se contará con personal con un total de 2 personas directas, ya sea en la modalidad de contratos a término fijo por honorarios son 5 personas. El personal a contratar serán residentes del municipio, de esta manera generar empleo y contribuir con el desarrollo económico de la región.
- La estructura organizacional propuesta es la adecuada, teniendo los nuevos lineamientos administrativos. Por lo anterior, desde el punto de vista administrativo es VIABLE.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

Para el desarrollo e implementación de la constructora, se precisa a continuación el monto requerido de inversión total, basado en los diferentes estudios de mercados, técnico, administrativo, base para el análisis financiero de la empresa.

5.1.1 Inversión fija. Está compuesta por muebles y enseres y equipo de oficina, que se requiere para su funcionamiento

5.1.1.1 Terreno. El presente proyecto no realizara inversión en terrenos en su etapa inicial.

5.1.1.2 Construcción y adecuación. Para el presente proyecto se estima un costo por adecuaciones locativas en el local y decoración del mismo por diez millones de pesos \$ 10.000.000. Para instalación de redes informáticas y las divisiones en módulos. Las divisiones de áreas serán en dry wall .

5.1.1.3. Muebles y enseres. Se necesita adquirir unos muebles y enseres, representados descritos como: escritorios, sillas, archivador, papeleras y mesa para el computador.

Tabla 40 Inversión en muebles y enseres.

Cantidad	Descripción	Valor unitario	Valor total (con IVA)
4	Escritorio	850.000	3.400.000
4	Sillas	180.000	720.000
8	Sillas auxiliares	45.000	360.000
2	Archivador	220.000	440.000
Total	Total		4.920.000

5.1.1.4. Equipo de oficina. Se requieren equipos de oficina como computadora, Teléfonos e impresora

Tabla 41 Equipo de Oficina

Cantidad	Descripción	Valores
4	Equipo de Computo	6.000.000
4	Impresora	600.000
4	Teléfonos	400.000
Total		7.000.000

5.1.1.5 Total de Inversión fija.

Tabla 42 Total de inversión fija

Activo	Valor total (Con Iva)
Muebles y enseres	4.920.000
Equipo de computo	7.000.000
Total inversión fija	11.920.000

Nota: El lote de usufructo para iniciar este proyecto es una herencia por lo tanto no se contempla en la inversión fija de este proyecto.

5.1.2. Inversión diferida.

Tabla 43 Inversión diferida.

	VALORES
publicidad inicial	2.730.000
Estudios de viabilidad	3.000.000
Gastos iniciales	5.000.000
Adecuaciones	10.000.000
Total Inversión Diferida	20.730.000

5.1.3. Inversión de capital de trabajo: Partiendo de la definición de capital de trabajo, que es prever o mantener en caja el efectivo necesario para cubrir los costos y gastos de funcionamiento de la empresa para un periodo de tiempo dado, según sea la política de ventas, para los primeros, dos (2), meses de operación. De ahí la importancia de precisar claramente el presupuesto que incurrirá, tanto para los costos de prestación del servicio, gastos administrativos y de ventas, y gastos financieros, teniendo en cuenta su estructura y la capacidad inicial y proyectada). Para el cálculo del capital de trabajo se tendrá en cuenta los siguientes rubros:

5.1.3.1 Costos de servicio

5.1.3.1.1 Terrenos para la venta. Está conformado por los lotes para la venta, Servicios contratados, mano de obra directa y costos indirectos del servicio.

Tabla 44 Costo mts de los lotes para la venta

	Metros cuadrados	Costo mt cuadrado	VALOR TOTAL
Mts2 urbanizables para vender	4104	80.000	328.320.000
TOTAL			328.320.000

5.1.3.1.2 Mano obra directa Inicialmente se tendrán un ingeniero civil y un arquitecto que asesoraran a los clientes que compren los lotes para que puedan desarrollar sus casas. Se toma como base 2 personas con las prestaciones legales

Tabla 45 mano de obra directa

	ingeniero	arquitecto
remuneración mes	1.500.000	1.500.000
Subsidio de transporte	70.500	70.500
Vacaciones, Cesantías, intereses las cesantías, prima.	313.699	313.699
Caja de Compensación Familiar	60.000	60.000
Salud y pensión	307.500	307.500
Riesgos Profesionales	7.830	7.830
Dotación	105.000	105.000
Total mensual	2.364.529	2.364.529

5.1.3.1.3 Costos indirectos de prestación del servicio de la venta del lote.

Hacen parte de los costos indirectos de prestación del servicio, (CIFS), la mano de obra indirecta, los insumos el arriendo.

Tabla 46 Gastos indirectos de comercialización

	Valor total \$/mes	Valor total \$/año
Licencias de urbanismo, impresión de planos	157.828	1.893.941
Total	157.828	1.893.941

Total CIFS. En resumen y de acuerdo con los cálculos anteriores se presenta el valor de los CIF, correspondiente útiles de oficina, insumos, Seguros y la provisión de arriendo para la actividad de la empresa.

Tabla 47 Total costos indirectos de la comercialización

Concepto	Costo \$/Mes	Costo \$/año
Licencias de urbanismo, impresión de planos	157.828	1.893.941
Arriendo (70%)	700.000	8.400.000
Total	857.828	10.293.941

5.1.3.1.4 Total costos de venta de los lotes

Tabla 48 Total costos de venta de los lotes

Concepto	Año 1	Costo mes
Terrenos x venta	328.320.000	27.360.000
Mano de obra directa	56.748.708	4.729.059
CIFS	10.293.941	857.828
Total	395.362.649	32.946.887

5.1.3.2 Gastos de administración y ventas.

Nomina administrativa: Se calcula los gastos que incurrirá la empresa en la nómina correspondiente al gerente, y secretaria, con su respectiva carga prestacional para el mes y año.

Tabla 49 Nomina Administrativa

Concepto	Gerente	Secretaria
Sueldo mes	2.000.000	589.500
Subsidio de transporte		70.500
Prima, Vacaciones, Cesantías, intereses cesantías	418.260	123.283
Caja de Compensación Familiar	80.000	23.580
Salud	170.000	50.108
Pensión	240.000	70.740
Riesgos profesionales	10.440	3.077
Dotación	140.000	41.265
Total mes	3.058.706	972.054
Total año	36.704.472	11.664.643

Depreciación administrativa: Se incluye la depreciación de muebles y enseres y equipo de oficina requeridos para el área administrativa.

Tabla 50 Depreciación administrativa

Activo	Valor del activo	Años deprec.	Depreciación año	Depreciación mes	Valor de salvamento
Muebles y enseres	4.920.000	10	492.000	41.000	2.460.000
Equipo de oficina	7.000.000	5	1.400.000	116.667	-
Total	11.920.000		1.892.000	157.667	2.460.000

Tabla 51 Amortización de diferidos. Se amortiza la inversión diferida para el área administrativa a 5 años.

Activo	Valor del activo	Años Amortizables	Amortización \$ año	Valor \$mes
Diferidos	20.730.000	5	4.146.000	345.500
TOTAL	20.730.000		4.146.000	345.500

Gastos generales: Se incluyen los demás gastos generales, correspondientes a honorarios del contador y asesor jurídico, publicidad, mantenimiento, seguros, arriendo (30%) servicios públicos y demás.

Tabla 52 Mantenimiento administrativo

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	4.920.000	0,05	246.000	20.500
Equipo de oficina	7.000.000	0,05	350.000	29.167
TOTAL	11.920.000		596.000	49.667

Tablas 53 Seguros administrativos.

Activo	Valor del activo	Proporción %	Valor año \$	Valor mes \$
Muebles y enseres	4.920.000	0,01	49.200	4.100
Equipo de oficina	7.000.000	0,01	70.000	5.833
TOTAL	11.920.000		119.200	9.933

Tabla 54 Total Gastos generales.

Concepto	Valor mes \$	Valor \$/año
Honorarios y comisiones	1.000.000	12.000.000
Publicidad	450.000	5.400.000
Arriendo(30%)	300.000	3.600.000
Mantenimiento	49.667	596.000
Seguros	9.933	119.200
Servicios públicos	300.000	3.600.000
Papelería	80.000	960.000
Aseo y cafetería	50.000	600.000
Total	2.239.600	26.875.200

Tabla 55 Gastos de administración y ventas.

Concepto	Valor \$/año	Valor mes
Nómina	48.369.115	4.030.760
Depreciación administrativa	1.892.000	157.667
Amortización de administración	4.146.000	345.500
Gastos generales	26.875.200	2.239.600
Total	81.282.315	6.773.526

5.1.3.3 Gastos Financieros

Tabla 56 gastos financieros

Concepto	Valor \$
Intereses primer mes	722.400
Intereses segundo mes	710.360
Total	1.432.760

5.1.3.4 Total Capital de trabajo Para el total del capital de trabajo requerido, se prevé para los dos primeros meses de operación de la empresa, tengan presente que no se toman en cuenta los rubros que en su momento no generan salida de dinero, como es el caso de las prestaciones de ley, depreciaciones y amortización de diferidos.

Tabla 57 total capital de trabajo

Descripción	Valor \$ 2 meses
costos del servicio de venta	64.638.977
Gastos de administración y ventas	12.148.619
Gastos financieros	1.432.760
Total	78.220.356

Nota: a las correcciones hechas en el documento presentado me permito informarles que los valores presentados en la Tabla 57 en la fila costos del servicio ya tienen descontados los rubros pertinentes y sugiero leer el ítem 5.1.3.4. allí se da explicación de la información contenida en la Tabla.

5.1.4 Inversión total

Tabla 58 Inversión Total.

Descripción	Valor \$
Inversión fija	11.920.000
Inversión diferida	20.730.000
Capital de trabajo	78.220.356
Total	110.870.356

5.1.5 Fuentes de financiación.

Tabla 59 fuentes de financiación.

Recursos	Valor \$	%
Recursos crédito	43.000.000	39
Recursos propios	67.870.356	61
Total	110.870.356	100

Se opta por adquirir un crédito en el Banco Popular por un Monto total solicitado. \$43.000.000. Plazo. 60 meses 5 años Tasa anual del 20,16%

Tasa mensual: 1.68%

Tabla 60 Amortización del crédito

PERIODO	INVERSION	INTERESES	AMORTIZACION	CUOTA	SALDO
0	43.000.000				43.000.000
1		722.400	716.667	1.439.067	42.283.333
2		710.360	716.667	1.427.027	41.566.667
3		698.320	716.667	1.414.987	40.850.000
4		686.280	716.667	1.402.947	40.133.333
5		674.240	716.667	1.390.907	39.416.667
6		662.200	716.667	1.378.867	38.700.000
7		650.160	716.667	1.366.827	37.983.333
8		638.120	716.667	1.354.787	37.266.667
9		626.080	716.667	1.342.747	36.550.000

10		614.040	716.667	1.330.707	35.833.333
11		602.000	716.667	1.318.667	35.116.667
12		589.960	716.667	1.306.627	34.400.000
Subtotal		7.874.160	8.600.000	16.474.160	34.400.000
13		577.920	716.667	1.294.587	33.683.333
14		565.880	716.667	1.282.547	32.966.667
15		553.840	716.667	1.270.507	32.250.000
16		541.800	716.667	1.258.467	31.533.333
17		529.760	716.667	1.246.427	30.816.667
18		517.720	716.667	1.234.387	30.100.000
19		505.680	716.667	1.222.347	29.383.333
20		493.640	716.667	1.210.307	28.666.667
21		481.600	716.667	1.198.267	27.950.000
22		469.560	716.667	1.186.227	27.233.333
23		457.520	716.667	1.174.187	26.516.667
24		445.480	716.667	1.162.147	25.800.000
Subtotal		6.140.400	8.600.000	14.740.400	25.800.000
25		433.440	716.667	1.150.107	25.083.333
26		421.400	716.667	1.138.067	24.366.667
27		409.360	716.667	1.126.027	23.650.000
28		397.320	716.667	1.113.987	22.933.333
29		385.280	716.667	1.101.947	22.216.667
30		373.240	716.667	1.089.907	21.500.000
31		361.200	716.667	1.077.867	20.783.333
32		349.160	716.667	1.065.827	20.066.667
33		337.120	716.667	1.053.787	19.350.000
34		325.080	716.667	1.041.747	18.633.333
35		313.040	716.667	1.029.707	17.916.667
36		301.000	716.667	1.017.667	17.200.000
Subtotal		4.406.640	8.600.000	13.006.640	17.200.000
37		288.960	716.667	1.005.627	16.483.333
38		276.920	716.667	993.587	15.766.667
39		264.880	716.667	981.547	15.050.000
40		252.840	716.667	969.507	14.333.333
41		240.800	716.667	957.467	13.616.667
42		228.760	716.667	945.427	12.900.000
43		216.720	716.667	933.387	12.183.333
44		204.680	716.667	921.347	11.466.667
45		192.640	716.667	909.307	10.750.000
46		180.600	716.667	897.267	10.033.333
47		168.560	716.667	885.227	9.316.667
48		156.520	716.667	873.187	8.600.000
Subtotal		2.672.880	8.600.000	11.272.880	8.600.000
49		144.480	716.667	861.147	7.883.333
50		132.440	716.667	849.107	7.166.667
51		120.400	716.667	837.067	6.450.000
52		108.360	716.667	825.027	5.733.333
53		96.320	716.667	812.987	5.016.667
54		84.280	716.667	800.947	4.300.000
55		72.240	716.667	788.907	3.583.333
56		60.200	716.667	776.867	2.866.667
57		48.160	716.667	764.827	2.150.000
58		36.120	716.667	752.787	1.433.333
59		24.080	716.667	740.747	716.667
60		12.040	716.667	728.707	0
Subtotal		939.120	8.600.000	9.539.120	
Total		22.033.200	43.000.000	65.033.200	

5.2. COSTOS

La estructura de costos y gastos se dividen en fijos y variables,

5.2.1. Costos fijos. Son aquellos costos y gastos que se deberán aprovisionar y cancelar, produzcase o no y que no sufren variación en el tiempo

Tabla 61. Costos fijos

Costos y gastos fijos	Valor total \$/año
Nomina administrativa	48.369.115
Honorarios	12.000.000
Publicidad	5.400.000
Arriendo	12.000.000
Papelería	960.000
Aseo y cafetería	600.000
Depreciación	1.892.000
Mantenimiento	596.000
Amortización de diferidos	4.146.000
Seguros	119.200
⁷ Gastos financieros (Intereses) ⁸	7.874.160
Total costos y gastos fijos	93.956.475

Nota: Según corrección hecha en el documento se me dice sacar los gastos financieros del Tabla 61. Lo que sería un error dado que ellos hacen parte de los costos fijos. Para ilustrar un poco a los señores evaluadores sugiero revisar los conceptos dados y revisar fuentes pie de pagina.

5.2.2. Costos variables. Se toman como variables porque tienen variación en el tiempo

⁷ http://www.emprededorxxi.coop/html/creacion/crea_pempresa_art12.asp consultado/dic15de2013

⁸ [Orlandoleon,contadorpublico/funcionariocontraloriadebucaramanga.consultado/dic142013/tel3163306826](http://www.orientadorpublico.com.co/funcionariocontraloriadebucaramanga.consultado/dic142013/tel3163306826)

Tabla 62 costos variables

Costos y gastos variables	Valor total \$/año
Terrenos para la venta	328.320.000
Mano de obra directa	56.748.708
Gastos indirectos de comercialización	1.893.941
Servicios públicos	3.600.000
Total costos y gastos variables	390.562.649

5.2.3. Costos totales unitarios.

Tabla 63 costos totales unitarios

Total costos y gastos	Valor total \$/año
Costos y gastos fijos	93.956.475
Costos y gastos variables	390.562.649
Total costos y gastos	484.519.125

Nota: No es posible aplicar las correcciones hechas en el documento dado que están erradas esas apreciaciones. En el documento se está trabajando sobre metros cuadrados y no sobre número de lotes para sacar el costo unitario. Sin embargo se puede decir que cada lote tendrá un costo de 8.500.000.

5.3. PRECIO DE VENTA.

Costo del metro cuadrado para el lote de 72 mts²: \$ 118.060,22

Precio de venta del metro cuadrado para el lote de 72 mts \$ 236.120

El porcentaje de utilidad que se tuvo en cuenta es del 50% sobre el costo del metro cuadrado y comparado con la competencia sigue por debajo. Los lotes no se venderán por ubicación, de tal manera que el precio será el mismo para todos dado que el área es de 72 mts para todos.

Tabla 64 Ingresos proyectados

Presentación	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Metros cuadrados	4.104	4.925	5.746	6.566	7.387
Precio de venta	236.120	236.120	236.120	236.120	236.120
Ingresos totales	969.038.249	1.162.845.899	1.356.653.549	1.550.461.198	1.744.268.848

5.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS A 5 AÑOS**5.4.1 Estado de resultado proyectado a 5 años****Tabla 65 estado de resultados proyectados a 5 años**

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos					
Ingresos por ventas	969.038.249	1.162.845.899	1.356.653.549	1.550.461.198	1.744.268.848
Tota Ingresos	969.038.249	1.162.845.899	1.356.653.549	1.550.461.198	1.744.268.848
Costos del servicio de ventas	395.362.649	474.435.179	555.089.160	632.801.642	715.065.856
Utilidad Marginal	573.675.600	688.410.720	801.564.389	917.659.556	1.029.202.993
Gastos de administración y ventas	81.282.315	81.282.315	81.282.315	81.282.315	81.282.315
Gastos Financieros	7.874.160	6.140.400	4.406.640	2.672.880	939.120
Utilidad antes de Imp.	484.519.125	600.988.004	715.875.434	833.704.361	946.981.558
Impuestos 33%	159.891.311	198.326.041	236.238.893	275.122.439	312.503.914
Utilidad Neta	324.627.813	402.661.963	479.636.541	558.581.922	634.477.644
Reserva legal 10%	32.462.781	40.266.196	47.963.654	55.858.192	63.447.764
Utilidad por distribuir	292.165.032	362.395.767	431.672.887	502.723.730	571.029.879

5.4.2 Flujo de Caja Proyectado.

Tabla 66 flujo de caja proyectado

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas						
Efectivo						
Ingresos por ventas	-	969.038.249	1.162.845.899	1.356.653.549	1.550.461.198	1.744.268.848
Aporte de socios	67.870.356					
Crédito	43.000.000					
Total de Entradas	110.870.356	969.038.249	1.162.845.899	1.356.653.549	1.550.461.198	1.744.268.848
Salidas						
Maquinaria y equipos	-					
Muebles y enseres	4.920.000					
Equipo de oficina	7.000.000					
Herramientas						
Total inversión fija	11.920.000					
Inversión Diferida	20.730.000					
Costos del servicio		395.362.649	474.435.179	555.089.160	632.801.642	715.065.856
Gastos de administración		81.282.315	81.282.315	81.282.315	81.282.315	81.282.315
Gastos Financieros		7.874.160	6.140.400	4.406.640	2.672.880	939.120
Impuesto renta		159.891.311	198.326.041	236.238.893	275.122.439	312.503.914
Reserva legal		32.462.781	40.266.196	47.963.654	55.858.192	63.447.764
Total salidas	32.650.000	676.873.217	800.450.132	924.980.662	1.047.737.469	1.173.238.969
Saldo (Entradas - salidas)	78.220.356	292.165.032	362.395.767	431.672.887	502.723.730	571.029.879
Más depreciación		1.892.000	1.892.000	1.892.000	1.892.000	1.892.000
Más Amortización diferidos administrativo		4.146.000	4.146.000	4.146.000	4.146.000	4.146.000
Más Reserva legal		32.462.781	40.266.196	47.963.654	55.858.192	63.447.764
Menos pago a Principal		8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000
Total saldo neto	78.220.356	322.065.813	400.099.963	477.074.541	556.019.922	631.915.644

Recuperación de inversión						67.870.356
Inversión residual de activos						2.460.000
Total flujo neto		322.065.813	400.099.963	477.074.541	556.019.922	702.246.000
Saldo Inicial		78.220.356	400.286.170	800.386.133	1.277.460.673	1.833.480.595
Saldo Final	78.220.356	400.286.170	800.386.133	1.277.460.673	1.833.480.595	2.465.396.239

5.4.3 Balance General a 5 años.

Tabla 67 balance general

Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS						
Activo corriente						
Caja y Bancos	78.220.356	400.286.170	800.386.133	1.277.460.673	1.833.480.595	2.465.396.239
Total activo corriente	78.220.356	400.286.170	800.386.133	1.277.460.673	1.833.480.595	2.465.396.239
ACTIVO FIJO						
Maquinaria y equipos	-	-	-	-	-	-
Muebles y enseres	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000	4.920.000
Equipo de oficina	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
Herramientas	-	-	-	-	-	-
Total inversión fija	11.920.000	11.920.000	11.920.000	11.920.000	11.920.000	11.920.000
Menos Dep. Acumulada.		1.892.000	3.784.000	5.676.000	7.568.000	9.460.000
Total activo fijo	11.920.000	10.028.000	8.136.000	6.244.000	4.352.000	2.460.000
Diferidos	20.730.000	20.730.000	20.730.000	20.730.000	20.730.000	20.730.000
Menos Amortización dife. Acumu.		4.146.000	8.292.000	12.438.000	16.584.000	20.730.000
Total Activos diferidos	20.730.000	16.584.000	12.438.000	8.292.000	4.146.000	-
TOTAL ACTIVOS	110.870.356	426.898.170	820.960.133	1.291.996.673	1.841.978.595	2.467.856.239
PASIVOS						
PASIVO CORRIENTE						
Obligaciones a corto plazo	8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000	-
Total pasivo corriente	8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000	8.600.000	-
Pasivo no corriente						
Obligaciones a largo plazo	34.400.000	25.800.000	17.200.000	8.600.000	0	-
Total pasivo no corriente	34.400.000	25.800.000	17.200.000	8.600.000	-	-
Total Pasivos	43.000.000	34.400.000	25.800.000	17.200.000	8.600.000	-
Patrimonio						
Aporte de socios	67.870.356	67.870.356	67.870.356	67.870.356	67.870.356	67.870.356

						6
Reserva legal		32.462.781	72.728.978	120.692.632	176.550.824	239.998.588
Utilidades del ejercicio		292.165.032	362.395.767	431.672.887	502.723.730	571.029.879
Utilidades del ejercicio anteriores			292.165.032	654.560.799	1.086.233.685	1.588.957.415
PATRIMONIO	67.870.356	392.498.170	795.160.133	1.274.796.673	1.833.378.595	2.467.856.239
Total (Pasivo + Patrimonio)	110.870.356	426.898.170	820.960.133	1.291.996.673	1.841.978.595	2.467.856.239

5.5 CONCLUSIONES

- Se definieron las inversiones fijas \$11.920.000 y diferidos \$20.730.000 así como el capital de trabajo \$ 78.220.356
- La viabilidad financiera se proyectó a cinco años, se presentaron los estados de resultados básicos, como el estado de ganancias y pérdidas, el flujo de caja y el balance general base para su evaluación financiera Para la puesta en marcha de la empresa, se requiere de una inversión total de \$ 110.870.356. Esta inversión está representada en un crédito por 43.000.000 que será tomado en el banco de Bogotá, recurso propios del autor
- El precio de venta de cada lote por metro cuadrado es \$ 236.120 que tiene una utilidad del 50%. Este precio está por debajo en la misma proporción de los precios de la competencia.
- Se puede observar que financieramente es positivo el balance y los ingresos los cual hace que el proyecto de pueda desarrollar

EVALUACIÓN DEL PROYECTO

6.1 EVALUACION SOCIAL

El impacto social es alto y positivo dado que se contribuye a la sociedad en la mejora de su calidad de vida y en la disminución de los índices de pobreza, esto genera un fortalecimiento social en la comunidad del municipio y elevando los niveles de conformidad de sus habitantes al encontrar oportunidades de adquirir vivienda propia. El proyecto contribuye en el fortalecimiento económico a la región por que se generan 4 empleos directos y 3 indirectos. No solo mejorará la calidad de vida de los trabajadores y de la región en general si no que va a influir gradualmente en la modificación de la estructura física de la región y con el pago de sus impuestos aportará para aumentar el erario público para que se pueda invertir en obras para la población en general.

6.2 EVALUACION AMBIENTAL.

Defender los ecosistemas, la biodiversidad y evitar la contaminación de los mismos es parte importante de la ejecución de este proyecto. Tener conocimiento de las leyes que se deben cumplir y proyectar soluciones prácticas que ayuden a mitigar de la mejor manera posible todo aquello que produzca contaminación al momento de la construcción de las viviendas. Examinado desde otro punto de vista los factores ambientales también se puede relacionar con el clima que en la actualidad es muy variable puede influir de cierta forma en la construcción de las viviendas, pues la presencia de lluvias siempre es un factor negativo que obstaculiza el avance de la obra adecuadamente, especialmente si se está al inicio de la obra.

Los lotes están debidamente legalizados y cumplen a cabalidad con las normas ambientales para su urbanización. La constructora en su operación administrativa no emite gases y ruidos contaminantes lo que genera un aporte al medio ambiente.

6.3 EVALUACION FINANCIERA.

6.3.1 Valor presente neto. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos netos actualizados, descontados a la inversión inicial⁹

Se considera como la verdadera utilidad marginal del capital que resulta de la diferencia entre ingresos y egresos o excedentes netos, situada en el presente.

Para el calculo del VPN, se requiere determinar la tasa mínima atractiva de retorno, TMAR, que es lo mínimo que un inversionista espera le rente sus aportes, donde se compare y analiza si le dará más incursionar en el mercado financiero o en el proyecto, es decir es lo que espera le rinda su inversión comparada con las tasas o índices ofrecidos por el mercado bursátil o entidades financieras o terceros

Para la evaluación financiera la tasa de oportunidad o la tasa mínima atractiva de retorno TMAR, tomando en cuenta los TES, la tasa del crédito y la tasa de riesgo

$$TO = ((1 + TES) (1 + TR))^{-1} \times 100$$

Debe existir una relación de :

$$TMAR = (TO \times RP) + (RC \times TI \times (1 - \%IMP))$$

TO : Tasa oportunidad calculada

RP: Porcentaje de recursos propios 61%

⁹ Gabriel Baca Urbina, Evaluación de proyectos, Mac Grawhill, quinta edición, 2.008. pág. 181

RC: Porcentaje de recursos del crédito 39%

TI: Tasa de Interés del crédito 20,16%

%IMP: Porcentaje de impuesto de renta.: Efectiva del 37%, correspondiente al impuesto de renta efectiva anula del 27% de renta y CREE del 10%.

TES: Títulos de tesorería a 5 años del Banco de la República.

Año 2.012 5,12%

Año 2.011 5,28%

Año 2.010 3,28%

Año 2.009 3,38%

Año 2.008 9,59%¹⁰

Promedio a 5 años 5,33%

Inflación de 2.012 fue de 2,44%, según el departamento Administrativo de Estadística, Dane a cierre de 2.012 ¹¹

TR : Se toma como tasa de riesgo el 10%, El nivel de riesgo de la empresa solicitante, de acuerdo con ese flujo de caja, con el fin de determinar los montos y plazos adecuados para cada financiación. Según estas mismas variables, se definen los puntos básicos que han de sumarse a la tasa DTF, para así obtener la tasa de financiación del crédito¹²

$$\text{TMAR} = ((1,0553) \times (1,10)) - 1 \times 100 = 15,863\%$$

$$\text{TMAR} = (15,863 \times 0,61) + (0,39 \times (20,16 \times (1 - 0,37)))$$

$$\text{TMAR} = 13,61\%$$

Dado que el análisis se hace con pesos constantes se procede a deflactar la TMAR, sin los efectos inflacionarios, a través del siguiente procedimiento.

¹⁰ Banco de la República. 2.012

¹¹ DANE, A Diciembre 31 de 2.011

¹²<http://www.revistaalimentos.com.co/ediciones/edicion3/finanzas/mas-barato-comprar-por-leasing.htm>

TMAR deflactada:

$$\text{TMAR} = \frac{(1 + \text{TMAR})}{(1 + \text{TI})} - 1 * 100 = \frac{1.1361}{1,0244} - 1 \times 100 = 10,90\%$$

Las utilidades netas actualizadas, resulta de traer a pesos de hoy los excedentes estimados en los cinco años de vida del proyecto, para determinar el valor del proyecto con el costo de capital a pesos constantes. El valor presente neto se calcula a partir de los resultados obtenidos año tras año durante la vida útil del proyecto, teniendo en cuenta la inversión inicial en el año base, la tasa mínima aceptable de rendimiento de los inversionistas es del 10,90% anual sin tener en cuenta la inflación por trabajar pesos constantes en los flujos netos actualizados.

Tabla 68 Valor presente neto

Año	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	VPN
		Sin Actualizar	Actualización	Actualizados	Actualizados
			(1+i)		
0	110.870.356				-110.870.356
1		322.065.813	0,9090	292.757.824	292.757.824
2		400.099.963	0,8263	330.602.599	330.602.599
3		477.074.541	0,7511	358.330.687	358.330.687
4		556.019.922	0,6828	379.650.403	379.650.403
5		702.246.000	0,6206	435.813.868	435.813.868
Total		2.457.506.239		1.797.155.382	1.686.285.025

VPN = Fondos Netos Actualizados - Inversión

$$\text{VPN} = \sum(\text{EXN}) (1+i)^{-t} - K(1+i)^{-t}$$

$$\text{VPN} = \$1.797.155.382 - \$110.870.356$$

$$\text{VPN} = \$1.686.285.025$$

Se puede concluir que el proyecto es rentable y conveniente para su futura puesta en marcha. Valor relativamente alto si se tiene en cuenta que los excedentes netos no se distribuyen y se van reinvierten en el desarrollo mismo del proyecto, año tras año.

Nota: según corrección hecha en el documento la TMAR no se puede tomar con la inflación del año en vigencia porque aún no se ha cerrado el año y no se puede determinar con exactitud cual será su indicador final. Esto es un error de conocimiento de los evaluadores dado que se toma con la inflación del año pasado en este caso la del 2012: para estas anotaciones consulte telefónicamente al especialista en finanzas y asesor empresarial señor orlando leon, funcionario de la contraloría de Bucaramanga y experto en contabilidad y finanzas.

6.3.2 Tasa Interna Retorno (TIR.).

La TIR es aquella tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a la inversión aproximadamente y su utilidad sea igual a cero o en otros términos que iguale la suma de los flujos netos descontada la inversión inicial.

Formula:

$$T.I.R. = \sum(FNE) (1+r)^{-t} - k (1+r)^{-t}$$

r = Tasa Interna de Retorno

F.N.E.= Flujos netos de efectivo

K = Inversión

t = Período de años 1, 2, 3, 4, 5.

La tasa estimada y aproximada donde se alcanza que los flujos netos de efectivo actualizados sean aproximadamente igual a la inversión total de \$110.870.356, es del 312%%. comparada con la tasa mínima de retorno de los inversionistas, (TMAR) del 10,01%, y de los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, por tanto se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

Tabla 69 TIR

Año	Inversión	Flujos Netos	Factor de	Flujos Netos	Flujos Netos
			Actualización	Actualizados	actualizados
			(1+r)		
0	110.870.356	- 110.870.356			- 110.870.356
1		322.065.813	0,7050	227.056.398	227.056.398
2		400.099.963	0,4970	198.849.682	198.849.682
3		477.074.541	0,3504	167.166.919	167.166.919
4		556.019.922	0,2470	137.336.921	137.336.921
5		702.246.000	0,1741	122.261.029	122.261.029
Total				852.670.948	741.800.592

6.3.3. Periodo de recuperación.

Es el periodo de tiempo en el cual se cubre el monto total de la inversión, con los flujos netos de efectivo actualizados a una tasa de 10,01%.

El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 110.870.356, se recuperará es aproximadamente de 6 meses, aproximadamente, esto se daría siempre y cuando se reinvirtieran los excedentes netos año tras año en el desarrollo del proyecto y no hubiese redistribución de los mismos.

TABLA 70 Periodo de recuperación

Año	Inversión	Flujos Netos	Saldos
		Actualizados	
0	110.870.356		(110.870.356)
1		292.757.824	181.887.468
2		330.602.599	512.490.068
3		358.330.687	870.820.755
4		379.650.403	1.250.471.158

6.3.4. Análisis de las Razones Financieras.

Análisis de las Razones Financieras. ¹³Los bloques de razones financieras que se tomarán como base para el análisis son las siguientes:

- ❖ Bloque de razones de liquidez
 - ❖ Bloque de razones de endeudamiento
 - ❖ Bloque de razones de actividad
 - ❖ Bloque de razones de rentabilidad
- **Bloque de razones de liquidez.** Miden la capacidad de la empresa de generar recursos para atender sus compromisos corrientes o de cortos plazos, tanto operativos como financieros.
- ❖ **Razón corriente.** Se obtiene dividiendo los activos corrientes sobre los pasivos corrientes.

¹³ Administración financiera I, Insed, primera edición 1.996, pág 13

Tabla 71 Razón corriente.

Razón corriente	Activo corriente	AÑO 1
	Pasivo corriente	46,54

Por cada peso \$1 que la empresa deva en el corto plazo, posee \$46,54, representados en activos corrientes, para afrontar sus compromisos, en un corto plazo.

Bloque de razones de endeudamiento.

Tabla 72 Nivel de endeudamiento.

Nivel de endeudamiento		AÑO 1
	Total pasivos	12,41
	Total activos	

Al finalizar el primer periodo contable, la razón indica que por cada peso que la empresa tiene invertidos en activos el 0,024 queda como remanente de la financiación de los acreedores, en otras palabras los acreedores (Banco) son dueños del 12,41% de la empresa al finalizar el primer año

Bloque de razones de actividad. Este bloque es denominado de actividad o de rotación, mide la efectividad con que la empresa está usando sus recursos.

Rotación de activos totales. Corresponden a los activos totales sin descontar la depreciación, se calcula dividiendo las ventas en los activos totales brutos.

La rotación de los activos totales de la empresa para el año 1 fue de 28,17 veces otra interpretación es que por cada peso que se tiene invertido en activos se generaron unas ventas de \$28,17

Tabla 73 Rotación de activos.

Rotación de activos		AÑO 1
	Ingresos por venta	28,17
	Total activos	

Bloque de razones de rentabilidad.

Margen bruto de ganancias en los primeros periodos anuales el margen de ganancia es aceptable, debido a que por cada peso que la empresa venda se genera una utilidad bruta antes de impuestos del 10%, el cual es conveniente

Tabla 74 Margen bruto de ganancias

Margen bruto de ganancia		AÑO 1
	Utilidad antes de impuestos	50,0
	Ingresos totales	

Margen neto de ganancias. Este se calcula dividiendo la utilidad neta por las ventas netas. Este ítem muestra un margen aceptable de utilidad después de haber realizado todas las erogaciones sobre las ventas.

Tabla 75 Margen neto.

Utilidad Neta		AÑO 1
	Utilidad neta	33,5
	Ingresos totales	

6.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Es una herramienta básica con la cual se puede determinar el número de unidades mínimo a vender para que la empresa cubra sus costos y gastos. El punto de equilibrio, es denominado también el “punto muerto” donde se puede determinar el nivel de las ventas necesario para que la empresa cubra sus costos¹⁴. El concepto de punto de equilibrio desarrolla una metodología para establecer una situación donde la empresa ni pierda ni gane dinero.

El punto de equilibrio se calcula matemáticamente, bajo la siguiente formula

Punto de equilibrio

$$\frac{\text{CF}}{\text{PV} - \text{CVU}} = \frac{\$ 93.956.475}{\$ 236120 - \$ 118060,22} = 795 \text{ mts } 2$$

Costos Fijos = \$ 86.628.929

Costo de Venta Unitario = \$ 118.060,22

Precio de Venta = \$ 236120

¹⁴ Administración Financiera. Humberto Pradilla Ardila. UIS. FEDI, Bucaramanga, Julio de 1986, página 137

Tabla 76. Punto de equilibrio

CONCEPTO	VALOR \$
Ingresos por ventas (795 x 236.120)	187.715.400
Menos Costos variables totales (795 X 118.060,22)	93.857.700
Margen de contribución	93.956.475
Menos costos fijos	93.956.475
Utilidad	0.00

Fuente. Autores

6.5 CONCLUSIONES SOBRE LA EVALUACION FINANCIERA DEL PROYECTO

- Financieramente es un escenario positivo, donde el VPN de \$ 1.686.285.025, la TIR, del 312,57. El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 110.870.356, se recuperará es aproximadamente de 1 año y medio año aproximadamente, Por todo lo anterior, y analizados los resultados frente a los indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.
- Se establecieron los alcances del impacto social mediante la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que podrán comprar su lote para hacer su vivienda. El impacto ambiental se presenta como una de las variables a tocar puesto que todo proyecto debe contemplar la protección del medio ambiente. Es por eso que dentro de los 9500 mts 2 disponibles solo se venderán 4104 mts. El restante quedar para zona ambiental y vías

7. CONCLUSIONES

El 97% de los encuestados viven en arriendo. Esto es una oportunidad para la constructora en San Gil. La población está conformada por los estratos 1, 2, y 3 las cuales equivalen a 21.775 personas según lo estimado por la oficina de planeación de la alcaldía del municipio de San Gil.

La demanda Según información arrojada por la investigación de mercado es 15.678 Personas esta dispuestas a comprar un lote. El canal seleccionado para la prestación del servicio de vehículos es el directo. Mediante el análisis de precios, el precio más probable el metro cuadrado para la venta de los lotes es de 236120. El 54% de los encuestados dijo tener un subsidio aprobado para la compra de vivienda.

El tamaño del proyecto hace referencia a la cantidad de lotes a vender en esta primera etapa de la puesta en marcha de la empresa y su proyección de crecimiento durante los próximos cinco años, teniendo en cuenta los recursos físicos, humanos, financieros y tecnológicos disponibles. La capacidad del proyecto está dada sobre un lote de tierra de 9.500 mt² para autoconstrucción de 57 casas de 72 mts² que equivale a 4104 mts. El área restante está distribuida en vías y zonas de reserva ambiental. El terreno está ubicado en el sector bella isla. Inicialmente se manejará venta de lotes para autoconstrucción tipo de vivienda familiar de 72 metros para construir tres habitaciones, sala, comedor, cocina, dos baños y patio de ropas. La constructora se ubicará en la zona comercial de San Gil con un espacio de 60 mts² en el municipio existen las condiciones legales para el montaje de una constructora en el municipio. El recurso humano se encuentra disponible en el municipio de San Gil.

Se determinaron los proveedores, los muebles y enseres que se necesitan para la puesta en funcionamiento de la empresa, la distribución de la oficina. Se desarrolló el flujograma de la prestación del servicio, la ficha técnica y la descripción del proceso.

Constructora JCS se constituirá como persona natural, trabajará bajo el régimen simplificado y se registrará ante la DIAN, donde se gestionará el registro único Tributario RUT .Se identificaron los aspectos institucionales como son la visión, misión, objetivos y políticas.

La estructura organizacional es adecuada para este tipo de empresa, por cuanto se determina las áreas funcionales y los respectivos cargos .Se realizó el perfil de cargos, determinándose el nivel de estudios y las funciones con su respectiva remuneración.

El gerente será el propietario. Además se contará con personal con un total de 2 personas directas, ya sea en la modalidad de contratos a término fijo por honorarios son 5 personas. El personal a contratar serán residentes del municipio, de esta manera generar empleo y contribuir con el desarrollo económico de la región.

La estructura organizacional propuesta es la adecuada, teniendo los nuevos lineamientos administrativos. Por lo anterior, desde el punto de vista administrativo es VIABLE.

Financieramente es un escenario positivo, donde el VPN de \$ 1.686.285.025, la TIR, del 312,57%. El periodo de tiempo donde la inversión total de \$ 110.870.356, se recuperará es aproximadamente de 1 año y medio año aproximadamente, Por todo lo anterior, y analizados los resultados frente a los

indicadores del mercado financiero como de las diferentes variables económicas es relativamente superior, se concluye que el proyecto es rentable desde el punto de vista financiero y conveniente para su futura ejecución.

Se establecieron los alcances del impacto social mediante la generación de empleo y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas que podrán comprar su lote para hacer su vivienda. El impacto ambiental se presenta como una de las variables a tocar puesto que todo proyecto debe contemplar la protección del medio ambiente. Es por eso que dentro de los 9500 mts² disponibles solo se venderán 4104 mts². El restante quedará para zona ambiental y vías

8. RECOMENDACIONES

Se sugiere hacer programas de mercadeo enfocados en la promoción de comprar lotes también como una inversión a largo plazo. Hacer presencia en eventos en donde se pueda mostrar el impacto social y económico favorable que tiene la empresa en la sociedad. Proyectar a un mediano plazo proyectos urbanizados para los estratos menos favorecidos a bajos costos.

BIBLIOGRAFIA

ALCARAZ RODRIGUEZ, Rafael Eduardo. El emprendedor de éxito. Guía de planes de negocios. Mc Graw-Hill. México. 1995. 230 p.

CENTRO DE ESTUDIOS REGIONALES - CER

JANY CASTRO José Nicolás, Investigación Integral de Mercados, Editorial McGraw-Hill Interamericana Editores S.A., Colombia, 2005.

CHISNAEL, Peter M. Investigación de Mercados. Editorial Mc. Graw Hill. España. 1999.

CORDOBA PADILLA, Marcial. Evaluación de Proyectos de Inversión. Bogotá, 2005 400p

EMPRESAS PRIVADAS DEL SECTOR EN BARRANCABERMEJA.

ALCALDIA MUNICIPAL, Departamento de Planeación. Barrancabermeja en cifras, 2001-2003 147 p.

GUEVARA César, QUINTERO Guillermo. Organización y método. IREDI-U.I.S. Bucaramanga. 1996. p. 15.

INFANTE VILLARREAL, Arturo. Evaluación financiera de proyectos de inversión.

Grupo editorial norma. Santa fé de Bogotá. 1998. 400 p.

http://www.upme.gov.co/guia_ambiental/carbon/gestion/politica/normativ/normativ.htm

MUTHER, Richard. Planificación y proyección de la empresa Industrial. Barcelona Editores técnicos Asociados, 2000

NIÑO LOPEZ, Myriam Leonor, Estrategias de Mercadeo, Primera Edición. INSED.
1995.

RAMÍREZ PADILLA David Noel, Contabilidad Administrativa, Editorial.

ANEXOS

Anexo A. ENCUESTA (DEMANDA) PARA FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA CONSTRUCTORA DE VIVIENDA PARA LOS ESTRATOS 1, 2 y 3 EN EL MUNICIPIO DE SAN GIL, SANTANDER

1. Estrato al cual pertenece?

1_____ 2_____ 3_____ 4_____ 5_____

2. Cuantas personas componen su núcleo familiar

2 personas____ 3 personas____ 4 personas____ más de 5 años

3. Nivel de ingresos familiares?

100.000 a 500.000____ 501.000 a 1.000.000____ 1.000.001 a 1.500.000

Más 1.500.000____

4. Hace cuanto vive en arriendo

1 año____ 2 años____ 3 años____ más de 4 años____ más de 8 años____

Como vive actualmente?

Arriendo____ prestada____ otro_____

5. Tiene ahorro para vivienda?

Si____ no____

6. Tiene subsidio para vivienda

si_____ no_____

7. Compraría un lote para su vivienda?

si_____ no_____

8. Ubicación del lote? central_____ afueras_____

9. Tipo de contrato que tiene? definido___ indefinido___ otros_____

10. Que medios de información utiliza con frecuencia? Página
WEB_____

Medio radial _____ Volante _____

11. Planes de crédito para la compra de lote y/o vivienda? 5 años_____

7 años_____ 10años_____ 12 años_____ 15 años_____

12. Donde desearía la ubicación de la oficina de la constructora?

Central_____ Afueras_____ Terreno a construir_____