

**Plan de negocios comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Juan Carlos Perdomo Salcedo**

**William José Trapero**

**Universidad Jorge Tadeo Lozano**

**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**

**Especialización en Gerencia de Mercadeo**

**Directora**

**Luz Mery Sánchez Sánchez**

**Director Escuela de Administración**

**Fernando Locano Botero**

**Director del Programa**

**Javier Darío Jiménez Herrera**

**Santa Marta**

**Julio 2017**

## Contenido

<b>Resumen</b>	<b>7</b>
<b>Abstract</b>	<b>8</b>
<b>Introducción</b>	<b>9</b>
<b>Capítulo 1</b>	<b>10</b>
<b>Diseño teórico</b>	<b>10</b>
<b>Título del proyecto de investigación</b>	<b>10</b>
<b>Problema de investigación</b>	<b>10</b>
<b>Justificación</b>	<b>12</b>
<b>Pregunta de Investigación</b>	<b>13</b>
<b>Objetivos</b>	<b>13</b>
Objetivo general	13
Objetivos específicos	13
<b>Capítulo 2</b>	<b>14</b>
<b>Marco de referencia</b>	<b>14</b>
<b>Marco Contextual</b>	<b>15</b>
Fundación forma parte de la zona norte del	15
<b>Capítulo 3</b>	<b>16</b>
<b>Diseño Metodológico</b>	<b>16</b>

<b>Tipo de estudio</b>	<b>16</b>
<b>Técnicas de recolección de información</b>	<b>16</b>
<b>Capítulo 4</b>	<b>17</b>
<b>Desarrollo de objetivos</b>	<b>17</b>
<b>Estudio de mercado</b>	<b>17</b>
Análisis de la Competencia	23
Estrategias del precio	24
Estrategias de comercialización, canales de comunicación y publicidad	24
<b>Estudio Organizacional</b>	<b>26</b>
Misión	26
Visión	26
Política de Calidad	26
Valores	26
Organigrama	27
Análisis DOFA	27
<b>Estudio Técnico</b>	<b>28</b>
Localización	28
Calificación de Opciones	30
<b>Estudio legal</b>	<b>32</b>
<b>Estudio financiero</b>	<b>35</b>
<b>Evaluación Financiera</b>	<b>38</b>

<b>Capítulo 5</b>	<b>39</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>39</b>
<b>Capítulo 6</b>	<b>40</b>
<b>Referencias</b>	<b>40</b>
<b>Capítulo 7</b>	<b>42</b>
<b>Anexos</b>	<b>42</b>
<b>Evaluación Financiera</b>	<b>42</b>
<b>Modelo de Encuesta</b>	<b>43</b>

## Lista de tablas

Tabla 1 Análisis de la competencia	23
Tabla 2 Análisis DOFA	27
Tabla 3 Calificación de Opciones	30
Tabla 4 Presupuesto	31
Tabla 5 Estado de Resultados COP	35
Tabla 6 Análisis vertical Estado de Resultados	35
Tabla 9 Balance General COP	36
Tabla 10 Estado de Flujo de Efectivo	37
Tabla 9 Flujo de Caja Libre	38
Tabla 10 Ficha Técnica	42
Tabla 11 Modelo de Encuesta	43

## Lista de ilustraciones

Ilustración 1: Proceso de venta y contratación del servicio _____	17
Ilustración 2: Triangulo del servicio _____	17
Ilustración 3: Brochure _____	18
Ilustración 4: ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar? _____	19
Ilustración 5: ¿Tiene vivienda propia? _____	19
Ilustración 6: ¿Cuánto paga mensualmente por su cano de arriendo? _____	20
Ilustración 7: ¿Qué tipo de vivienda prefiere usted? _____	20
Ilustración 8: ¿Tiene pensado comprar vivienda en un futuro próximo? _____	21
Ilustración 9: ¿Cuenta con recursos propios para la compra? _____	21
Ilustración 10: ¿Prefiere comprar casa terminada o lote? _____	21
Ilustración 11: ¿Prefiere comprar casa terminada o lote? _____	22
Ilustración 12: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un lote que cumpla todas sus expectativas? _____	22
Ilustración 13: ¿Qué tan importante es la ubicación del lote dentro de la ciudad? _____	22
Ilustración 14: Redes Sociales donde se encuentra video promocional _____	25
Ilustración 15: Cuenta en Facebook Villa Encantadora _____	25
Ilustración 16: Organigrama _____	27
Ilustración 17: Localización _____	28
Ilustración 18: Planos del lote _____	29

## **Resumen**

La presente investigación tuvo como objetivo identificar la necesidad de vivienda básica insatisfecha, en la zona urbana del municipio de Fundación – Magdalena, con el propósito de determinar la comercialización de lotes para la construcción de la Urbanización Villa Encantadora la cual ayudaría como posible solución a esta problemática. Para dicha labor, se realizó el estudio de mercado, con fuentes primarias como las encuestas aplicadas a los habitantes de la población donde se obtuvo información confiable acerca de la situación actual, una vez evidenciado dichos problemas. Posteriormente se realizaron los estudios Técnico/Administrativo/Legal, que permitieron identificar los recursos y procesos para comercializar; por último, se analizaron los aspectos financieros, los cuales reflejaron las cuantías iniciales para poner en marcha la idea de negocio.

Teniendo en cuenta la información obtenida en los estudios antes mencionados, se concluye que la idea de negocio para comercializar lotes el municipio de Fundación es viable, ya que existe un mercado el cual requiere esta clase de propuesta. En cuanto se refiere a competencia, el producto no cuenta con un competidor directo, lo cual facilita su comercialización. Por último, desde el punto de vista financiero, se concluye que la idea de negocio tiene un margen de rentabilidad positivo a mediano plazo.

**Palabras claves:** lotes de construcción, mercadeo, plan de negocios.

## **Abstract**

It research aimed to identify the need for basic housing unsatisfied in the urban area of the municipality of Foundation - Magdalena, with the purpose of determining the commercialization of lots for the construction of Villa Encantadora Urbanization which would help as a possible solution to problem. For this work, the market study was conducted, with primary sources such as the surveys applied to the inhabitants of the population where reliable information about the current situation was obtained, once these problem were evidenced. Subsequently, technical / administrative / legal studies were carried out, which allowed the identification of resources and processes for commercialization; finally, the financial aspects were analyzed, which reflected the initial amounts to start up the business idea.

Taking into account the information obtained in the aforementioned studies, it is concluded that the business idea to commercialize lots the municipality of Foundation is viable, since there is a market which requires the land. As far as competition is concerned, the product does not have a direct competitor, which facilitates its commercialization. Finally, from the financial point of view, it is concluded that the business idea has a positive profit margin in the medium term.

**Keywords:** Lots of Construction, Marketing, Business Plan.

## **Introducción**

Teniendo en cuenta la carencia de los habitantes del Municipio de Fundación, Departamento del Magdalena, de construir una vivienda a la medida de sus posibilidades, y/o haciendo posible una inversión a largo plazo para las personas que quisieran tener una segunda vivienda para arrendar, se propone el Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en el que el futuro cliente recordará cómo se vivía en tiempos de antaño ofreciendo entre sus diferenciales tranquilidad, comodidad, seguridad, con las características que agrupa un conjunto cerrado, debido a que no existe este concepto en la ciudad.

En este trabajo se resalta la necesidad de vivienda que existe en el municipio y evidencia de que si existe el deseo de las personas en hacer parte de este proyecto, según los resultados de cuenta la encuesta aplicada, la revisión de los oferentes en el sector de la construcción y el análisis comparativo de la zona el aspecto socioeconómico político y ambiental.

El documento comprende no solo el análisis de mercadeo, sino los estudios técnico, organizacional, legal, financiero y evaluación financiera, enmarcados en las directrices de las Ciencias Económicas y Administrativas.

Finalmente, el proyecto es viable, con una Inversión Inicial de \$149.000.000, a una Tasa Interna de Retorno del 53% y de Oportunidad del 15%, genera un Valor Presente Neto de \$ 134.171.192.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 1**

**Diseño teórico**

**Título del proyecto de investigación**

Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena.

**Problema de investigación**

Para 2015, el resultado de algunas variables macroeconómicas indica un desempeño positivo para la economía de Magdalena. Lo anterior debido al crecimiento de la construcción, el transporte aéreo y la industria; en contraste con el descenso registrado en las exportaciones, las importaciones y el sacrificio de ganado. A su vez, el índice de costo de construcción de vivienda en Santa Marta se incrementó en una proporción mayor a la registrada en 2014 (DANE, 2016).

En el 2017, El gobierno nacional llegó un acuerdo con el sector bancario logrando reducir las tasas para vivienda del 12.5 al 7% anual, este acuerdo tiene un doble beneficio al estimular alrededor del 25 % todas las actividades que giran en torno a la construcción (Banco de la Republica,2017). En marzo del mismo año la inflación anual al consumidor descendió por octavo mes consecutivo y se situó en 4,7%. Por su parte, el IPC sin alimentos (5,1%).

Asimismo, los sectores de la minería (-9,4%) y la construcción (-1,4%), fueron los principales responsables del ‘flojo’ crecimiento de la economía colombiana en el primer trimestre de 2017. En abril de 2017, mientras el área total licenciada para construcción registró una variación anual de -8,0%, el área licenciada para Vivienda de Interés Social VIS presentó una variación anual de 29,4% sin embargo ha sido el peor mes desde los últimos 2 años y el acumulado en lo corrido del año la industria sigue decreciendo.

## **Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

Las variables macroeconómicas referidas, indican un escenario optimista para los proyectos de construcción, en relación a la disminución de las tasas de interés, inflación por debajo de los dígitos y una expansión de los proyectos de construcción en el Departamento del Magdalena, pese a que en tuvo una disminución nacional del 1.4%.

Por lo anterior, se propone el “Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena’, idea que surge tomando como referencia un proyecto realizado en la ciudad de Santa Marta, donde se implementó como una alternativa de solución a la población con problemas de acceso a una vivienda digna. A partir de esto nace la inquietud de investigar sobre la misma problemática en el municipio de Fundación; seleccionado por su fácil acceso y ubicación a la ciudad.

## **Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

### **Justificación**

Este proyecto de investigación pretende determinar la viabilidad para comercializar lotes específicamente en el municipio de Fundación. Esta investigación proporcionará información precisa y verídica con respecto al mercado potencial al que se quiere llegar; adicional también se obtendrá información financiera sobre el monto de la inversión y los costos de comercialización e información sobre el personal que se requerirá para el desarrollo del negocio, dando así una proyección del margen de rentabilidad, la cual será fundamental para analizar la viabilidad de poner en marcha esta idea de negocio.

Con lo anterior, el propósito fundamental de esta propuesta y por ende de la investigación es dar a conocer una posible alternativa de solución al problema antes descrito, cuyo beneficio contribuirá a la economía del sector y a mejorar el impacto social y ambiental, permitiendo de una u otra manera suplir la necesidad de una vivienda básica para esta zona urbana del Magdalena; además de recibir una retribución en pro de un costo – beneficio.

Por otra parte, no realizar esta investigación dejara en desconocimiento este mercado potencial y la oportunidad de inversión en el sector, siendo esta una alternativa de negocio que ofrece una opción viable en pro del beneficio de los habitantes de la zona urbana de Fundación (Magdalena) que requieren con urgencia una solución a su problema de vivienda básica insatisfecha.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Pregunta de Investigación**

¿Cuál es la viabilidad para comercializar lotes, en el municipio de Fundación?

**Objetivos**

**Objetivo general**

Determinar la viabilidad para comercializar lotes, en el municipio de Fundación.

**Objetivos específicos**

Elaborar el estudio que permita identificar el mercado para comercializar lotes.

Construir los estudios técnico/administrativo y legales, para establecer los procesos, normas, recursos físicos y humanos, requeridos en la comercialización del producto.

Analizar desde el aspecto financiero, que se necesita para comercializar lotes.

Realizar la evaluación financiera del proyecto, a partir de la Tasa Interna de Retorno, Valor Presente Neto y Tasa de Oportunidad del Inversionista.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 2**

**Marco de referencia**

Hoy en día, las marcas existen en un mercado que cambia rápidamente, pueden pasar de ser ganadoras a los perdedores y se enfrentan a nuevas presiones tecnológicas, la globalización, la diversidad cultural, la re-calibración, y el gran volumen y variedad de productos y marcas disponibles. Estas presiones están obligando a las empresas a repensar toda publicidad al diseño del producto y, si son suficientemente inteligentes, incluso las estructuras básicas de sus negocios (Bean& Radford, 2000).

La clave de ser una marca ganadora está en la generación de valor, el cual es algo que en cada consumidor puede variar. La tarea desde el marketing es lograr que esa percepción de valor se lo mas altamente satisfactoria, donde los beneficios que los consumidores reciben siempre excedan sus expectativas, logrando así brindar la mejor experiencia y retener y atraer la mayor cantidad de consumidores (Woodside, Golfetto& Gibbert, 2008).

También la selección de los mercados objetivo en los que competirá la empresa es una decisión estratégica de suma importancia, dado que es una de las tareas más difíciles ya que una empresa orientada hacia el cliente debe enfocar toda su estructura de negocios basadas en las necesidades de estos, de lo contrario resulta tratar de vender los productos equivocados a los clientes equivocados, generando pérdida de valor y posibles sobre costos. La fijación de precios es otra preocupación estratégica importante. El precio debe no solo compensar todos los gastos de la empresa sino también generar rentabilidad hacia los accionistas, a su vez debe satisfacer altamente a los consumidores, ya que debe entregar valor y que estos queden satisfechos en la relación costo/beneficio (Slater& Narver, 1995).

## **Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

Es allí donde el empresario con su visión, ve oportunidades donde los otros no la perciben. Debe utilizar sus habilidades de persuasión y diplomacia para hacer que las cosas sucedan. Una de las tantas habilidades que debe poseer un gerente es la de la motivación, la cual debe transmitirse a todo el equipo de ventas para alcanzar resultados extraordinarios (Lawley& Cohen, 2010).

### **Marco Contextual**

Fundación forma parte de la zona norte del Departamento del Magdalena. La extensión territorial del municipio es de aproximadamente unas 96.471 hectáreas, equivalente al 4% del área departamental. La Cabecera Municipal está localizada en el margen occidental del río de su mismo nombre. La población según las proyecciones efectuadas por el DANE para 2010 con base en el censo general de 2005 es de 57.139 habitantes, de los cuales 51.739 se encuentran en el casco urbano y 5.400 corresponde a los habitantes del área rural. El clima del ente territorial está sometido al relieve, en la llanura es clima seco y cálido, en tanto que en la parte montañosa de la Sierra nevada va de templado a frío. La temperatura promedio de la cabecera municipal es de 32° grados centígrados (Alcaldía de Fundación Magdalena, 2010).

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 3**

**Diseño Metodológico**

**Tipo de estudio**

Ángel (2008) refiere que las investigaciones de tipo descriptiva consisten en llegar a conocer las situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.

**Técnicas de recolección de información**

Para el presente proyecto se utilizó la encuesta, la cual se aplicó a los residentes del Municipio de Fundación, con el propósito de conocer la opinión y/o percepción que tienen con respecto a la necesidad de un proyecto que pueda cubrir las necesidades de vivienda básica y determinar la viabilidad de comercializar el producto.

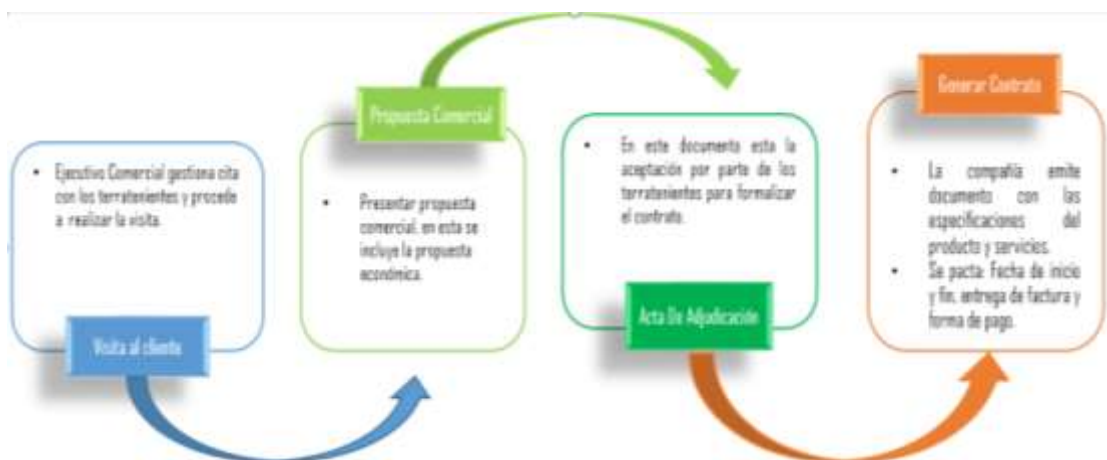
Para el desarrollo de las encuestas se contactó al señor Edwin Rafael Colon Mozo quien se encargó del proceso manual de las entrevistas. Las encuestas se realizaron los días viernes dos y sábado tres de junio, para un total de 130 realizadas al mercado objetivo en el Municipio de Fundación Magdalena, con 57.000 habitantes.

Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena

## Capítulo 4

### Desarrollo de objetivos

#### Estudio de mercado



**Ilustración 1: Proceso de venta y contratación del servicio**

Fuente: Construcción propia

#### Estrategia del Servicio

La estrategia de la constructora Persa en el proyecto de villa Encantadora estará enfocando en ofrecer un servicio diferencial. Este es un proyecto nuevo y es la primera vez que se hace algo de esta magnitud en esta ciudad. Nuestra misión es que todas las personas que tengan contacto con el *front line* se lleven la mejor imagen. Al ser un proyecto urbanístico conocemos que cada persona es diferente y con necesidades únicas. Por esto la atención debe ser personalizada enfocándonos en sus necesidades y brindarle la información lo más claramente posible.



#### Sistemas amables

Cada día las nuevas tecnologías nos brindan la posibilidad de tener más cercanía y conocer de primera mano a nuestros consumidores y clientes, la tecnología bien explotada es una herramienta poderosa para mostrar nuestras ideas y recopilar información valiosa. Para nosotros la interacción con los clientes será de manera sencilla y directa, utilizando redes sociales. Teniendo siempre en cuenta nuestro público objetivo.

#### Gente comprometida y capacitada

Es claro que las empresas sin el talento humano adecuado no podrán desarrollar a cabo sus ambiciosos planes de desarrollo y posicionamiento. Para la constructora el talento es primordial. La escogencia de este se hará con lupa, se capacitará al personal no solo en conocimiento del producto a ofrecer sino también esta capacitación será alineada con la estrategia de servicio, para que esta combinación nos ayude a lograr las metas establecidas por la compañía en este proyecto.

**Ilustración 2: Triángulo del servicio**

Fuente: Construcción propia

Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena



**Ilustración 3: Brochure**

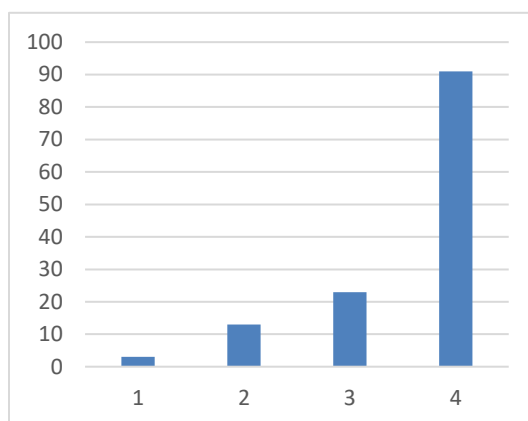
Fuente: Construcción propia

Este producto está dirigido a hogares de estrato socio económico medio, que no poseen vivienda, que buscan seguridad, tranquilidad y confort, que les gusta diseñar sus propias casas. También da alcance a personas interesadas en buscar una vivienda como una segunda inversión.

## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena

Para el desarrollo de este objetivo, se realizaron 130 encuestas escogiendo diferentes puntos de la ciudad, enfocándonos en nuestro público objetivo. La muestra se realizó casa por casa con una persona encargada de la toma de información.

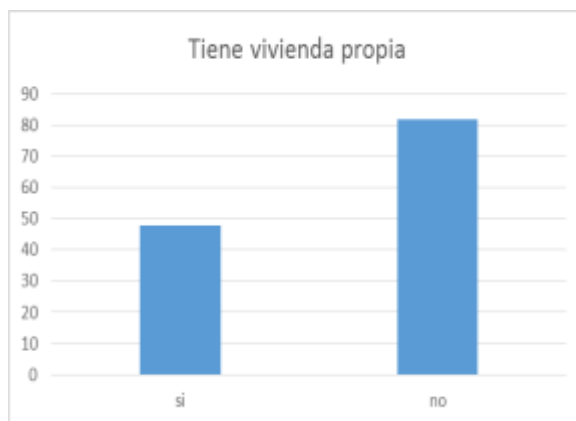
Teniendo en cuenta lo anterior se presenta el siguiente análisis detallado de la información:



**Ilustración 4: ¿Cuántas personas componen su núcleo familiar?**

Fuente: Construcción propia

El 70% de los hogares en Fundación Magdalena están conformados por 4 personas, seguidos de un 17% de hogares integrados por 3 personas. Estos grupos familiares, son acordes con la oferta de los lotes, los cuales tienen una capacidad de construcción de viviendas para un promedio de 4 personas, lo que indica la pertinencia de los mismos.



**Ilustración 5: ¿Tiene vivienda propia?**

## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena

Fuente: Construcción propia

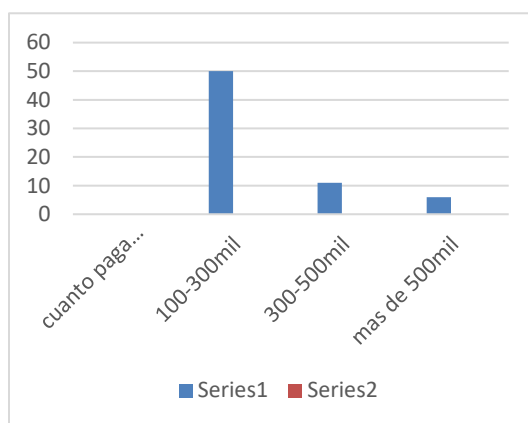


Ilustración 6: ¿Cuánto paga mensualmente por su cano de arriendo?

Fuente: Construcción propia

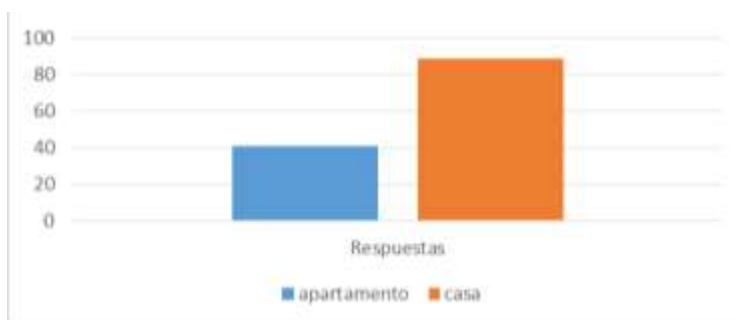


Ilustración 7: ¿Qué tipo de vivienda prefiere usted?

Fuente: Construcción propia

El 68% de las personas prefieren vivir en casas, la preferencia se explica porque en los pueblos el valor de la tierra es relativamente económica lo que repercute en amplios espacios para convivir.

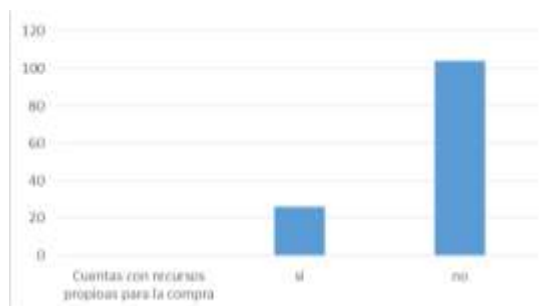
## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena



**Ilustración 8: ¿Tiene pensado comprar vivienda en un futuro próximo?**

Fuente: Construcción propia

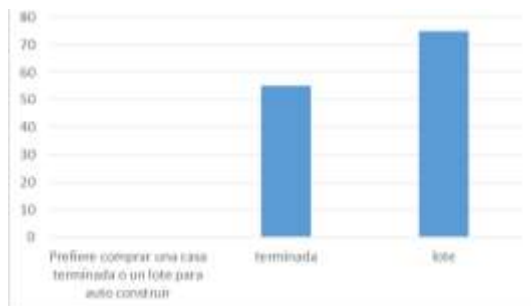
El 82% de los encuestados planea comprar lote o casa en un periodo aproximado de 1 año. Esto es bueno para el proyecto ya que el tiempo de ejecución de obras es de aproximadamente 8 meses.



**Ilustración 9: ¿Cuenta con recursos propios para la compra?**

Fuente: Construcción propia

El 80% de las personas no posee recursos propios para la compra, por esto nuestra propuesta de financiación directa tome mayor relevancia.

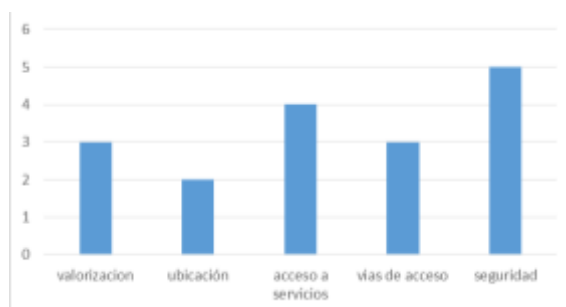


**Ilustración 10: ¿Prefiere comprar casa terminada o lote?**

Fuente: Construcción propia

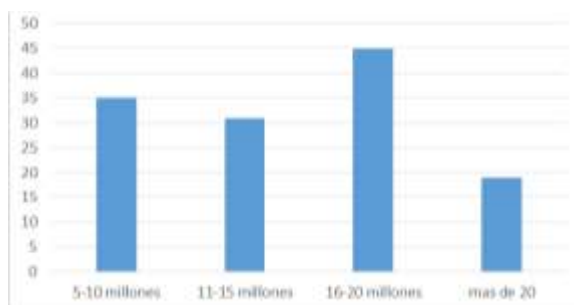
## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena

El 57% de los encuestados prefiere comprar un lugar para construir, ya que este le da las ventajas de construir a su gusto y a su ritmo económico.



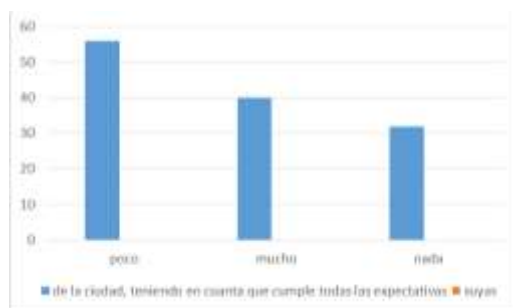
**Ilustración 11: ¿Prefiere comprar casa terminada o lote?**  
Fuente: Construcción propia

Sin importar donde esté ubicado el lugar lo más valorado es la seguridad, seguido de tener acceso a todos los servicios públicos.



**Ilustración 12: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por un lote que cumpla todas sus expectativas?**  
Fuente: Construcción propia

Sin conocer el producto a ofrecer las encuestas muestran valores muy cercanos a los precios estimados de lanzamiento, lo cual hace muy viable el proyecto.



**Ilustración 13: ¿Qué tan importante es la ubicación del lote dentro de la ciudad?**  
Fuente: Construcción propia

## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena

El 67% de las personas le interesa poco o nada la ubicación del proyecto, siempre y cuando este cuente con todas las comodidades para vivir.

### Análisis de la Competencia

En esta oportunidad se estudió el global de constructoras y el segmento de viviendas en general.

**Tabla 1 Análisis de la competencia Urbanización Los Manguitos**



El proceso de ventas de viviendas que propone la Urbanización Los Manguitos, son subsidiadas por el Estado y no se encuentran dentro del mismo rango de nicho de mercado que el proyecto Villa Encantadora.

**Constructora Villa Jardín**



El proyecto que lleva a cabo Constructora Villa Jardín si está acorde con el nicho de mercado de proyecto Villa Encantadora. Sin embargo, las propuestas son casas construidas con alto porcentaje de similitud y adicionalmente no pertenecen a conjunto cerrado.

**Urbanización Villa Gladys etapa II**



La urbanización Villa Gladys etapa II, también representa viviendas subsidiadas, las cuales se entregan terminadas, sin acabados, para otro segmento diferente al proyecto Villa Encantadora.

**Fuente:** Construcción propia

Se concluye que, en el Municipio de Fundación, se desarrollan varios proyectos de diferentes segmentos de la población destinados a personas que necesitan subsanar la carencia de vivienda, proyectos subsidiados, proyectos privados de viviendas construidas. No obstante, la innovación del proyecto Villa Encantadora demanda en el municipio una tipología de clientes que desean sus casas en una zona tranquila, amplia, confortable con mucha seguridad, con zonas sociales, piscina, canchas y otros tipos de comodidades, con el plus de que el cliente puede construir su vivienda a su gusto, colocándole un toque de personalización y las comodidades que el desee.

## **Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

### **Estrategias del precio**

#### **Estrategia de precios**

Se escogió este predio, porque dentro de la ciudad de Fundación era el que reunía las características necesarias para la realización de este proyecto; este terreno cuenta con un área de 10.000 M2 repartidos en 59 lotes de 105 M2 y 8 locales comerciales, adicional a ello, dentro de la urbanización se cuenta con áreas verdes, área húmeda (piscina).

Cada lote está avaluado en \$20.000.000, para un total de ventas proyectadas de \$1.340.000.000.

### **Estrategias de comercialización, canales de comunicación y publicidad**

El proyecto villa encantadora tiene contemplado un mix de estrategia que fusiona piezas de BTL y ATL

ATL, se tendrán cuñas radiales en las emisoras locales, se pautarán programas de televisión locales y se distribuirán volantes en diferentes puntos estratégicos de la ciudad. Todo será apoyado por las pautas publicitarias en medios de BTL, las cuales incluyen las de los diferentes centros comerciales de la ciudad con los brochures de ventas, en el momento que se amplíe la base de datos se invitarían a los clientes a un día de campo con un asado en la piscina y reuniones en la zona social, con el ánimo de que la visita se convierta en una experiencia memorable.

El video estará en las diferentes plataformas y redes sociales generando una campaña de expectativa: Disponible en <https://youtu.be/V9hGeMmXO84>

Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena



**Ilustración 14: Redes Sociales donde se encuentra video promocional**  
Fuente: Construcción propia



**Ilustración 15: Cuenta en Facebook Villa Encantadora**  
Fuente: Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Estudio Organizacional**

**Misión**

Brindar a nuestros clientes soluciones diferenciadoras y de alto valor en la promoción del autoconstrucción, mediante el aporte al desarrollo urbanístico en las ciudades intermedias en el Departamento del Magdalena.

**Visión**

Para el 2025 ser la constructora número 1 en el segmento del autoconstrucción en el Magdalena, teniendo al menos un proyecto en cada Municipio del Departamento del Magdalena.

**Política de Calidad**

Dar a cada uno de nuestros clientes soluciones efectivas en relación a la autoconstrucción de su vivienda y estar siempre dispuestos a resolver sus requerimientos en todo momento.

**Valores**

Urbanización Villa Encantadora cuenta con unos valores firmes basados en la ética profesional y personal.

Busca entrar al mercado de la construcción para enriquecerlo por medio de una competencia sana.

El grupo de trabajo serán personas comprometidas a la marca, leales, amables, familiares, que tengan la cualidad de transmitir amor en lo que hacen, brindando confianza y responsabilidad en el servicio.

## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena


### Organigrama



Ilustración 16: Organigrama  
Fuente: Construcción propia

### Análisis DOFA

Tabla 2 Análisis DOFA

	Fortalezas	Debilidades
	*Facilidad de pago por medio de financiación directa	* Falta de experiencia en el sector inmobiliario
	*Es un modelo novedoso ya que en la localidad aún no hay ninguno así.	*El proyecto es desconocido, en la mayoría de los habitantes del municipio.
	*Suple una necesidad básica para población sin acceso a vivienda.	
Oportunidades	FO	DO
*No existe competencia directa en el mercado del municipio.	*Elaborar y presentar una propuesta formal a la alcaldía del municipio para ser analizada y evaluar la posibilidad de adquirir el producto por financiación con recursos del estado (subsídios)	*Contemplar la posibilidad de ampliar el proyecto en otros municipios
*El gobierno promueve en sus planes de desarrollo iniciativas para impulsar proyectos que contribuyan al mejoramiento de la calidad de vida.		
*Que es un modelo fácil de copiar para otros inversores	*Dar a conocer las características del producto, a través de la propuesta formal	*Realizar alianzas estratégicas con empresas que cumplan con las condiciones y requisitos para participar en licitaciones.
*Competidores de productos sustitutos (casas y aptos convencionales)		

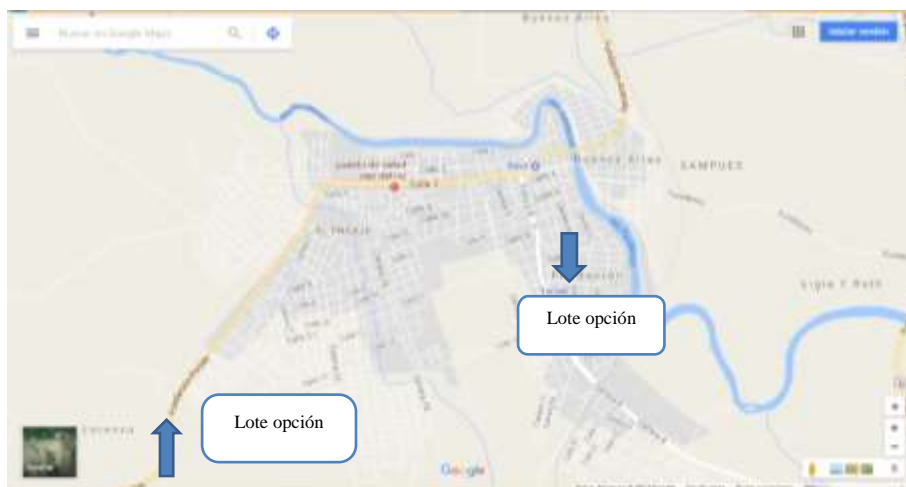
Fuente: Construcción propia

## Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena

### Estudio Técnico

En la actualidad y partiendo del estudio del mercado; se puede deducir que no existe ninguna compañía que se dedique a ofrecer este mismo producto en el Municipio de Fundación; por lo anterior en el mercado local solo existen compañías que ofrecen productos sustitutos o complementarios, pero son productos poco innovadores; entre estos productos se tienen casas y apartamentos convencionales.

### Localización



**Ilustración 17: Localización**  
Fuente: Construcción propia

Se escogió la alternativa B , dado que este cumple con la mayoría de los requisitos necesarios para llevar a cabo la ejecución del proyecto Villa Encantadora (Tabla3).

Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena




**Ilustración 18: Planos del lote**  
Fuente: Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Calificación de Opciones**

**Tabla 3 Calificación de Opciones**

			Calificación		Valoración	
			A	B	A	B
		Ponderación				
1	Distancia del río a más de 100 metros	20%	5	5	100%	100%
2	Vía de acceso al predio pavimentada	15%	0	5	0%	100%
3	Distancia de una cantera a más de 100 metros	10%	5	5	100%	100%
4	Distancia tubería madre agua potable a menos de 100 metros	10%	0	5	0%	100%
5	Distancia redes madre de alcantarillado a menos de 100 metros	10%	0	5	0%	100%
6	Distancia tubería madre gas natural a menos de 100 metros	10%	0	5	0%	100%
7	Ubicación del predio alejado a más de 1 kilómetro de un relleno sanitario	10%	5	5	100%	100%
8	Ubicación dentro del pueblo	5%	5	0	100%	0%
9	Terreno no debe ser un humedal	5%	0	5	0%	100%
10	Distancia redes principales energía eléctrica a menos de 100 metros	5%	0	5	0%	100%
<b>Calificación total</b>		<b>100%</b>			40%	<b>90%</b>

Fuente: Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Tabla 4 Presupuesto**

<b>Presupuesto De Inversión Construcción Urbanización Villa Encantadora</b>					
<b>Requerimientos Generales</b>	<b>Materiales</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Valor Materiales</b>	<b>Mano De Obra</b>	<b>Total</b>
Costo Del Lote	\$ 100.000.000		\$ 100.000.000		\$ 100.000.000
Planos De La Obra	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
Permisos Legales	\$ 5.000.000		\$ 5.000.000		\$ 5.000.000
Publicidad Para Socialización Del Proyecto	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
Encuentras-Focos Group	\$ 2.000.000		\$ 2.000.000		\$ 2.000.000
<b>Preparación Del Terreno</b>					
Nivelación De Suelos		3	\$ 150.000		\$ 450.000
Cerramiento Del Lote		400	\$ 8.000.000	\$ 2.800.000	\$ 10.800.000
<b>Exterior</b>					
Rejas Protectoras		400	\$ 3.000.000	\$ 2.000.000	\$ 5.000.000
Construcción Sala De Ventas			\$ 3.000.000	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
<b>Adecuación Interior</b>					
Pavimentación-Costos De Instalaciones Internas Tuberías Madres		400	\$ 10.000.000	\$ 5.000.000	\$ 15.000.000
Alcantarillado-Costos De Instalaciones Internas Tuberías Madres 300mts		300	\$ 8.000.000	\$ 3.000.000	\$ 11.000.000
Acueducto-Costos De Instalaciones Internas Tuberías Madres 300mts		300	\$ 10.000.000	\$ 3.000.000	\$ 13.000.000
Gas-Costos De Instalaciones Internas Tuberías Madres		400	\$ 5.000.000		\$ 5.000.000
Energía Eléctrica-Costo Instalaciones Redes Internas-Transformadores Y Redes		16	\$ 20.000.000	\$ 5.000.000	\$ 25.000.000
<b>Obras Paisajísticas</b>					
Arboles		20	\$ 15.000		\$ 300.000
Césped		400	\$ 10.000		\$ 4.000.000
Luminarias-Alumbrado Publico		19	\$ 200.000		\$ 3.800.000
<b>Ventas</b>					
Renders		1	\$ 300.000	\$ 1	\$ 300.000
Vayas		5	\$ 300.000	\$ 1	\$ 300.000
Cuñas Radiales		10	\$ 500.000	\$ 1	\$ 500.000
Vendedor 1		1	\$ 1.200.000	\$ 1	\$ 1.200.000
Vigilante		1	\$ 2.000.000	\$ 1	\$ 2.000.000

**Fuente:** Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Estudio legal**

Términos legales para el desenglobe total de un predio

Procedimiento ante la curaduría:

Para la adquisición de la licencia urbanística otorgando la resolución del desenglobe de la curaduría urbana, es necesario cumplir con los siguientes requisitos:

Copia del certificado de libertad y tradición, verificar propietario inmueble, numero de Matricula inmobiliaria y que no haya sido expedido antes de 30 días contados a partir de la fecha de la solicitud.

Copia de documento de identidad del propietario

Copia de la declaración de impuestos

Copia de planos arquitectónicos del predio.

Planos topográficos del predio

Planos del proyecto urbanístico

Certificados expedidos por las empresas del servicio público

Copias de las autorizaciones que sustentan la prestación de los servicios de agua potable, saneamientos básicos y demás autorizaciones ambientales

Estudios detallados de amenaza y riesgo por fenómeno de remoción en masa e inundaciones ambientales que señalen las medidas de mitigación del riesgo, en predios ubicados en zona de amenaza en riesgos alto y medio de origen geotécnico o hidrológico y permitan la viabilidad de futuros desarrollos.

Los requisitos notariales para la subdivisión del predio son:

Resolución de desenglobe de curaduría urbana.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

Certificado de libertad y tradición no mayor a 30 días

Copia de cedula del propietario del predio.

Copia de la escritura Matriz del Predio.

Procedimiento Catastral Agustín Codazzi

Para la obtención de la ficha catastral es necesario cumplir con el siguiente procedimiento:

Copia de la escritura pública del predio

Copia de la cedula del propietario del predio.

Copia de planos arquitectónicos firmados por el profesional

Certificado de libertad y tradición

Estudio de suelos

Paz y salvo de impuesto predial del año vigente

Al presentar a la oficina de Agustín Codazzi catastro la documentación mencionada, envían un perito (TOPOGRAFO) Para revisar las condiciones del terreno, realizar los planos y nomenclatura; el perito envía dictamen pericial a catastro quienes valoran la aprobación del desenglobe.

Luego se acude a la Notaria para proceder con el trámite de escritura de Subdivisión y por último se inscribe con ficha catastral en la oficina de instrumentos públicos.

Nota: Este procedimiento es necesario para subdividir el lote matriz, y cada vez que se realice una venta el cliente tenga su lote o predio con su escritura, registrado individualmente en instrumentos públicos y catastro libre para construir.

**Ecológico**

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

Decreto 2041 del 15 de octubre del 2014; impacto ambiental, cualquier alteración en el sistema ambiental biótico, abiótico y socioeconómico, que sea adverso o beneficioso, total o parcial, que pueda ser atribuido al desarrollo de un proyecto, obra o actividad.

Medidas de prevención; Son las acciones encaminadas a evitar los impactos y efectos negativos que pueda generar un proyecto, obra o actividad sobre el medio ambiente.

Medidas de compensación: Son las acciones dirigidas a resarcir y retribuir a las comunidades, las regiones, localidades y al entorno natural por los impactos o efectos negativos generados por un proyecto, obra o actividad, que no puedan ser evitados, corregidos, mitigados o sustituidos.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

**Estudio financiero**

**Tabla 5 Estado de Resultados COP**

	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>
Ventas	442.200.000	451.044.000	460.064.880
Menos Costo De Ventas	86.116.667	86.116.667	86.116.667
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>356.083.333</b>	<b>364.927.333</b>	<b>373.948.213</b>
Menos Gastos Operacionales	5.964.000	5.964.000	5.964.000
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>350.119.333</b>	<b>358.963.333</b>	<b>367.984.213</b>
Mas Otros Ingresos			
Impuesto De Renta	117.847.160	121.254.274	124.710.219
Cree Impuesto A La Equidad	31.194.836	32.096.719	33.011.529
<b>Utilidad Del Ejercicio</b>	<b>197.567.297</b>	<b>203.279.223</b>	<b>209.073.014</b>

**Fuente:** Construcción propia

**Tabla 6 Análisis vertical Estado de Resultados**

<b>Estado De Resultados</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
Ventas	100%	100%	100%
Menos Costo De Ventas	19%	19%	19%
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>81%</b>	<b>81%</b>	<b>81%</b>
Menos Gastos Operacionales	1%	1%	1%
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>79%</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>
Mas Otros Ingresos	0%	0%	0%
Menos Otros Egresos	1%	1%	0%
<b>Utilidad Neta Antes De Impuesto</b>	<b>78%</b>	<b>79%</b>	<b>80%</b>
Impuesto De Renta	27%	27%	27%
Cree Impuesto A La Equidad	7%	7%	7%
<b>Utilidad Del Ejercicio</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>

**Fuente:** Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

**Tabla 7 Balance General COP**

	Año 0	Año1	Año 2	Año3
<b>Activos</b>				
<b>Activos Corrientes</b>				
Efectivo	147.000.000	433.874.557	468.496.596	541.473.454
Cuentas Por Cobrar		44.220.000	45.104.400	-
Equipo De Computo	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Depreciación Acumulada		(666.667)	(1.333.333)	(2.000.000)
Intangibles ( Marcas)	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Amortización Intangibles		(100.000)	(200.000)	(300.000)
<b>Total Activos</b>	<b>150.000.000</b>	<b>480.327.890</b>	<b>515.067.663</b>	<b>542.173.454</b>
<b>Pasivos</b>				
Impuesto de Renta		117.847.160	121.254.274	124.710.219
Cree Contribución A La Equidad		31.194.836	32.096.719	33.011.529
Obligaciones Financieras	100.000.000	70.576.930	39.976.936	-
<b>Total Pasivos</b>	<b>100.000.000</b>	<b>232.760.592</b>	<b>206.469.596</b>	<b>170.863.414</b>
<b>Patrimonio</b>				
Capital	50.000.000	50.000.000	50.000.000	50.000.000
Utilidades Retenidas		-	35.562.114	72.152.374
Reserva Legal		-	19.756.730	40.084.652
Utilidad Del Ejercicio		197.567.297	203.279.223	209.073.014
<b>Total Patrimonio</b>	<b>50.000.000</b>	<b>247.567.297</b>	<b>308.598.067</b>	<b>371.310.040</b>
<b>Total Pasivo Mas Patrimonio</b>	<b>150.000.000</b>	<b>480.327.890</b>	<b>515.067.663</b>	<b>542.173.454</b>

Fuente: Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en Fundación, Departamento del Magdalena**

**Tabla 8 Estado de Flujo de Efectivo**

	<b>Año1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año3</b>
Ventas	397.980.000	450.159.600	505.169.280
<b>Total Fuentes y/o Orígenes En Actividades De Operación</b>	<b>397.980.000</b>	<b>450.159.600</b>	<b>505.169.280</b>
<b>Aplicaciones y/o Usos</b>			
Pago Salarios	7.266.667	7.266.667	7.266.667
Pago Otros Gastos	5.197.333	5.197.333	5.197.333
Pago Proveedores	-	13.141.667	13.141.667
Compras	-	65.708.333	65.708.333
Pago Impuesto De Renta	-	117.847.160	121.254.274
Pago De Contribución A La Equidad	-	31.194.836	32.096.719
<b>Total Aplicaciones y/o Usos En Actividades De Operación</b>	<b>-</b>	<b>78.172.333</b>	<b>240.355.996</b>
<b>Fuentes(Aplicaciones) En Actividades De Operación</b>	<b>-</b>	<b>319.807.667</b>	<b>209.803.604</b>
<b>Aplicaciones y/o Usos</b>			
Adquisición De Equipo De Cómputo	2.000.000		
Adquisición De Intangibles	1.000.000		
<b>Total Aplicaciones y/o Usos En Actividades De Operación</b>	<b>3.000.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Fuentes(Aplicaciones) En Actividades De Inversión</b>	<b>(3.000.000)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Actividades De Financiación</b>			
<b>Fuentes Y/O Orígenes</b>			
Aportes Socios	50.000.000		
Préstamos Bancarios	100.000.000		
<b>Total Fuentes y/o Orígenes En Actividades De Financiación</b>	<b>150.000.000</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Aplicaciones y/o Usos</b>			
Abono Préstamo Bancario	29.423.070	30.599.993	39.976.936
Pago De Intereses	3.510.040	2.333.117	1.189.451
Pago De Dividendos Y/O Participaciones		142.248.454	146.361.041
<b>Total Aplicaciones Y y/o /O Usos En Actividades De Financiación</b>	<b>-</b>	<b>32.933.110</b>	<b>175.181.564</b>
<b>Fuentes(Aplicaciones) En Actividades De Financiación</b>	<b>150.000.000</b>	<b>(32.933.110)</b>	<b>(175.181.564)</b>
<b>Fuente (Aplicaciones) En Efectivo</b>	<b>147.000.000</b>	<b>286.874.557</b>	<b>34.622.039</b>
<b>Saldo Inicial De Efectivo</b>	<b>-</b>	<b>147.000.000</b>	<b>433.874.557</b>
<b>Efectivo</b>	<b>147.000.000</b>	<b>433.874.557</b>	<b>468.496.596</b>

**Fuente:** Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Evaluación Financiera**

**Tabla 9 Flujo de Caja Libre**

	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>
<b>EBIT</b>		\$ 350.119.333	\$ 358.963.333	\$ 367.984.213
<b>Mas Depreciaciones, Amortizaciones, Provisiones</b>		\$ 100.000	\$ 100.000	\$ 100.000
<b>EBITDA</b>		\$ 350.219.333	\$ 359.063.333	\$ 368.084.213
<b>Menos Impuestos</b>		\$ 115.539.380	\$ 118.457.900	\$ 121.434.790
<b>Flujo De Caja Bruto</b>		<b>\$ 234.679.953</b>	<b>\$ 240.605.433</b>	<b>\$ 246.649.423</b>
<b>Menos Variación De Capital De Trabajo</b>	\$ 147.000.000	\$ 168.910.894	\$ 31.197.443	\$ 23.501.704
<b>Menos Variación De Activos Fijos</b>	\$ 2.000.000	\$ (666.667)	\$ (666.667)	\$ (666.667)
<b>Flujo De Caja Libre (Proyecto)</b>	<b>\$ (149.000.000)</b>	<b>\$ 66.435.726</b>	<b>\$ 210.074.657</b>	<b>\$ 223.814.386</b>
<b>Menos Abono A La Deuda</b>		\$ 29.423.070	\$ 30.599.993	\$ 39.976.936
		\$ 3.510.040	\$ 2.333.117	\$ 1.189.451
<b>Flujo De Caja Libre Del Inversionista</b>	<b>\$ (149.000.000)</b>	<b>\$ 33.502.616</b>	<b>\$ 177.141.547</b>	<b>\$ 182.647.998</b>

Fuente: Construcción propia

El proyecto es viable, con una Inversión Inicial de \$149.000.000, a una Tasa Interna de Retorno del 53% y de Oportunidad del 15%, genera un Valor Presente Neto de \$ 134.171.192.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 5**

**Conclusiones**

La información obtenida permitió estudiar el mercado en cuanto a lo relacionado con clientes, competidores y el Municipio de Fundación, entorno en general en el que se desarrolla el producto. En el que se pudo establecer que existe mercado potencial para comercializar el producto y sus características específicas de contratación para este tipo de clientes. Asimismo, se logró identificar que la actualidad se desarrolla en el Municipio varios proyectos de construcción de viviendas, sin embargo, lo que propone el proyecto Villa Encantadora es 100% innovador, debido al segmento al cual está dirigido y la propuesta consistente en lotes habitacionales en conjunto cerrado, no ha sido ejecutada anteriormente en ese espacio geográfico.

De acuerdo a las características del Municipio de Fundación, donde estará ubicado el proyecto, el reclutamiento de talento humano debe ser seleccionado con las competencias y habilidades requeridas, dado que la mano de obra calificada no es abundante. Una de las fortalezas del proyecto es la financiación a largo plazo, directa y sin interés que ofrece la constructora. Esto es una ventaja absoluta que debe ser explotada de manera importante a todos los clientes en aras de la consecución de las metas de ventas.

La inversión total de proyecto será de COP \$150.000.000 aproximadamente, estos recursos se obtienen de recursos propios aportados por tres socios en partes iguales. Una Tasa Interna de Retorno del 53% y de Oportunidad del 15%, genera un Valor Presente Neto de \$ 134.171.192

Es importante estudiar otros municipios a nivel Departamental, con el fin de abarcar otros mercados, obtener información más precisa sobre temas técnicos y generar sostenibilidad a un largo plazo.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 6**

**Referencias**

Alcaldía de Fundación, (2010), *Nuestro Municipio*, disponible en: [http://www.fundacion-magdalena.gov.co/informacion\\_general.shtml](http://www.fundacion-magdalena.gov.co/informacion_general.shtml)

Banco de la Republica. gov,(2017), Informe PIB primer trimestre, disponible en:  
<http://www.banrep.gov.co/>

Bancoldex, (s.f.), tomado el día 27 de Octubre de 2014, Tipo de Sociedades, disponible en:  
[http://www.bancoldex.com/documentos/2180\\_Guia\\_SAS-web.pdf](http://www.bancoldex.com/documentos/2180_Guia_SAS-web.pdf)

Bean, R., & Radford, R. (2000). *Powerful Products: Strategic Management of Successful New Product Development* (Яркий продукт: стратегическое управление успешным созданием новых продуктов).

C. Diez de Castro, E., Navarro Garcia, A., & Peral Peral, B. (2002). *Direccion de la fuerza de ventas*. Sevilla: ESIC.

Castells, M. A. (2013). *Direccion de ventas*. Madrid: ESIC.

Construcción, (2017), Crecimiento PIB, disponible en:  
<http://www.semana.com/noticias/construccion/103893>

Dane.gov, (2017), *Ficha Técnica Inflación IPC informe primer trimestre*, disponible en:  
<http://www.dane.gov.co/>

Evolución de la inflación y decisiones de política monetaria, (2017), disponible en:  
[http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones?keys=tasas+de+interes&feed\\_me=&title=&tid=All&field\\_editor\\_value=&tid\\_2=All&tid\\_1=All&keys\\_1=&field\\_year\\_value=&field\\_](http://www.banrep.gov.co/es/publicaciones?keys=tasas+de+interes&feed_me=&title=&tid=All&field_editor_value=&tid_2=All&tid_1=All&keys_1=&field_year_value=&field_)

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

dia\_value=All&field\_month\_value=All&language=All&field\_publication\_number\_value  
=&feed\_me=

Lawley, B., & Cohen, G. (2010). *42 Rules of Product Management: Learn the Rules of Product Management from Leading Experts from Around the World*. Happy About.

López, Mas Machuca & Viscarri, (2008), *Los pilares del marketing*, primera edición, Editions UPC, P. 24.

Slater, S. F., & Narver, J. C. (1995). Market orientation and the learning organization. *The Journal of marketing*, 63-74.

Woodside, A. G., Golfetto, F., & Gibbert, M. (Eds.). (2008). *Creating and managing superior customer value* (Vol. 14). Emerald Group Publishing.

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Capítulo 7**

**Anexos**

**Evaluación Financiera**

**Tabla 10 Ficha Técnica**

Titulo	Viabilidad para comercializar lotes para la construcción de vivienda en el municipios de Fundación Magdalena
Objetivo	Obtener información acerca de la intención de compra de lotes para la construcción de vivienda propia en el municipio.
Técnica De Recolección	Encuesta personal, la cual consta de diez (10) preguntas cerradas
Población	fue aplicada a los habitantes del del municipio de Fundación-Magdalena.
Número De Personas	Ciento cincuenta (150)
Fecha Realización	Dos (02) y tres (03) de junio 2017

**Fuente:** Construcción propia

**Plan de negocios para comercialización de lotes habitacionales “Villa Encantadora”, en  
Fundación, Departamento del Magdalena**

**Modelo de Encuesta**

**Tabla 11 Modelo de Encuesta**

<b>Nombre</b>				
<b>Teléfono</b>				
<b>Correo electrónico</b>				
<b>1. Cuántas personas componen su núcleo familiar</b>				
1	2	3	4	5
<b>2. Tiene vivienda propia</b>				
si		no		
<b>3. Cuánto paga mensualmente por el arriendo del lugar donde vive</b>				
100-300	300-500	Más de 500		
<b>4. Qué tipo de vivienda prefiere</b>				
Apartamento		Casa		
<b>5. Tiene pensado comprar vivienda o lote en el futuro próximo</b>				
si		no		
si responde si, dentro de cuánto tiempo				
0-6 meses	7-12 meses	Más de 1 año		
<b>6. Cuenta con recursos propios o debe recurrir a un crédito para la compra de este</b>				
Crédito		Recurso propios		
<b>7. A la hora de la compra prefiere usted comprar una vivienda terminada o un lote para construirlo usted mismo</b>				
Terminado		Lote		
<b>¿Porque?</b>				
<b>8. De las siguientes opciones valore de 1 a 5, siendo 1 la más importante a la hora de realizar la compra</b>				
Seguridad		Acceso a servicios públicos		

