



**ACREDITACIÓN  
INSTITUCIONAL EN  
ALTA CALIDAD**  
Resolución 006607 de mayo 16 de 2022

## **Plan de Negocio xMicasa S.A.S**

**Autor**

**Jessica Paola Acevedo Acevedo**

**Trabajo de grado presentado para optar por el título de Administrador de  
Empresas**

**Asesor (es)**

**Isis Miosotis Álvarez Flórez**

**Carlos Mario López Muñoz**

**Universidad Autónoma Latinoamericana (UNAULA) Facultad de  
Administración**

**Administración de Empresas**

**Medellín, Antioquia, Colombia**

**2023**

**TRABAJO DE GRADO**  
**PLAN DE NEGOCIO XMICASA**

Presentado por:

**JESSICA PAOLA ACEVEDO ACEVEDO**

**ISIS MIOSOTIS ÁLVAREZ FLÓREZ**

Asesor Metodológico

**CARLOS MARIO LÓPEZ MUÑOZ**

Asesor temático

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**MEDELLÍN**

**2023**

## **Agradecimientos**

Agradecimiento especial a mi familia y amigos, por su apoyo incondicional en este proceso, a la empresa que me aportó vocación de servicio para considerar un negocio donde prima el bienestar y el otro. A los docentes de la Universidad Autónoma Latinoamericana, especialmente a mis tutores, quienes han sido partícipes de todo el proceso de este proyecto, que hoy tiene un propósito con sentido para iniciar la gestión de una empresa Antioqueña que aporta a las familias y el sueño de un techo propio.

## **Tabla de Contenido**

|  |    |
|--|----|
| Resumen Ejecutivo .....                        | 7  |
| Abstract .....                                 | 9  |
| Módulo I: Formulación .....                    | 10 |
| Justificación .....                            | 10 |
| Objetivos .....                                | 13 |
| General .....                                  | 13 |
| Específicos .....                              | 13 |
| Alcance .....                                  | 13 |
| Metodología .....                              | 14 |
| Módulo II: Mercado .....                       | 14 |
| Sector Económico .....                         | 16 |
| Cómo comprar vivienda propia en Antioquia..... | 28 |
| Análisis del sector .....                      | 31 |
| Descripción de la solución .....               | 38 |
| Análisis de los competidores .....             | 39 |
| Estudio del mercado.....                       | 42 |
| Definición de canales .....                    | 58 |
| Propuesta de Imagen corporativa .....          | 60 |



|   |    |
|---|----|
| Colores de la Marca: .....                                      | 61 |
| Definición de la propuesta de valor .....                       | 62 |
| Módulo III: Técnico/Operativo .....                             | 62 |
| Infraestructura .....   | 62 |
| <i>Journey Map</i> .....  | 64 |
| Prototipo <i>xMicasa</i> .....                                  | 67 |
| Validación del Servicio Piloto <i>xMicasa</i> .....             |    |
| Módulo IV: Módulo Organización, Gestión y Marco Normativo ..... | 69 |
| Estrategia Corporativa .....                                    | 69 |
| Estructura Organizacional.....                                  | 70 |
| Obligaciones tributarias y fiscales .....                       | 74 |
| Análisis conformación societaria.....                           | 74 |
| Componente de propiedad intelectual.....                        | 75 |
| Módulo V: Financiero.....                                       | 76 |
| Conclusiones.....   | 84 |
| Referencias.....  | 85 |

### **Índice de Tablas**

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Valor agregado por actividad económica ..... | 17 |
| Tabla 2. Análisis DOFA <i>xMicasa</i> .....           | 19 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 3. Leyes, decretos y circulares relacionadas con vivienda en Colombia ..... | 36 |
| Tabla 4. Diamante de Porter .....   | 41 |
| Tabla 5. Proyección de ventas .....   | 49 |
| Tabla 6. Variables productos <i>xMicasa</i> .....                                 | 78 |
| Tabla 7. Balance general <i>xMicasa</i> .....                                     | 79 |
| Tabla 8. Estructura de costes .....   | 80 |
| Tabla 9. Flujo de Caja.....   | 81 |
| Tabla 10. Estados financieros proyectados a cinco años .....                      | 82 |
| Tabla 11. vpn .....   | 83 |

### **Índice de Figuras**

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Mercado de vivienda nueva a nivel nacional- ventas semestre 1 2022..... | 12 |
| Figura 2. Encuesta nacional de calidad de vida .....                              | 15 |
| Figura 3. Variación anual actividades inmobiliarias.....                          | 16 |
| Figura 4. Tendencia de lanzamientos y ventas inmuebles VIS .....                  | 21 |
| Figura 5. Tendencias de lanzamientos y ventas inmuebles diferentes a VIS .....    | 21 |
| Figura 6. Inversión en construcción en Colombia, 2021 a 2022 .....                | 23 |
| Figura 7. Panorama de las PropTech en Colombia .....                              | 24 |
| Figura 8. Capital total de Créditos Hipotecarios VIS y No VIS .....               | 25 |

|   |    |
|---|----|
| Figura 9. Miles de millones de créditos hipotecarios desembolsados en Colombia..... | 25 |
| Figura 10. Números de créditos de vivienda por establecimiento .....                | 27 |
| Figura 11. inversión global en tecnología inmobiliaria 2014- 2018.....              | 35 |
| Figura 12. Análisis de la competencia .....   | 39 |
| Figura 13. Tablero en PowerBI - Consolidado resultados encuesta .....               | 46 |
| Figura 14. Público Objetivo.....  | 53 |
| Figura 16. Buyer persona <i>xMicasa</i> .....                                       | 57 |
| Figura 17. Diseño <i>web</i> .....  | 58 |
| Figura 18. Página web.....  | 59 |
| Figura 19. Journey Map <i>xMicasa</i> .....   | 65 |
| Figura 20. Flujograma de procesos <i>xMicasa</i> .....                              | 66 |
| Figura 21. Brochure Programa de bienestar laboral .....                             | 68 |
| Figura 22. Brochure registro constructora /proyecto .....                           | 69 |
| Figura 23. Caso 1 .....   |    |
| Figura 24. Caso 2 .....   |    |
| Figura 25. Organigrama <i>xMicasa</i> .....   | 71 |

## **Resumen Ejecutivo**

*xMicasa* se proyecta como una inmobiliaria, dedicada a la venta, compra, alquiler y comercialización de propiedades inmobiliarias, prestando servicios como: valoración de propiedades, asesoría sobre la adquisición de vivienda propia, alquiler e intermediación para cualquier operación del sector bienes raíces.

*xMicasa* se visualiza como inmobiliaria líder con un programa de bienestar laboral gratuito para que las empresas, aporten a los proyectos de sus trabajadores, iniciando un proceso de formación sobre cómo tener vivienda propia y manejar sus finanzas de manera consciente. Adicionalmente, este proyecto, espera brindar servicios específicamente a constructoras para promocionar propiedades construidas o en construcción.

Para el desarrollo del plan de negocios se usó una metodología mixta, con variables cualitativas y cuantitativas, y de esta forma, lograr la recolección de información en campo y así tener herramientas que permitan realizar el proyecto de forma óptima. Además, se realiza revisión documental sobre el sector inmobiliario y aplicación de la observación como herramienta que permite obtener información directa de la realidad.

También se realiza un estudio de mercado, el cual suministra información de gran valor para este proyecto, finalmente se realiza un estudio financiero que busca evaluar los recursos y la viabilidad económica de la puesta en marcha del proyecto, pues la inversión inicial necesaria para la ejecución de *xMicasa*, es la creación de la página *web*, recursos informáticos y la intención directa de iniciar el desarrollo del proyecto. El equipo estaría conformado inicialmente por un administrador, un desarrollador *web*, y un abogado.

**Palabras clave:** Plan de negocio, bienes raíces, emprendimiento, inmobiliaria.

## Abstract

*xMicasa is projected as a real estate company, dedicated to the sale, purchase, rental and marketing of real estate properties, providing services such as: property valuation, advice on the acquisition of own housing, rental, and brokerage for any operation in the real estate sector.*

*xMicasa envisions itself as a leading real estate company with a free labor welfare program for companies to contribute to the projects of their employees, initiating a training process on how to own a home and manage their finances in a conscious way. In addition, this project expects to provide services specifically to construction companies to promote properties already built or under construction.*

*For the development of the business plan, a mixed methodology was used, with qualitative and quantitative variables, and in this way, to achieve the collection of information in the field and thus have tools that allow the project to be carried out optimally. In addition, a documentary review of the real estate sector was carried out and observation was used as a tool to obtain direct information about the reality.*

*A market study is also conducted, which provides valuable information for this project. Finally, a financial study is conducted to evaluate the resources and the economic viability of the implementation of the project, since the initial investment necessary for the execution of xMicasa is the creation of the web page, computer resources and the direct intention to start the development of the project. The team would initially consist of an administrator, a web developer, and a lawyer.*

**Keywords:** *Business plan, real estate, entrepreneurship.*

## **Módulo I: Formulación**

### **Descripción de la necesidad o problemática que dio origen al plan de negocio**

En la declaración universal de los derechos humanos, expresando el acceso a una vivienda adecuada como un derecho fundamental y consagrado en la Constitución Política de Colombia en el artículo 51, donde se refuerza la idea de que todo colombiano tiene derecho a una vivienda digna, donde se vele por la seguridad e integridad de cada individuo (Constitución Política de Colombia, 1991), además, contar con una casa propia permite sentir una estabilidad por lo que se posee, la sensación de que le pertenece algo, o que es parte de una comunidad, este propósito genera identidad en esa persona que adquirió el inmueble.

Si bien la Constitución de Colombia habla sobre el derecho a la vivienda, muchas personas y familias no cuentan con una casa propia, incluso aquellos empleados que llevan cinco, diez o más años laborando en la misma empresa y posiblemente se deba a la falta de formación y capacitación sobre el tema, pero ¿qué tal si las empresas antioqueñas permitieran que, entre los beneficios laborales, se cuente con un acompañamiento para que sus trabajadores y sus familias logren el sueño de tener vivienda propia?

Como un negocio inmobiliario, *xMicasa* gestionaría la compra, venta y alquiler de propiedades, adicional a toda la asesoría que ello merece, y, como muestra el boletín del cuarto trimestre del DANE (2022), el número de créditos de vivienda presentado por entidades financieras muestra desembolsos de más de 1.102.858 unidades inmobiliarias, si *xMicasa* realizara un convenio con diferentes instituciones financieras, proyectos constructores, o propietarios de inmuebles, comisionando mínimo el 1% (Siendo un valor muy bajo) por venta de unidad inmobiliaria, estaría generando un alto nivel de ingresos en su actividad económica.

Así mismo, según datos de la Lonja Propiedad Raíz (2022), se destaca que más del 30% de colombianos vive en arriendo, siendo equivalente a más de 17 millones de personas, y el pasado 2019, Cien Cuadras, reafirma por qué invertir en bienes raíces, y generar oportunidades de negocios inmobiliarios, teniendo en cuenta que la comisión por venta o alquiler va desde el 3% y el 8%, además de los ingresos que pueden significar un emprendimiento del sector de bienes raíces, como lo menciona la investigación realizada por el BBVA (2023) sobre el sector de la construcción, demostrando que impulsa empleos indirectos desde otras actividades y sectores, y genera un negocio rentable y flexible.

### **Justificación**

*xMicasa* se proyecta como una empresa del sector inmobiliario, que espera ofrecer servicios de intermediación para créditos hipotecarios, venta, alquiler y gestión de bienes raíces, con una operación mediada principalmente por la tecnología, y un servicio especial para empresas interesadas en hacer parte del sueño de sus empleados de tener vivienda propia, a través de un programa de bienestar laboral, que aportará a la inteligencia financiera y el logro de dichos proyectos a cada uno de los interesados.

En Colombia, la inversión en propiedad raíz se ha convertido en un buen destino de inversión, debido a su estabilidad, su constante crecimiento como el presentado en la Figura 1, donde se identifica que el mercado de vivienda nueva logró más de 16.221 ventas exitosas a nivel nacional, evidenciando un crecimiento en los últimos diez años. (Camacol, 2022).

Teniendo en cuenta lo anterior, existe una justa causa frente a la necesidad de emprender con una iniciativa como *xMicasa*, pues facilita el acceso a las familias en su proyecto de adquisición de vivienda, aportando a las condiciones que experimenta el sector inmobiliario frente a los réditos y beneficios financieros que la venta de un inmueble puede reflejar.

Figura 1. Mercado de vivienda nueva a nivel nacional- ventas semestre 1 2022



Fuente: Cálculos Camacol (1-2022).

Esta figura 1. hace referencia a las cifras de las ventas del mercado de vivienda nueva VIS y No VIS para cada semestre del año desde los últimos 10 años, un reporte realizado por Camacol el pasado 2022, donde se reflejan más de 36.600 ventas de inmuebles No VIS, y 90.618 VIS, para un consolidado de 127.218 negocios sólo de venta, reflejando un crecimiento del 2.5% pese a la recesión que hoy se vive en Colombia, lo que representa una gran oportunidad en el sector para el desarrollo de un proyecto como *xMicasa* ya que, el sector ha venido en constante crecimiento, y se ha logrado evidenciar el impacto que tiene la vivienda en la calidad de vida de las personas.

## Objetivos

### General

- Proponer un plan de negocio que incursione en el sector inmobiliario de Antioquia a partir del período 2023-2.

### Específicos

- Identificar los recursos necesarios para la formulación y desarrollo del plan de negocio de *xMicasa*
- Describir la propuesta de valor del plan de negocio con el cual se implementará *xMicasa*.
- Desarrollar un estudio de mercado que permita identificar la oferta existente.
- Analizar la viabilidad financiera del plan de negocio de *xMicasa*.

### Alcance:

#### Técnico

Documentar en el formato de plan de negocio, el proyecto *xMicasa*, como estrategia para formular, planificar y gestionar las acciones necesarias que permitan llevar a cabo lo planteado en los objetivos. En cuanto a la plataforma, este proyecto se limitará al diseño y conceptualización de sus atributos técnicos y de usabilidad, sin que ello implique su desarrollo ni puesta en marcha del proyecto, ni la realización de las acciones relacionadas con la constitución de la sociedad o el registro mercantil

#### Temporal y geográfico

Este proyecto está siendo desarrollado durante el primer semestre del 2023, en la ciudad de Medellín. Para el estudio de mercado, se incluirá público relacionado con el sector en diferentes municipios del departamento de Antioquia.

## Metodología

*xMicasa* y el desarrollo de su planteamiento inicial, se lleva a cabo a través de una metodología mixta, analizando variables del sector inmobiliario y de bienes raíces, de carácter cuantitativo y cualitativo, logrando así consolidar información relevante que permita tomar decisiones frente a la necesidad que surge en este desarrollo, además, como lo menciona Baltar, F., & Gentile, N. (2012). Se le asigna un papel importante a la experiencia y a la acción como ejes para analizar la realidad social, construyendo el conocimiento sobre la base de la realidad.

## Módulo II: Mercado

En este módulo se pretende conocer y entender las condiciones del mercado, el cliente y sus variables como insumo para estructurar el plan de negocios de la empresa **xMicasa**, esta empresa hará parte del sector terciario – sector servicios- enfocado en los bienes raíces, un sector que, comprende la promoción y construcción de vivienda. Como se presenta en el desarrollo del trabajo con las estadísticas del DANE (2021 a 2023), este sector es importante para la economía colombiana ya que genera empleo e inversión. Ha tenido un crecimiento importante en los últimos años y ha impulsado diferentes sectores.

Adicionalmente, según el DANE (2021), en la encuesta nacional de calidad de vida, se evidencia que el 34.7% de los hogares del país se encuentra en una vivienda propia totalmente pagada y el 4.7% la están pagando y más del 38.6% viviendo de arriendo o subarriendo, el porcentaje restante de habitantes vive desde la informalidad, en viviendas construidas sin pago alguno, sin licencias de construcción, con compraventa, por posesión sin título, o en propiedades colectivas.

Esto identifica la necesidad directa de *xMicasa* para involucrarse en un negocio inmobiliario, un negocio que permitirá intermediar la operación de bienes raíces, entendiendo de qué manera puede *xMicasa* aportar a ese alto porcentaje de arriendos, y analizar cómo cooperar en la experiencia de esos desembolsos de créditos, ventas y arriendo de inmuebles.

Figura 2. Encuesta nacional de calidad de vida

| Tipo de tenencia   | 2019 | 2020 | 2021 |
|--|------|------|------|
| Propia totalmente pagada                                     | 41,6 | 37,3 | 34,7 |
| Propia, la están pagando                                     | 4,6  | 4,8  | 4,7  |
| En arriendo o subarriendo                                    | 35,7 | 36,9 | 38,6 |
| Con permiso del propietario, sin pago alguno (usufructuario) | 14,1 | 14,6 | 15,4 |
| Posesión sin título (ocupante de hecho)                      | 2,2  | 3,4  | 3,6  |
| Propiedad colectiva  | 1,8  | 3,0  | 3,1  |

Fuente: DANE (2021). Encuesta nacional de calidad de vida.

Desde la experiencia que se ha tenido acompañando familias de la clase media trabajadora, tanto de los formuladores como de quienes están acompañando, y como lo indica Estefanía Cardona, responsable de hábitat de Comfama (2023), cuenta que 8 de cada 10 usuarios en los centros de servicio presenciales, consultan sobre cómo tener vivienda propia, la población, con interés en este tipo de soluciones habitacionales, no cuentan con la información suficiente para dar inicio al sueño de tener vivienda, basta con un proceso que involucre voluntad, compromiso y visión.

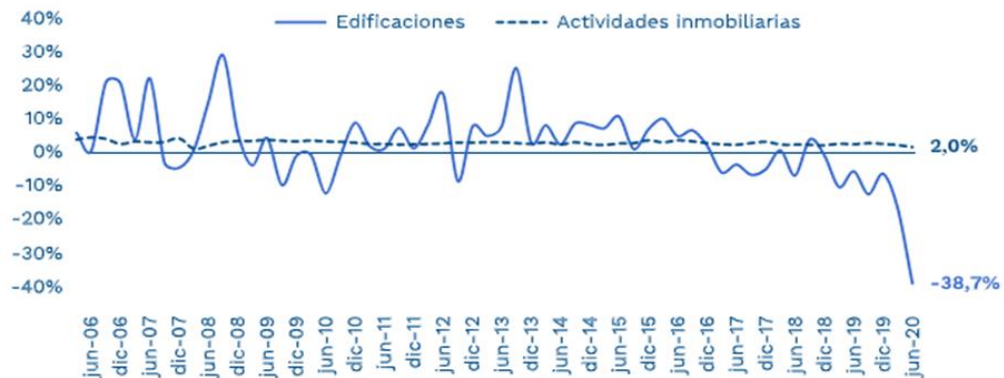
¿Qué tal que las empresas de Antioquia se involucren en el sueño de aquellos trabajadores que anhelan tener vivienda propia? ¿Qué tal que una vez se firme el contrato laboral, el trabajador sea guiado para iniciar la educación financiera que lo llevará a materializar el sueño de tener vivienda? *xMicasa* no sólo espera aportar a las estadísticas presentadas, ser parte de esas transacciones y negocios, sino también ir de la mano con las empresas a través de un portafolio de bienestar laboral, que permita fortalecer, exponer y acompañar en todo el proceso que implica tener vivienda propia.

### Sector Económico

Como lo menciona Amado, J. R. (2011), el sector servicios - sector terciario, es un importante generador de empleo y ha representado una gran parte del PIB en Colombia, el sector terciario se refiere a todas aquellas actividades económicas, relacionadas con la prestación de los servicios, por ello las inmobiliarias, hacen parte de dicho sector ya que brindan servicios relacionados con la administración, compra, venta y alquiler de bienes raíces.

Asimismo, la investigación de Velásquez (2015), indica que, este tipo de negocio cuenta con una dinámica de crecimiento muy particular, pues la demanda está relacionada a los cambios en los niveles ingresos de los consumidores y las condiciones laborales y económicas del país, lo que hace que sea sensible a los cambios, este sector se ha caracterizado por la alta rentabilidad, que ofrece para los inversionistas, brokers, agentes inmobiliarios por arriendo, venta y compra, hace que se le considere como un negocio rentable y en constante desarrollo, en un análisis de tendencias inmobiliarias realizado por ciencuadras (2023).

**Figura 3. Variación anual actividades inmobiliarias**



**Fuente:** Ministerio de Vivienda - DANE (2020)

Como se logra identificar en la Figura 3, se evidencia la variación anual de las actividades inmobiliarias y su operación, presentada por el DANE (2020). La operación del sector creció un poco más del 2% para el 2020; la variación anual de edificaciones resultó ser inferior al 38.2% promedio de crecimiento, lo que demuestra que, pese a los altos costos de materiales, y la ausencia de trabajadores por la pandemia de COVID-19, las actividades inmobiliarias permanecieron estables, lo que refleja que, incluso en época de crisis, el sector inmobiliario es rentable y estable

**Tabla 1. Valor agregado por actividad económica**

| Actividad económica   | Tasa de crecimiento anual (%) |
|---|-------------------------------|
| Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca  | 3,1                           |
| Explotación de minas y canteras   | 0,0                           |
| Industrias manufactureras   | 14,7                          |
| Suministro de electricidad, gas, vapor y aire acondicionado <sup>2</sup>                              | 5,4                           |
| Construcción  | 5,7                           |
| Comercio al por mayor y al por menor, transporte, alojamiento y servicios de comida <sup>3</sup>      | 21,7                          |
| Información y comunicaciones  | 11,8                          |
| Actividades financieras y de seguros  | 3,7                           |
| <b>Actividades inmobiliarias</b>  | <b>2,8</b>                    |
| Actividades profesionales, científicas y técnicas <sup>4</sup>  | 9,4                           |
| Administración pública y defensa, educación y salud <sup>5</sup>                                      | 8,5                           |
| Actividades artísticas, de entretenimiento y recreación y otras actividades de servicios <sup>6</sup> | 33,7                          |
| <b>Total valor agregado</b>   | <b>10,6</b>                   |
| Total impuestos menos subvenciones sobre los productos  | 15,7                          |
| <b>Producto Interno Bruto</b>   | <b>11,0</b>                   |

**Fuente:** DANE (2022), cuentas nacionales.

Como se evidencia en la tabla (ver tabla 1) y en el reporte de las cuentas nacionales entregadas por el DANE (2022), se identifican algunas de las actividades económicas que contribuyen al PIB, actividades como la agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca, con una variación negativa, la explotación de minas y canteras, las industrias manufactureras, el suministro de electricidad, gas y aire acondicionado, el sector que hace parte también de la categoría que representa *xMicasa*, actividades financieras y de seguros, que están dentro de este negocio, ha mantenido una variación positiva, y el sector directo de esta actividad, son las actividades inmobiliarias permaneciendo con una variación positiva para el PIB del 2% y 0.4%. entre el 2021 y 2022.

Además, según reportes de La Haus (2023), El sector inmobiliario se ha caracterizado por ser una de las mejores fuentes de inversión para diversificar el portafolio, maximizar el patrimonio o protegerse en momentos de crisis.

Según el periódico el colombiano (2022), cada vez hay más demanda y poca oferta para el sector inmobiliario, pues informan que el tiempo para arrendar un inmueble es cada vez menor, además, a través de un informe realizado por la lonja propiedad raíz en 2021, se contabilizaron aproximadamente un total de 490.000 viviendas arrendadas en el Valle de Aburrá, donde más del 63%, es decir aproximadamente 311.214 viviendas están ubicadas en Medellín, lo que permite justificar el propósito de *xMicasa*, como negocio rentable y estable en el tiempo y la necesidad de prestar un servicio de este estilo, ser parte directa en la necesidad demandada en el departamento de Antioquia.

Teniendo en cuenta el propósito de *xMicasa*, se analizan diferentes debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, tanto internas como externas, a través del análisis DOFA, permitiendo identificar información para la toma de decisiones estratégicas que hagan la idea de *xMicasa* un negocio posibilista, transformador y adaptado al cambio.

**Tabla 2. Análisis DOFA xMicasa**

| ANÁLISIS DOFA XMICASA  |  |  |   |
|--|--|--|---|
| Debilidades Internas   | Oportunidades Internas   | Fortalezas Internas:   | Amenazas Internas   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ausencia de recursos para la expansión.</li> <li>• Cantidad de socios inicialmente activos.</li> <li>• Baja adopción de tecnología.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer servicios integrales.</li> <li>• Ser parte de proyectos personales y familiares.</li> <li>• Diversificar los servicios de las inmobiliarias.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de tecnología.</li> <li>• Trabajo con propósito.</li> <li>• Difusión de información de valor.</li> <li>• Personal capacitado.</li> <li>• Acceso al conocimiento.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de recursos.</li> <li>• Corrupción dentro de la organización.</li> <li>• Escasez de mano de obra.</li> </ul>  |
| Debilidades Externas   | Oportunidades Externas:  | Fortalezas Externas:   | Amenazas Externas   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fuerte competencia en el sector.</li> <li>• Inestabilidad económica del país.</li> <li>• Limitaciones de infraestructura o suelo en lugares precisos de Antioquia.</li> <li>• Reconocimiento en el sector.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar bienestar a trabajadores de empresas aliadas.</li> <li>• Políticas favorables del sistema.</li> <li>• Ser intermediario en transacciones inmobiliarias, con entidades financieras y proyectos.</li> <li>• Posibilidad de crecimiento en el mercado.</li> <li>• Mercado creciente y exigente.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Amplio portafolio de propiedades.</li> <li>• Relaciones dentro de la industria.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocimiento en el sector como limitante inicial.</li> <li>• Apoyo gubernamental.</li> <li>• Altos intereses establecidos por el banco de la república, como consecuencia de la inflación.</li> <li>• Decretos, leyes o acuerdos, a nivel gobierno que modifique los beneficios que asignan para aportar a la adquisición de vivienda nueva.</li> <li>• Competencia con precios más bajos.</li> <li>• Disminución en la demanda por altos precios.</li> <li>• Cambios constantes de la Economía Colombiana.</li> <li>• Factores externos como catástrofes naturales o inestabilidad política.</li> </ul> |

**Fuente:** Elaboración propia, 2023

El sector inmobiliario es un sector rentable a largo plazo, influenciado por factores macroeconómicos como la tasa de interés, la inflación, el crecimiento económico, como lo

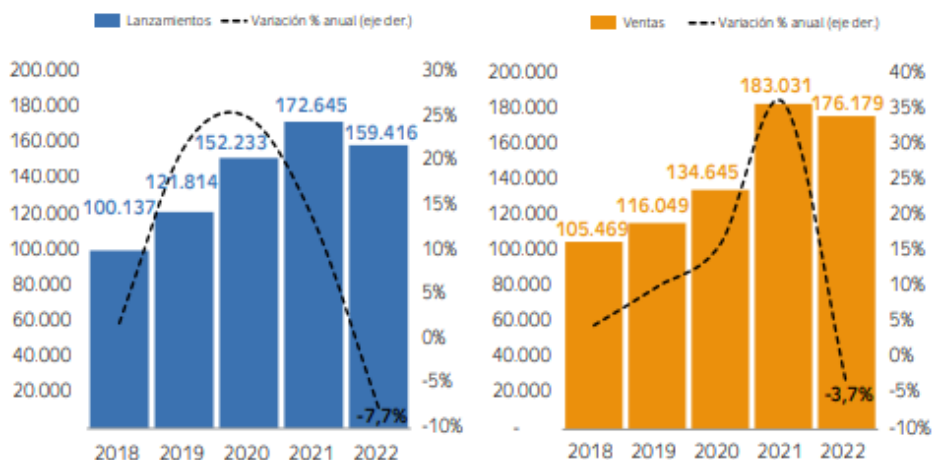
menciona Sergio M. Caballero (2023) Un sector sujeto a regulaciones de gobierno, delimitado por la oferta, la demografía, la economía y la cultura.

### **Análisis del entorno macroeconómico**

El mercado inmobiliario en Colombia es dinámico y prometedor, la información reflejada en las entidades financieras, el sistema económico junto con las tasas de interés, el PIB, las estrategias y programas que fomentan el acceso a vivienda, programas sociales como mi casa ya, con concurrencia al subsidio asignado por cajas de compensación, subsidio viva.org, semillero de propietarios, semillero de ahorradores y tasa frech.

Al pensarse un negocio como *xMicasa*, se deberá tener claro los topes establecidos por el gobierno nacional a través del decreto 949 de 2022, pues para la venta de inmuebles se deberá considerar dichos valores. Actualmente los topes establecidos por el gobierno nacional para las viviendas de interés social (VIS), viviendas nuevas, recién construidas o en construcción, es de 150 SMMLV, es decir, \$174.000.000, y las viviendas No VIS, son aquellas que superan el tope VIS, es decir de 150.1 SMMLV en adelante, lo que en Colombia para el año 2023, representa los \$174.000.001 en adelante.

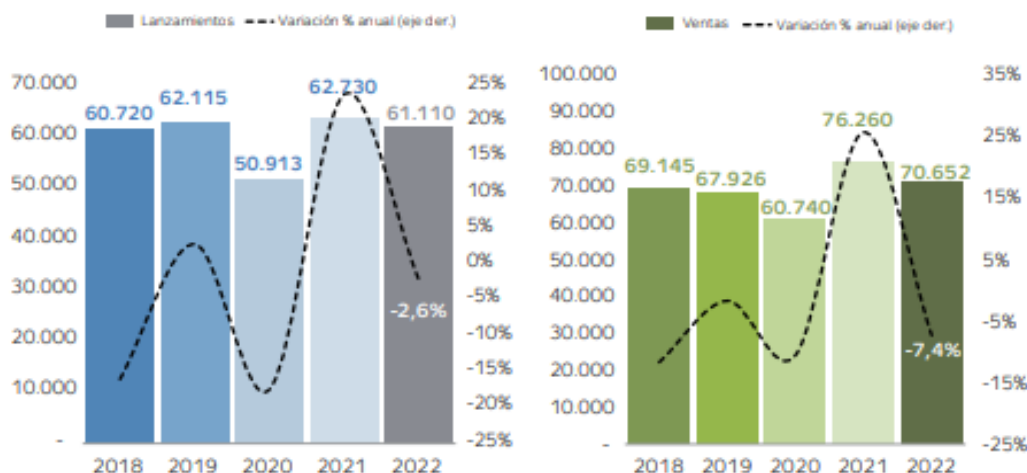
**Figura 4. Tendencia de lanzamientos y ventas inmuebles VIS**



**Fuente:** Informe Camacol (2022).

Según el informe de fin de año de Camacol (2022), se evidencia que, los lanzamientos de vivienda de interés social en el mercado nacional decrecieron en 7,7% anual hasta ubicarse en 159.416 unidades. Por otro lado, las unidades vendidas fueron 176.179, lo que significó un decrecimiento anual de 3,7% esto, respecto a los años anteriores, sin embargo, los porcentajes son “buenos” teniendo en cuenta la recesión económica que se vivió en 2020, lo que afectó los costos de construcción, mano de obra y tiempos de ejecución y desarrollo.

**Figura 5. Tendencias de lanzamientos y ventas inmuebles diferentes a VIS**

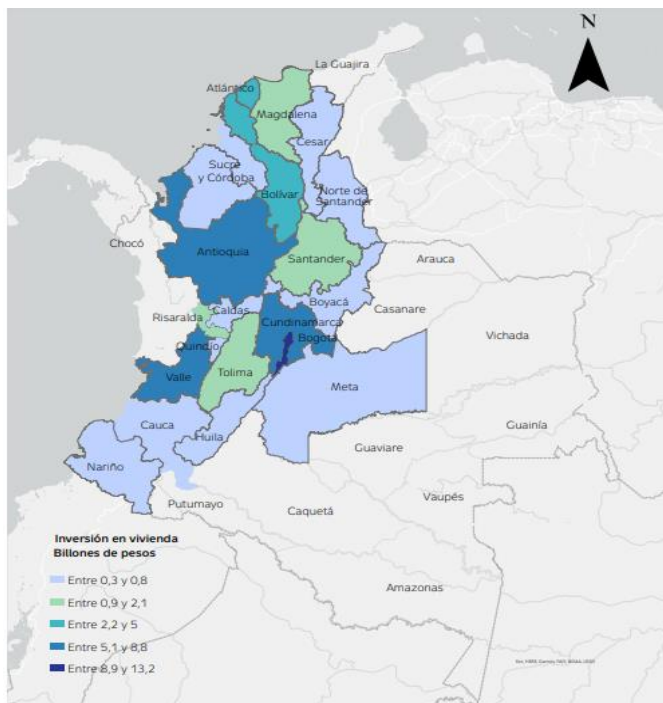


**Fuente:** Informe Camacol (2022).

El informe de lanzamiento y ventas entregado por Camacol (2022), identifica que, los lanzamientos de vivienda diferente a interés social alcanzaron más de 61.110 unidades, cifra que corresponde a un decrecimiento anual de 2,6%. Los resultados comerciales registraron 70.652 viviendas vendidas lo que resalta la oportunidad existente para el negocio propuesto en este trabajo.

De igual forma, según el informe de tendencias de la construcción, de Camacol (2022). Entre noviembre de 2021 a octubre de 2022 la dinámica regional señala que, entre los cinco mercados más grandes en Colombia, sumaron una inversión aproximada de \$14,2 billones semestral, donde se destacan Bogotá, Cundinamarca, Antioquia, Valle y Atlántico. Las regiones medianas tuvieron una inversión de \$21 billones anuales entre las que se encuentran Bolívar, Santander, Risaralda, Magdalena y Tolima. Por último, los mercados pequeños invirtieron \$19,3 billones que corresponden a las regiones de Quindío, Meta, Caldas, Córdoba, Norte de Santander, Huila Cesar, Boyacá, Nariño y Cauca (Figura 6.).

**Figura 6. Inversión en construcción en Colombia entre 2021 a 2022**



**Fuente:** Informe Camacol (2022)

Dando continuidad al tipo de negocio, *xMicasa* se identificaría entonces como una proptech (Property Technology), pues sería una empresa que utiliza la tecnología para entregar soluciones innovadoras al mercado inmobiliario con inteligencia artificial, realidad virtual y aumentada, automatización de procesos. para mejorar la eficiencia, la transparencia, la seguridad y la experiencia del usuario en la industria inmobiliaria.

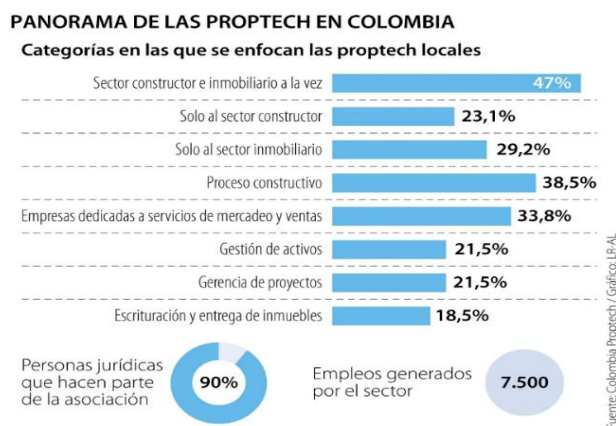
Las plataformas en línea permiten que los consumidores, en este caso los propietarios, las empresas, las constructoras, las personas; tomen decisiones de compra, o alquiler de manera

más “rápida” y precisa, con más información, de manera más detallada, organizada y creativa, Pues según la empresa Matterport (2022), los recorridos virtuales son una de las herramientas tecnológicas que aportan a la industria y facilitan la venta.

Adicional a esto, según el informe trimestral de portafolio (2023), el 38,5% de las proptech del país trabajan en la construcción, seguido de soluciones tecnológicas en mercadeo y ventas (33,8%), gestión de activos (21,5%), gerencia de proyectos (21,5%), y la escrituración y entrega

de inmuebles (18,5%). En el análisis macroeconómico de este sector de las proptech en Colombia, específicamente del sector inmobiliario, se deben tener en cuenta diferentes factores económicos que afectan a todo el mercado inmobiliario. Estos factores pueden ser nacionales o internacionales y pueden incluir indicadores económicos como tasas de crecimiento del PIB, tasas de inflación, tasas de interés, oferta y demanda de viviendas, políticas fiscales y monetarias, pues como bien se mencionó en el informe de portafolio, las proptech involucran diferentes aristas, factores y sectores de la economía.

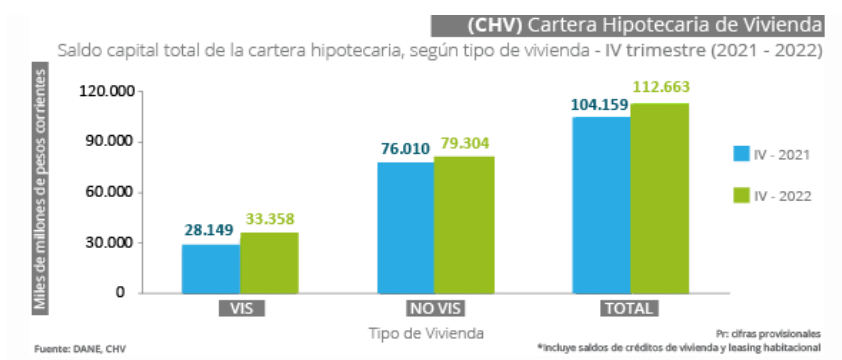
**Figura 7. Panorama de las Proptech en Colombia**



**Fuente:** Portafolio (2023)

En la figura 7. Se identifica un panorama detallado, frente a lo consolidado por portafolio (2023). Evidenciando que la operación de las proptech en Colombia permite generar más de 7.500 empleos, a través de la formalización de más del 90% de las empresas del sector constructor, inmobiliario, y de servicios, Es por esto, que, se espera aportar con el proyecto *xMicasa* para el desarrollo y crecimiento del país.

**Figura 8. Capital total de Créditos Hipotecarios VIS y No VIS**

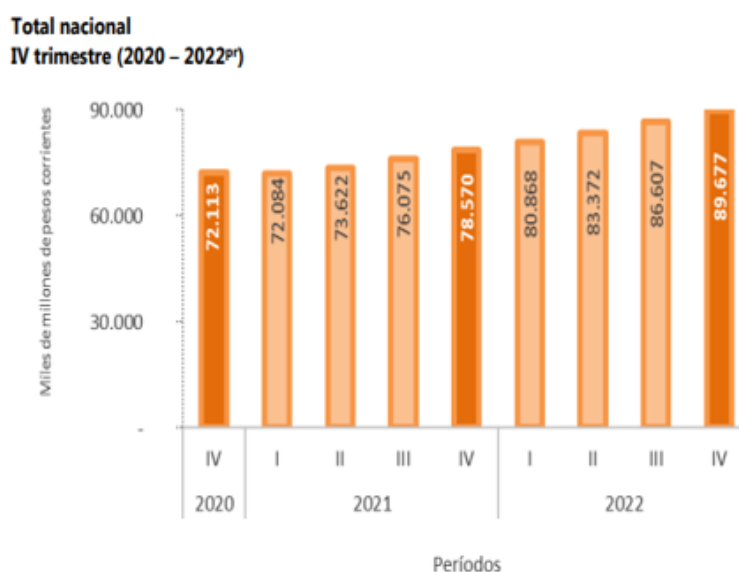


**Fuente:** DANE (2021-2022)

En el cuarto trimestre de 2022, tal como se evidencia en la figura 8. Se presenta el informe trimestral del DANE (2022). Evidenciando saldos de cartera hipotecaria por más de 79.309 miles de millones de pesos corrientes, en total por ambos años, más de 112.663 miles de millones para vivienda en el cuarto trimestre, los precios de vivienda tuvieron un incremento en 2022 por los altos costos de construcción a nivel global, por los temas como el cobre, el aluminio

el hierro, afectando directamente la capacidad de los compradores, pues el precio de vivienda aumentó alrededor del 8, 85% según las revistas del DANE (2022).

**Figura 9. Miles de millones de créditos hipotecarios desembolsados en Colombia**

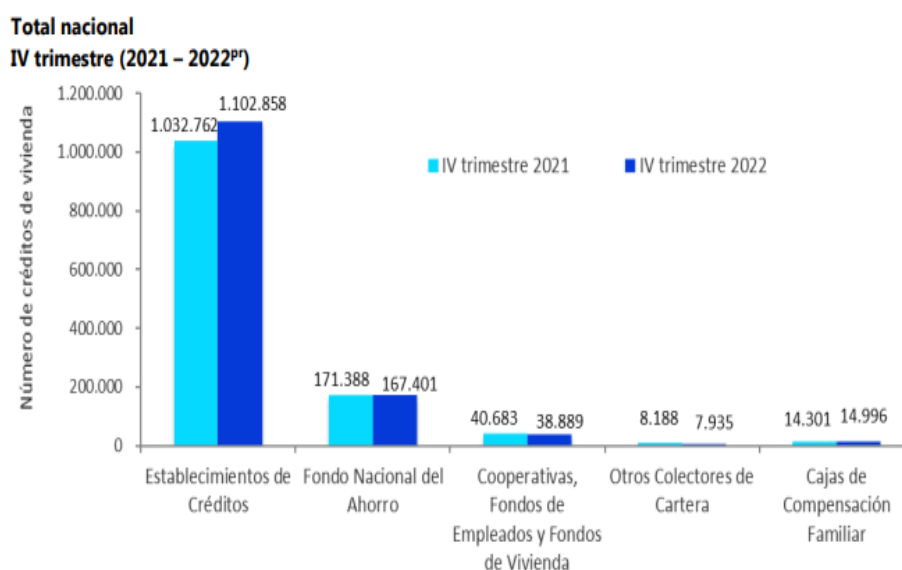


**Fuente:** DANE (2020-2022)

Como se logra evidenciar en la Figura 9. Los desembolsos entre 2020 y 2022 están sobre los 72.113 miles de millones de pesos corrientes, para el último periodo del 2022 se evidencian desembolsos de 89.677 miles de millones desembolsados sólo en créditos hipotecarios, estos desembolsos son necesarios en la mayoría de los casos para la adquisición de una vivienda, y ciertamente, a medida que aumenta la demanda de bienes raíces, las actividades de las inmobiliarias.

Esto permite darle más sentido a este proyecto, ya que será el intermediario entre quien desea comprar vivienda y la entidad financiera que desembolsará el crédito, generando una comisión por venta aproximadamente del 3% y el 4% del valor de la propiedad si es una propiedad urbana y entre el 8% y 10% para viviendas ubicadas en zonas rurales, y aproximadamente entre el 0.5% al 2% del desembolso realizado con la entidad financiera, o el negocio que se genere con dicha institución, según la institución financiera donde se establezca el acuerdo y reportes generados por metrocuadrado (2023), y los contratos de corretaje y comisión establecidos en el código de comercio artículo 1340.

**Figura 10. Números de créditos de vivienda por establecimiento**



**Fuente:** DANE (2022).

Quienes hacen posible los desembolsos de dichos créditos, son las instituciones financieras, las cajas de compensación, fondos de empleados, cooperativas y bancos, siendo los últimos los establecimientos con mayor número de créditos de vivienda desembolsados, lo que quiere decir que éstos deben ser el aliado principal para comisionar por créditos hipotecarios, Según el informe trimestral del DANE (2022), como lo muestra la Figura 10. Existe mayor preferencia para el desembolso de créditos hipotecarios en establecimientos de créditos, seguido del Fondo Nacional del Ahorro (empresa industrial y comercial del estado), probablemente porque son instituciones con mayor músculo financiero y tasas de interés.

Las inmobiliarias en Antioquia, operan en un entorno macroeconómico integral que se ha caracterizado por la incertidumbre, la volatilidad de los mercados financieros y la ampliación de tensiones comerciales, la evolución que ha tenido el sector inmobiliario, evidentemente es de influencia directa para el crecimiento y desarrollo de las *proptech*, la urbanización, la migración de las ciudades, la digitalización de estos negocios, permiten cierres mucho más eficientes, generando oportunidades de mayor alcance.

### **Cómo comprar vivienda propia en Antioquia**

Para comprar vivienda, se necesitan recursos propios, ya sean ahorros o subsidios y el complemento será un crédito hipotecario, los ahorros podrán ser cesantías inmovilizadas, ahorros programados inmovilizados en bancos, cooperativas o fondos de empleados, y el crédito hipotecario se solicita en entidades financieras, como las mencionadas anteriormente. Mientras más ahorros disponga la persona, menos crédito tendrá que solicitar.

Normalmente cuando una persona desea comprar un inmueble, debe contar con el 20% o 30% del valor total del inmueble y la entidad financiera realizará el desembolso del valor restante, pero quienes puedan aplicar a los subsidios de caja de compensación, gobierno o demás, deberán

cumplir con los diferentes requisitos que se mencionan y sólo aplican a viviendas nuevas de interés social.

Si una persona en Antioquia desea adquirir algún otro subsidio de vivienda, entonces, inicialmente deberá dirigirse a la caja de compensación donde se encuentre afiliado como por ejemplo Comfama, Comfenalco o Comfamiliar Camacol de Antioquia, cajas de compensación que operan en el departamento, una vez allí le informarán los requisitos y condiciones para tramitar el beneficio.

**Subsidio de cajas de compensación:** El Decreto 1247 DE 2022, informa las condiciones y exigencias frente a l proceso de adquisición de subsidio por cajas de compensación a nivel nacional, alguno de los requisitos para este beneficio son: no tener vivienda propia en Colombia, además que las persona postulada no ganar más de 4 SMMLV, no haber tenido ningún subsidio de vivienda y estar afiliado a dicha caja de compensación, una vez la persona o familia identifique que cumple con estas condiciones, puede entregar la documentación donde demuestre que cuenta con algún ahorro y un preaprobado en una entidad financiera, una vez entregada la documentación, iniciará su proceso según disponibilidad de recursos y fecha de entrega de inmueble, estos subsidios sólo aplican para vivienda nueva VIS o VIP dentro del territorio nacional. y dependen de los ingresos familiares, pues si los ingresos son entre 0 y 2 SMMLV, le asignan 30 SMMLV, es decir \$34.800.000, y si los ingresos son entre 2 a 4 SMMLV, los subsidios serán de \$23.200.000, si la persona o familia devengan más de 4 SMMLV, no podrá salir favorecido con ningún subsidio, pero podrá realizar el crédito con recursos propios.

**Subsidio Mi casa Ya y tasa frech:**

El decreto 428 de 2015, Modificado por el decreto 490 de 2023, en el que se determinan diferentes beneficios dirigidos a colombianos que pertenezcan al Sisbén entre categorías A1y D20 para zonas rurales y urbanas, este beneficio es el complemento al ahorro a la hora de realizar el crédito hipotecario en la entidad financiera, para las familias entre A1 y C8 le asignan 30 SMMLV

y para aquellos que están categorizados entre C9 y D20, 20 SMMLV, adicional, también prestará un factor porcentual en la tasa del crédito hipotecaria por los primeros 7 años del crédito.

**Subsidio Concurrencia: caja de compensación + gobierno nacional**, es un subsidio más formulado y definido por el decreto 490 de 2023, en el que determinan que cuando una persona o familia, pertenece a una caja de compensación, luego de salir favorecido con ella, podrá optar el subsidio de mi casa ya, siempre y cuando no supere los 2 salarios mínimos colombianos, recibiendo así los 30 SMMLV de Caja de compensación y 20 SMMLV del gobierno. Teniendo así un equivalente de 50 SMMLV para completar el valor total del inmueble.

**Subsidios Isvimed:** El isvimed es el instituto social de vivienda y hábitat de Medellín, esta institución a través del decreto 1053 del 2020, declara que, aporta a las familias subsidios e incentivos para disminuir el valor del crédito hipotecario final, fomenta el acceso a vivienda, y es un aporte en dinero adjudicado a través de recursos propios de cada municipio, en este caso del municipio de Medellín. El requisito será llevar más de 6 años viviendo en Medellín, llenar una documentación, copia de cédula, y no ganar más de 4smmlv.

**Subsidio Viva.org:** Consiste en entregar un complemento al subsidio por valor de \$8.120.000 como aporte al cierre financiero de las familias antioqueñas., deberá tener adjudicado ya el subsidio de caja de compensación y municipio (en caso de que aplique) y es un buen complemento para el cierre financiero del negocio inmobiliario.

**Semillero de Ahorradores:** Es un beneficio de gobierno, regido a través de Decreto 1077 de 2015 ofrecido a las familias que devenguen hasta 2 SMMLV, consiste en un plan de ahorro programado con una meta de ahorro de 4.5 SMMLV en un periodo de hasta 18 meses, en el que se le asignarían 6 SMMLV si cumple la meta establecida en su ahorro programado en dicho periodo de tiempo.

**Semillero de propietarios:** Según el Decreto 1077 de 2015, se genera el programa “Semillero de propietarios”, un programa de arriendo social que ayuda a colombianos que devenguen hasta 2SMMLV, en el que por un máximo de 24 meses se apoya con \$500.000 para el pago de arriendo. sumando al capital y aportando al ahorro de la cuota inicial.

Todos estos subsidios son aportes económicos, como derecho adquirido cuando la persona lo solicite ya sea a la entidad financiera o a las cajas de compensación que aplique, por ello es importante analizar el sector, y determinar cómo esos cambios van afectando el servicio y los beneficios para el cierre financiero del negocio inmobiliario.

### **Análisis del sector**

Para el análisis del sector, se emplea una matriz pastel, y así evaluar los diferentes factores que deberían tenerse en cuenta para que, *xMicasa* pueda operar en el departamento de Antioquia, evaluando los diferentes factores que intervienen en el proceso de ejecución y desarrollo del proyecto, algunas de estas variables en relación con lo político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal, relacionadas con el sector inmobiliario son:

**Político:** La nueva política del gobierno, genera oportunidades de vivienda pagada en plazos, dependiendo de los ingresos del núcleo familiar, con programas de construcción y sostenibilidad vivienda vis y vip, según el plan del gobierno (2022), teniendo en cuenta que la prioridad de este nuevo gobierno destaca y enfoca su atención particularmente en programas de mejoramiento de vivienda.

Las políticas de gobierno que afectan el mercado inmobiliario como los impuestos de la propiedad, tienen gran impacto en la demanda y en el precio de las viviendas, además de las regulaciones ambientales, los materiales de construcción de vivienda y en desarrollo de proyectos

inmobiliarios, los topes establecidos por decreto frente a los salarios mínimos. variable fundamental para el costo de bienes raíces, los subsidios otorgados por el gobierno, las alcaldías o las diferentes instituciones que lo generan, además de la política monetaria del país, el tema de la corrupción, la inseguridad de las zonas del departamento de Antioquia, en consecuencia, se debe tener claro todo lo relacionado con el registro de propiedades, el pago de impuestos, la protección de los datos personales.

Después de todo, la fórmula presidencial también incide directamente en la gestión del servicio inmobiliario, pues en su política poblacional genera unas dependencias, donde menciona el desarrollo de acciones que permite acceder a la vivienda digna, enfrentando los desafíos del sistema, donde también informan planes de bienestar garantizando el otorgamiento de los subsidios de vivienda a trabajadores de la fuerza pública, personas en proceso de reincorporación, damnificados y madres comunitarias, así también los beneficios del gobierno nacional, los municipios y las diferentes cajas de compensación.

En dicho plan de gobierno el presidente actual de Colombia, Gustavo Francisco Petro Urrego (2022- 2026) y su equipo, busca apalancar y ofrecer condiciones adecuadas para adquirir subsidio de vivienda nueva, subsidio de vivienda usada y subsidio de arrendamiento, informando que son más de quinientos mil proyectos en Colombia, se proyecta, además, programas que permitan el pago de la vivienda en plazos y tasas acordes con el ingreso familiar.

El centro de estudios económicos ANIF (2023), ha mostrado preocupación por los presupuestos que se han venido modificando por el plan de desarrollo del nuevo gobierno pues los recursos disponibles para el beneficio de mi casa ya son insuficientes, lo que genera una disminución y caída fuerte de las ventas en el sector construcción e inmobiliario.

**Económico:** La situación económica del país, el PIB y las tasas de interés son variables que influyen considerablemente en la demanda y la oferta de viviendas, la estabilidad económica, la cantidad de inversionistas en el mercado, la tasa de cambio, la capacidad adquisitiva de las personas, los precios de las viviendas que evidentemente influyen en la demanda, además del costo de los materiales de construcción, que son variables fundamentales a la hora de considerar el valor del inmueble.

De acuerdo con el DANE (2022), se han entregado más de 42.000 subsidios para vivienda de interés social, mientras tanto, el 35% de hogares en Colombia viven en arriendo y el PIB de Actividades Inmobiliarias va creciendo constantemente como se evidenció anteriormente en el documento, además de la vivienda no social que impulsa más del 79% del PIB residencial.

Según el boletín técnico del DANE (2022), se identifica que, durante ese año, se financiaron 152.642 unidades habitacionales 26.534 leasing habitacional y 126.108 créditos de vivienda con una variación de -27,8% en el número de soluciones financiadas.

**Social:** los cambios demográficos, la tasa de natalidad y de envejecimiento de la población, factores que afectan directamente la demanda, además de la cultura, el estilo de vida, los propósitos de las personas según variables relativas, la edad, el sexo, también la pregunta es cómo hacer posible que más personas con ingresos limitados, logren financiar su vivienda, y esto realmente se logra a través de los programas de vivienda de interés social. Las decisiones de compra de los hogares, la estructuración y desarrollo de los proyectos en su totalidad, el alcance regional y la materialización de todos esos logros sociales, políticos y económicos que hacen parte de la vivienda, tienen como común denominador un marco de certeza sobre la disponibilidad de subsidios para que todos los hogares que se han sumado y se van a sumar a esta apuesta de país sigan viendo una fuente de movilidad social en esta revolución de la vivienda social en Colombia.

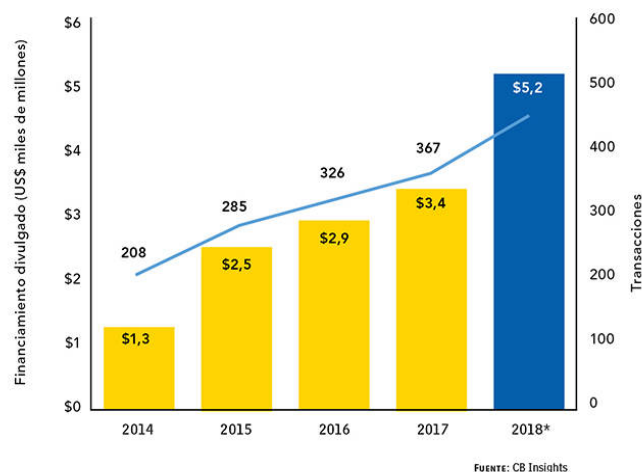
El informe técnico del DANE (2021) destaca que, cerca de 2.4 millones de empleo genera el sector inmobiliario y de edificaciones en todo el país, pues más allá de la construcción de viviendas nuevas, y la compra de materiales, se genera empleo también por la cadena de remodelación y complementos de adecuación y decoración, la mano de obra directa e indirecta que esto conlleva, los procesos de instituciones financieras, además en la plataforma de unión andina Colombia (2021) informó que para ese año se registraron más de 5.000 compras de viviendas por parte de extranjeros, lo que representa un incremento en los precios de vivienda.

### **Tecnológico:**

Los avances tecnológicos, la automatización de algunos procesos de construcción, la domótica, la forma como se construyen y diseñan las viviendas, la manera como se sistematiza procesos financieros o la asesoría para adquisición de un inmueble, la forma como se ofrece al público el inmueble, los servicios relacionados con la venta y alquiler, la oferta de los servicios a través de la página, las redes sociales, las plataformas en línea para la asesoría, el uso de todas las herramientas informáticas que posibilitan la venta, alquiler, y en general toda la operación.

El aprovechamiento de las redes sociales, blogs inmobiliarios, páginas webs, o portales inmobiliarios que agrupan toda la información de propiedades, y se encargan de la difusión, venta y publicidad de servicios del sector, son de gran aporte para la venta o comercialización de inmuebles, lo que permite articular el propósito directo de este emprendimiento, y generar mayores oportunidades en un mercado inmobiliario, en abril de 2022, según el informe de *software y hardware* entregado por sectorial.co, indican que las plataformas digitales y redes sociales más utilizadas por los colombianos, fueron YouTube (96%), *WhatsApp* (94%), *Facebook* (91,7%), *Instagram* (84,4%) y *TikTok* (69,5%), lo que se espera entonces, es generar un aprovechamiento del uso de estas plataformas para dar a conocer herramientas que permitan incrementar las estadísticas de entrega de información, venta compra y asesoría del sector.

**Figura 11. inversión global en tecnología inmobiliaria 2014- 2018**



**Fuente:** Revista semana (2023)

Como se evidencia en la gráfica entregada por la revista semana (2023), desde el 2018 han surgido iniciativas en Colombia, con respecto a la aplicación inversión en tecnología para el sector inmobiliario, generando promesas de valor que antes parecían un tanto imposibles, como por ejemplo la plataforma Habi.co, institución que promete vender su inmueble en 10 días; Apuntó, que facilita los procesos de arriendo de vivienda a través de la plataforma, La Haus o Properati, inmobiliarias 100% digitales, servicios que han aumentado considerablemente.

Finalmente, las empresas que incorporan las TIC en su operación ofrecen mayores oportunidades para avanzar en el desarrollo humano y, por ende, fortalecer las capacidades en los individuos. El aprovechamiento de los grandes datos, el internet de las cosas y el Big Data, permiten transformar y mitigar la pobreza extrema, impulsando el crecimiento.

**Ecológico:** Las políticas y las regulaciones ambientales influyen en la forma como se construyen y diseñan las viviendas, la sostenibilidad y la eficiencia en el uso de energía, garantizar que *xMicasa* siempre tendrá una gestión ambiental consciente con el uso de los recursos, o la adquisición de inmuebles donde se conserven condiciones éticas y conscientes en temas ambientales.

El departamento nacional de planeación (2020) informaba que el principal reto, ha sido siempre mejorar el entorno ambiental y la competitividad empresarial de todo lo que compete el sector inmobiliario, pues genera residuos relacionados con la construcción de las edificaciones que han venido en aumento constante, así que todas las constructoras, deberán contar con un sistema de ahorro de agua y energía, la generación de polvo, la contaminación acústica, operaciones con remoción de la vegetación y la contaminación atmosférica son los impactos ambientales más significativos de los proyectos de construcción, siendo una necesidad el generar mayores requerimientos para mitigar estas emisiones.

**Legal:** Según información presentada por Ministerio de vivienda ciudad y territorio (2023), donde presenta diferentes documentos que regulan la actividad de adquisición de vivienda, como la resolución 0186 de 2023, publicada el 10 de abril del 2023 que habla sobre el beneficio de Mi casa Ya, otorgado a los hogares clasificados entre C9 y D20 del Sisbén IV, tendrán derecho a un beneficio de (20 SMLMV) al momento del desembolso del crédito hipotecario de entidad financiera, ahora, para organizar algunas de las leyes, decretos y circulares relacionados con vivienda en Comfama, se detalla en la tabla 3. Los datos pertinentes con una breve explicación de lo que refiere esa consideración, categorizándola en las clases de normas, para identificarla más fácil y siguiendo el prototipo kelseniano representando el sistema jurídico escalonado

**Tabla 3. Leyes, decretos y circulares relacionadas con vivienda en Colombia**

|  |   |
|--|---|
| Constitución Política                                | Derecho a una vivienda digna  |
| Ley 2202 de 2022                                     | Vivienda para colombianos viviendo en el exterior.                                    |
| Ley 2172 de 2021                                     | Acceso prioritario a vivienda   |
| Ley 2079 del 2021                                    | Puedes vender un inmueble con subsidio de vivienda sin ninguna restricción en tiempos |
| Ley 1949 de 2019                                     | Formalizar una propiedad  |
| Ley 1796 de 2016                                     | Normas para comprar y vender  |
| Ley 1776 de 2016                                     | Desarrollo rural, económico y social en diferentes zonas.                             |
| Ley 1673 de 2013                                     | Políticas y Lineamientos para evaluadores   |
| Ley 1474 de 2011                                     | Controlar cuando tenga recursos   |
| Ley 1152 de 2007                                     | Desarrollo Rural  |
| Ley 820 de 2003                                      | Obligaciones de arrendatario  |
| Ley 675 de 2001                                      | Lineamientos de propiedad horizontal  |
| Decreto 1247 DE 2022                                 | Beneficios asignados por las cajas de compensación                                    |
| Decreto 1077 de 2015/Modificado Decreto 0490 - 2023/ | Sanciones y requisitos para asignación de fe  |
| Decreto 1607 del 05 de agosto de 2022                | Precio máximo vis   |
| Decreto 1606 del 05 de agosto de 2022                | Sistema de protección al comprador de vivienda nueva                                  |

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



|                                |   |
|--------------------------------|---|
| Resolución 0186 de 2023        | Mi casa Ya, otorgado a los hogares clasificados entre C9 y D20 del Sisbén IV, tendrán derecho a un beneficio de (20 SMLMV) al momento del desembolso del crédito hipotecario de entidad financiera. |
| Circular Nro. 0001 DE 2023     | Procedimiento para la postulación, asignación, aplicación y cobro del programa mi casa ya   |
| Circular 2023EE0024030 2023    | Ajustes cronograma de fe  |
| Circular 2022EE0045404 de 2022 | Asegurabilidad vivienda nueva   |
| Circular 2022EE0016551 de 2022 | Programas de gobierno   |

**Fuente:** Normativa, Minvivienda (2023)

La Superintendencia de Industria y Comercio tiene la autoridad para supervisar y sancionar a los evaluadores o tasadores de bienes inmuebles en Colombia. Los evaluadores son profesionales certificados que determinan el valor de las propiedades utilizando técnicas y métodos, y su papel es crucial en las decisiones económicas. Según la Normativa, Minvivienda (2023) también reconocen que la SIC es responsable de autorizar a las Entidades Reconocidas de Autorregulación (ERA) sin fines de lucro para supervisar el sector inmobiliario y de certificar las competencias, habilidades y capacitación de los evaluadores en el Registro Abierto de evaluadores (RAA).

Además, Según el Decreto 1247 DE 2022, algunas normas técnicas del sector inmobiliario que hablan sobre las viviendas de interés social, (VIS: Viviendas nuevas que no superan los 150 SMMLV). Viviendas de interés prioritario, VIP (Viviendas nuevas que no superan los 70 SMMLV), las conductas del sector y de los profesionales que operan en este sector, las normas además que hablan de las metodologías para realizar avalúos, enfoques y gestión.

Se debe tener en cuenta artículos del código sustantivo de trabajo, para regular a través de reglamento interno de trabajo, políticas de la empresa, el código de comercio, que especifica el concepto de comerciante, el registro mercantil, y de cámara de comercio, el contrato como sociedad en el artículo 74 que habla sobre la creación y el funcionamiento de una empresa, el Artículo 102 sobre los conceptos de inmueble y las normas de propiedad inmobiliaria y propiedad horizontal, el artículo 103 que regula la propiedad como posesión y usufructo. el artículo 105 sobre las hipotecas, las garantías sobre los bienes inmuebles, y el artículo 258 sobre leasing habitacional, que, aunque no es aún un servicio que se tenga presentado en este proyecto escrito, se debe tener claro para generar asesorías integrales.

### **Descripción de la solución**

*xMicasa*, se proyecta como una inmobiliaria que ofrece servicios relacionados con bienes raíces, valoración de propiedades, asesoría sobre la adquisición de vivienda propia, alquiler, e intermediación en la compra y venta de inmuebles. Además, espera contar con una plataforma virtual que permita darle seguimiento al compromiso financiero de las personas, visualización de inmuebles en venta, alquiler, compra y construcción, como proptech inmobiliaria.

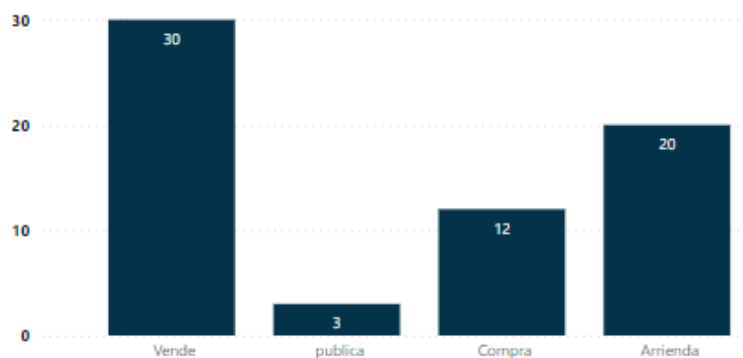
Las empresas que estén interesadas en apoyar a sus trabajadores para la adquisición de vivienda se podrían contactar con *xMicasa* para apoyar a sus trabajadores en dicho proyecto, a través de las asesorías personalizadas y acompañamiento necesario

### **Análisis de los competidores**

Para llevar a cabo el análisis de los competidores se realiza un estudio comparativo de 50 inmobiliarias de Antioquia, teniendo en cuenta los servicios que ofrece, nombre, colores de marca, fuentes y canales de atención, como acompaña a los usuarios del proceso, y si cuenta o no con un acompañamiento directo a trabajadores de empresas para entender cómo tener vivienda propia,

entendiendo de qué manera podría presentar un riesgo que representa para el proyecto y su desarrollo.

**Figura 12. Análisis de la competencia**




**Fuente:** Elaboración propia (2023)

<https://unaulaedu.sharepoint.com/:x:/s/TG20231-JessicaAcevedo/Eafnk1z22vxJtWa8ZykV5k8BjywiKwNjZOnASpp4U4f5tQ?e=pvkWcF>

En este análisis se logró evidenciar que de las 50 inmobiliarias analizadas ninguna cuenta con un programa de bienestar laboral, o propósito social que permita apoyar a las personas que desear tener vivienda propia directamente con sus empleadores, más del 60% se dedica a vender, aproximadamente el 6% publica proyectos nuevos, y el 44% arrenda, y el 26% Compra para revender.

**Tabla 4. Diamante de Porter**

| ANÁLISIS 5 FUERZAS DE PORTER XMICASA                  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| Posible Amenaza de nuevos competidores   | Posible poder de negociación de los proveedores   | Posible poder de negociación de los clientes.  | Posibles amenazas de nuevos productos sustitutos   | Posible rivalidad entre competidores   |
| amenaza se considera alta, ya que no existen tantas barreras para iniciar modelos de negocios que ofrezcan servicios similares a xMicasa | Su poder de negociación es medio- bajo, ya que los posibles socios claves a elegir, podrían ser numerosos y ofrecerían productos o servicios con precios similares. | Su poder es medio alto, ya que esperaría tener alianzas con empresas comprometidas con sus trabajadores, proyectos, entidades financieras y otros proveedores. | Su poder es bajo, ya que la mayoría de la población que anhela vivienda propia o arrendada no existe realmente otra necesidad de sustituir esta necesidad, es decir, necesitas un techo para vivir, ya sea alquilado, comprado, vendido, prestado, subsidiado. | El poder podría ser alto, ya que varios modelos de negocio son equiparables a xMicasa, en tamaño y experiencia, por tratarse de una empresa apenas en su ideación, podría ser muchísimo mayor. |

**Fuente:** Elaboración propia (2023).

Este análisis permite identificar amenazas o participantes dentro del contexto inmobiliario, el poder de la negociación con los proveedores y clientes, para identificar oportunidades que permitan ser competitivos dentro del negocio. El poder de un negocio como *xMicasa* puede ser amplio, y se puede gestionar continuamente, se tiene claro cuáles serán las alianzas que se deben considerar para el desarrollo de este negocio, la necesidad de vivienda se debe satisfacer, ya sea a través de un alquiler o una venta, ya que un producto sustituto para este fin es complejo de encontrar.

Se piensa contar, además, con diferentes aliados como las empresas inscritas, las constructoras, las entidades financieras y personas naturales, así mismo, tener respaldo de empresas que cuenten con reconocimiento a nivel departamental, aumentando la viabilidad comercial de *xMicasa*. Por lo que de forma general se espera contar con colaboraciones en diferentes áreas económicas y financieras, tales como:

**Cajas de compensación familiar a nivel departamental:**

- Comfama: Subsidios para vivienda propia VIS
- Comfenalco: Créditos y subsidios para vivienda propia VIS
- Comfamiliar Camacol de Antioquia: Créditos y subsidios para vivienda propia VIS

**Proyectos inmobiliarios y constructoras, inscritos en el ministerio de vivienda.**

**Bancos y entidades financieras:** La tasa de estos tipos de crédito depende si la vivienda es o no de interés social, los años en los que sea aprobado el crédito, la capacidad adquisitiva de la persona que solicita el crédito, la cantidad restante para completar el valor del crédito, éstas variables dependen de cada institución, de cada persona, y de cada momento de la historia, pues las tasas de interés y las políticas de las instituciones financieras, se adaptan a los factores económicos, que el Banco de la república a través del control de la inflación, genera ajustes, y adapta sus estrategias de acuerdo a la política monetaria respectivamente.

Los créditos en dichas instituciones, se realizan en pesos o en UVR, los créditos en pesos son los créditos con tasa y cuota fija frente al plazo del crédito, es decir, si se solicita un crédito hipotecario en una institución financiera que otorgue créditos hipotecarios en pesos, y el crédito que se está solicitando es a 10 ó 15 años, este crédito tendrá la misma cuota por toda la vida del crédito, ahora, los créditos en unidades de valor real (UVR) se refieren a cuotas variables,

generando una variación de índice de precios al consumidor, esta variación puede tener altos cambios año a año, ésta tasa permite que las entidades financieras mantengan el poder adquisitivo del dinero prestado. Banco de la república (sentencia C-955/2000)

*xMicasa* consideraría entonces generar convenios con los diferentes bancos inscritos para ser el intermediario y generar utilidades por desembolso legalizado.

Algunos de los Bancos según el blog de Rankia(2022), de créditos hipotecarios son: Banco Colpatria, Scotiabank, Av. Villas, Banco Caja Social, BBVA, Banagrario, Banco Davivienda, Banco Popular, Banco de Bogotá, Banco de Occidente, Bancolombia, Bancoomeva, Fondo Nacional del Ahorro, Confiar Cooperativa Financiera, Cotrafa Financiera, Credifamilia, La Hipotecaria, Mibanco S.A, Banco Caja Social.

Todo esto se lleva a cabo para canalizar la información entre los clientes y los socios estratégicos a fin de optimizar tiempo y simplificar el proceso, además se espera que la relación con los clientes sea frecuente y constante, enviar información de valor y actualizada, compartiendo noticias relevantes, consejos útiles, una información personalizada según a quien vaya dirigida.

*xMicasa* estará disponible desde la empatía y eficiencia para gestionar las solicitudes de sus usuarios, informará todos los canales de atención disponible para que siempre puedan hacer cualquier tipo de consulta, más que vender propiedades es apoyar todo el proceso que adquirir un inmueble trae, también pedirá siempre la opinión sobre sus servicios para mejorarlos continuamente, actuando en consecuencia de dichas recomendaciones.

### Estudio del mercado

Se realiza un estudio de mercado a través de la herramienta de encuestas, que en este caso fue realizada de manera virtual a través de forms de Office365 recopilando datos frente a opiniones o algunas generalidades de los posibles usuarios, además, se resaltan preguntas y respuestas frente a factores demográficos, como el género, estado civil, rango de edad, si paga arriendo o no, además del monto que paga, preferencias de compra y adquisición entendiendo si desea comprar o no una vivienda, si entiende cómo hacerlo, o qué es lo que le ha impedido lograrlo, además, si estaría dispuesto a asistir a una charla donde expliquen cómo hacerlo posible, esta herramienta aplicada, tuvo un análisis en Power BI, ya que permite una mejor visualización de los datos y gestión de la información recopilada.

También se realizaron entrevistas detalladas de manera presencial y a través de *Whatsapp*, fuentes de información que permiten identificar la percepción del público frente a la propuesta de un proyecto como *xMicasa*, dado que facilita identificar su pertinencia sobre las condiciones del mercado y si se proyecta factible su desarrollo y ejecución.

**Tabla 5. Ficha técnica estudio de mercado *xMicasa***

| Estudio de Mercado <i>xMicasa</i>        |   |
|--|---|
| Grupo objetivo:                          | Hombres y mujeres actualmente trabajando entre los 18 y 40 años |
| Fecha del proceso                        | 1/03/2023 - 01/04/2023  |
| Población objetivo:                      | Personas interesadas en venta, compra, arriendo de vivienda.    |
| Método de recolección de la información: | Encuesta en línea   |
| Muestra:                                 | 104   |
| Duración promedio solución encuesta:     | 2:05 minutos  |
| Análisis cifras:                         | Power Bi  |
| Preguntas concretas que se formularon    | ¿Quieres tener vivienda?  |

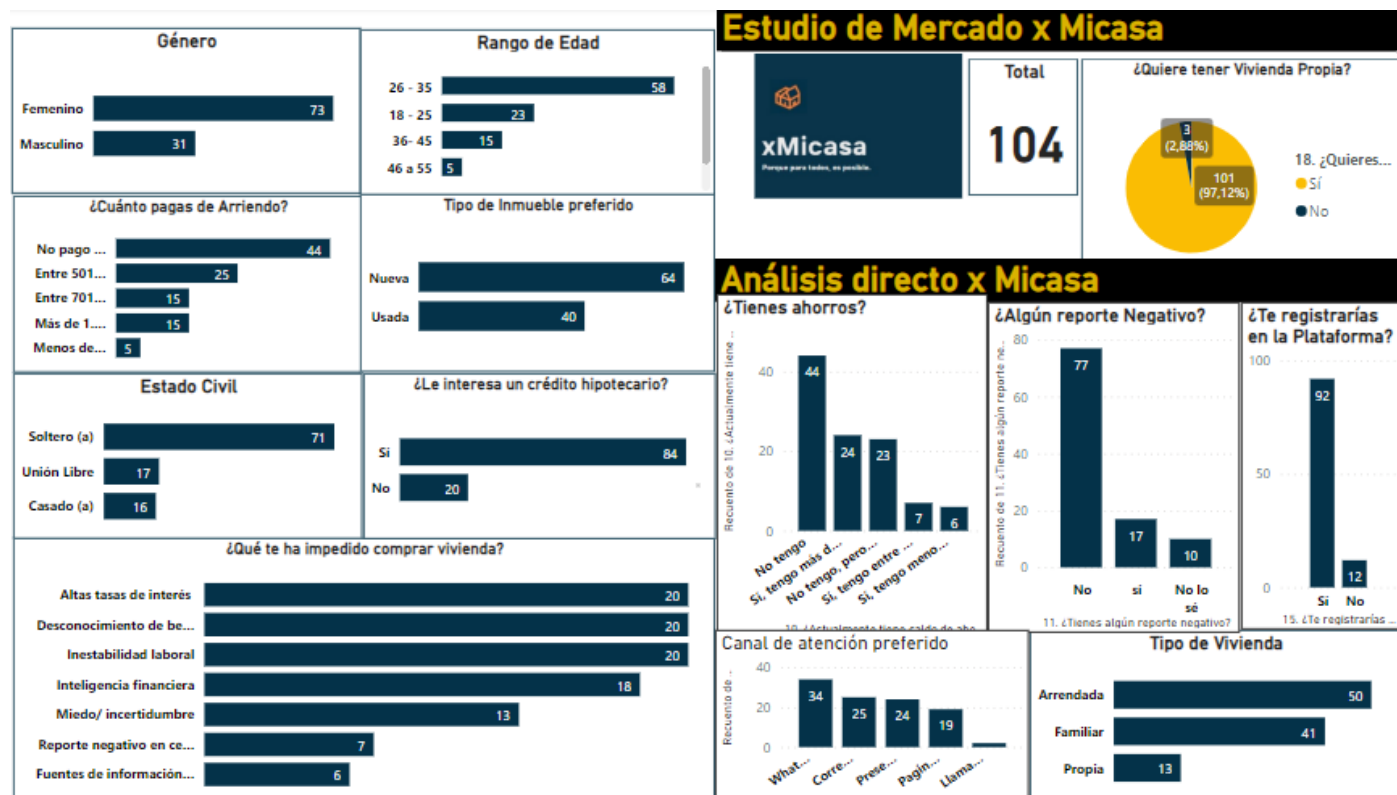
**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
|                                       | ¿Tienes algún reporte negativo?                                 |
|                                       | ¿Tienes ahorros?  |
|                                       | ¿Te registrarías en una plataforma que te enseñe cómo lograrlo? |
|                                       | ¿Cuál es tu canal de atención preferido?                        |
|                                       | Tipo de vivienda actual: Arrendada, familiar, propia.           |
|                                       | ¿Le interesa un crédito hipotecario?                            |
|                                       | Estado civil  |
|                                       | Rango de edad   |
|                                       | Género  |
|                                       | ¿Cuánto paga de arriendo?                                       |
| ¿Qué le ha impedido comprar vivienda? |   |

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

**Figura 13. Tablero en PowerBI - Consolidado resultados encuesta**



**Fuente:** Elaboración propia (2023).

Conocer las preferencias de la población con respecto a la compra de una vivienda, identificar si pagaban arriendo o no, y el rango de precio actual, además de estado civil, edad, género, preferencias entre vivienda nueva y usada, si estaba dispuesto a ser capacitado para tener vivienda propia, si tenía o no ahorros, fueron el objetivo directo de la herramienta aplicada. Esta encuesta fue resuelta por 104 personas, seleccionadas de manera aleatoria sobre un grupo

poblacional para el modelo de negocio; con este instrumento, se identifica que 101 de ellas querían comprar una casa, mientras que solo tres dijeron que no tenían interés en hacerlo, lo que representa el propósito directo de este plan de negocio, para apoyar a ese 97% que quiere tener vivienda propia.

Es crucial tener en cuenta que todos tienen diferentes preferencias y necesidades de vivienda, lo que puede tener un impacto en las decisiones de compra.

Evidentemente, estos resultados se limitan a la cantidad de personas encuestadas y no pueden generalizarse a toda la población, sin embargo, se identifica una generalidad en el deseo y propósito directo de *xMicasa*, apoyar ese mínimo común y hacer posible el sueño de tener vivienda propia.

En la figura 13. Se identifican 104 personas que resolvieron la encuesta en su totalidad, informando que más del 97% desea tener vivienda propia, mientras que el otro 2.88% no está aún interesado, de las 104 personas 70% eran de género femenino y 30% masculino, en su gran mayoría, solteros, con preferencias por vivienda nueva. interesados en créditos hipotecarios para complementar el valor del cierre financiero del inmueble, y como mayor limitante para materializar el propósito de tener vivienda propia, las altas tasas, el desconocimiento de información frente al tema y la inestabilidad laboral.

Existe una preferencia por vivienda nueva, teniendo en cuenta que esto favorece el propósito de *xMicasa*, posibilita el negocio directo a través de la asesoría integral junto con proyectos o constructoras sobre planos, cooperativas y bancos por colocación de créditos hipotecarios y cuentas de ahorros programados, además de las asesorías de subsidios de gobierno y cajas de compensación para quienes apliquen.

También, se logra identificar que, en cuanto al estado civil de los encuestados, el 68% son solteros, 16% son unión libre y el 15% son casados, Como se logra evidenciar en estos resultados, además otros de los impedimentos son la inteligencia financiera, miedo e incertidumbre, incluso reportes negativos en centrales de riesgo o fuentes de información confusa, por lo que se identifica

una necesidad de informar de manera integral para que, estos no sean solo limitantes sino motivantes para la consecución de estos proyectos.

Según un informe de Metrocuadrado, gran parte de las inmobiliarias cobran el 8% del valor del canon de arrendamiento más un 2.5% sobre el valor asegurado. lo que, según estas respuestas se identifica como una buena oportunidad de captación, pues más del 60% de la muestra, paga arriendo, identificando un gran porcentaje de beneficios por alquiler de inmueble.

El canal de atención preferido por las 104 personas es *whatsApp* con 34 resultados, seguido del correo electrónico, presencialmente, página *web* y llamadas telefónicas, en relación con la situación financiera de las personas encuestadas, 44 (el 42%) no cuentan con ahorros en absoluto. Por otro lado, 24 personas (el 23%) tienen más de 3 millones de pesos ahorrados, y 27 personas (el 26%) tienen entre 1 y 2 millones de pesos ahorrados. Solo 6 personas (el 6%) tienen menos de 1 millón de pesos ahorrados. Esto también demuestra la importancia de intervenir en capacitaciones de finanzas personales, el ahorro con propósito. Además, de todas las personas encuestadas, más del 70% estaría dispuesto a registrarse en una plataforma que consolida la información sobre cómo adquirir vivienda.

El total de las personas que dicen no desear registrarse en la plataforma, corresponden en su mayoría solteros, que no cuentan con ahorros, con un rango promedio de edades bastante diverso la mayoría entre los 26 y 35 años de edad, con una mayoría registrada como canal de atención preferido página *web*, que pagan actualmente arriendo, y pese a que no están interesados en realizar un crédito hipotecario, lo que más les ha impedido en comprar vivienda son la inestabilidad laboral, seguido de las altas tasas y el miedo, de las 104, 12 personas no les gustaría registrarse en una plataforma que consolide la información, pero 92 personas sí desearían, influenciando así el desarrollo de este plan de negocio.

Teniendo en cuenta lo arrojado en el estudio de mercado, se realiza una proyección de ventas para los siguientes 5 años de *xMicasa*, esta proyección está basada en el análisis de las tendencias que se evidencia de la encuesta, teniendo en cuenta que el 97% de los encuestados

desean tener vivienda, y en relación con la capacidad adquisitiva por nivel de recursos propios, se hace este análisis con viviendas de tope vis, nuevas y usadas, y vivienda son vis, tanto nuevas como usadas, esto porque realmente no hay limitante a la hora de elegir un inmueble más que el de cada persona y familia en particular.

El objetivo de *xMicasa* será tener una posición en el mercado inmobiliario, para identificar y explorar diferentes oportunidades de negocio, aumentando las estrategias para que personas que trabajan en las futuras empresas aliadas y personas interesadas, logren el proyecto de una vivienda propia, además, con las bases para determinar los “productos” serán las comisiones generadas por publicidad de constructoras y proyectos inmobiliarios, siendo parte del cierre financiero de los negocios inmobiliarios por comisión por venta, y el negocio directo con las entidades financieras por el desembolso ejecutado.

En el análisis de proyección de ventas, donde se analizan las primeras proyecciones de los primeros cinco años de operación, teniendo en cuenta variables macroeconómicas como la inflación, la devaluación, el IPP (índice de precios del productor) teniendo en cuenta sólo el 1% por valor de beneficio, suponiendo que por venta de inmueble (producto) o comisión por publicidad y referencia de proyectos o constructoras, se asigne mínimo el 1% de beneficio en el precio del producto, teniendo en cuenta que una vivienda VIS (Vivienda de Interés Social) no supera los 150 salarios mínimos, lo que representa los \$174.000.000, suponiendo recibir el 1% de comisión por venta, desembolso y publicidad con constructora y proyecto.

Con esta información se realiza entonces una proyección de ventas, suponiendo que *xMicasa* comisionará mínimo el 3% por propiedad.

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



**Tabla 6. Proyección de ventas**

| Servicios Ofrecidos por la empresa | Unidad Medida | Comisión por tipo de inmueble | variables de medios de ingreso    |                   | % Comisión | Beneficio       |
|------------------------------------|---------------|-------------------------------|-----------------------------------|-------------------|------------|-----------------|
| Vivineda Vis Nueva                 | U             | \$5.220.000,00                | Vivineda Vis Nueva                | \$ 174.000.000,00 | 3          | \$ 5.220.000,00 |
| Vivienda Vis Usada                 | U             | \$5.220.000,00                | Vivienda Vis Usada                | \$ 174.000.000,00 | 3          | \$ 5.220.000,00 |
| Vivienda No Vis Nueva              | U             | \$9.000.000,00                | Vivienda No Vis Nueva             | \$ 300.000.000,00 | 3          | \$ 9.000.000,00 |
| Vivienda No Vis Usada              | U             | \$9.000.000,00                | Vivienda No Vis Usada             | \$ 300.000.000,00 | 3          | \$ 9.000.000,00 |
| Arriendo                           | U             | \$96.000,00                   | Arriendo promedio                 | \$ 1.200.000,00   | 8          | \$ 96.000,00    |
| Membresía                          | U             | \$150.000,00                  | Membresía por publicidad proyecto | \$ 100.000,00     | 100        | \$ 150.000,00   |

| Flujo de Fondos                      | Año 1                | Año 2                | Año 3                 | Año 4                 | Año 5                 |
|--------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Ingresos por Ventas                  | 2.051.460.000        | 4.102.920.000        | 8.205.840.000         | 16.411.680.000        | 32.823.360.000        |
| Egresos por Compras M.P.             | 0                    | 7.860.000            | 15.720.000            | 31.440.000            | 62.880.000            |
| Sueldos y Cargas Prestacionales      | 38.400.000           | 56.400.000           | 76.400.001            | 85.400.001            | 85.400.001            |
| Otros Gastos de Producción           | 3.360.000            | 3.360.000            | 3.360.000             | 3.360.000             | 3.360.000             |
| Otros Gastos de Adm. Y Ventas        | 0                    | 1.000.000            | 1.000.000             | 1.000.000             | 1.000.000             |
| Impuesto a las Ganancias             |                      | 635.335.467          | 1.290.545.067         | 2.594.564.266         | 5.212.928.000         |
| <b>Total Egresos Operativos</b>      | <b>41.760.000</b>    | <b>703.955.467</b>   | <b>1.387.025.068</b>  | <b>2.715.764.267</b>  | <b>5.365.568.001</b>  |
| Diferencia Operativa                 | 2.009.700.000        | 3.398.964.533        | 6.818.814.932         | 13.695.915.733        | 27.457.791.999        |
| Inversiones                          | 4.200.000            |                      |                       |                       |                       |
| <b>Flujo Financiero</b>              |                      |                      |                       |                       |                       |
| Prestamo                             | 0                    |                      |                       |                       |                       |
| Devolución del Prestamo              | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     | 0                     |
| <b>Total Flujo Financiero</b>        | <b>0</b>             | <b>0</b>             | <b>0</b>              | <b>0</b>              | <b>0</b>              |
| <b>Diferencia Ingresos - Egresos</b> | <b>2.005.500.000</b> | <b>3.398.964.533</b> | <b>6.818.814.932</b>  | <b>13.695.915.733</b> | <b>27.457.791.999</b> |
| Aporte del Emprendedor               | 6.950.000            |                      |                       |                       |                       |
| <b>Flujo de Fondos</b>               | <b>2.012.450.000</b> | <b>5.411.414.533</b> | <b>12.230.229.466</b> | <b>19.107.330.266</b> | <b>39.688.021.465</b> |

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



**Tabla 6. Continuidad proyección de ventas**

| M E S E S                |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | Total Año |
|--------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|-----------|
| Ventas en Unidades Año 1 | Mes 1 | Mes 2 | Mes 3 | Mes 4 | Mes 5 | Mes 6 | Mes 7 | Mes 8 | Mes 9 | Mes 10 | Mes 11 | Mes 12 |           |
| 1 Vivienda Vis Nueva     | 1     | 2     | 1     | 2     | 4     | 5     | 6     | 2     | 2     | 3      | 4      | 2      | 34        |
| 2 Vivienda Vis Usada     | 1     | 2     | 1     | 2     | 4     | 5     | 6     | 2     | 2     | 3      | 4      | 2      | 34        |
| 3 Vivienda No Vis Nueva  | 1     | 2     | 1     | 2     | 4     | 5     | 6     | 2     | 2     | 3      | 4      | 2      | 34        |
| 4 Vivienda No Vis Usada  | 1     | 2     | 1     | 2     | 4     | 5     | 6     | 2     | 2     | 3      | 4      | 2      | 34        |
| 5 Arriendo               | 1     | 5     | 10    | 10    | 16    | 17    | 20    | 25    | 25    | 25     | 25     | 25     | 204       |
| 6 Membresía              | 1     | 2     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5     | 5      | 5      | 5      | 53        |
| 7                        |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | 0         |
| 8                        |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | 0         |
| 9                        |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | 0         |
| 10                       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |        |        |        | 0         |

| Años                            |            |            |              |              |              |
|---------------------------------|------------|------------|--------------|--------------|--------------|
| Ventas en Unidades              | 1          | 2          | 3            | 4            | 5            |
| 1 Vivienda Vis Nueva            | 34         | 68         | 136          | 272          | 544          |
| 2 Vivienda Vis Usada            | 34         | 68         | 136          | 272          | 544          |
| 3 Vivienda No Vis Nueva         | 34         | 68         | 136          | 272          | 544          |
| 4 Vivienda No Vis Usada         | 34         | 68         | 136          | 272          | 544          |
| 5 Arriendo                      | 204        | 408        | 816          | 1.632        | 3.264        |
| 6 Membresía                     | 53         | 106        | 212          | 424          | 848          |
| 7                               |            |            |              |              |              |
| 8                               |            |            |              |              |              |
| 9                               |            |            |              |              |              |
| 10                              |            |            |              |              |              |
| <b>Total Ventas en Unidades</b> | <b>393</b> | <b>786</b> | <b>1.572</b> | <b>3.144</b> | <b>6.288</b> |

| M E S E S                    |                     |                     |                     |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      | Total                      |
|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------|----------------------------|
| Ventas en \$ Año 1           | Mes 1               | Mes 2               | Mes 3               | Mes 4                | Mes 5                | Mes 6                | Mes 7                | Mes 8                | Mes 9                | Mes 10               | Mes 11               | Mes 12               |                            |
| 1 Vivienda Vis Nueva         | \$5.220.000         | \$10.440.000        | \$5.220.000         | \$10.440.000         | \$20.880.000         | \$26.100.000         | \$31.320.000         | \$10.440.000         | \$10.440.000         | \$15.660.000         | \$20.880.000         | \$10.440.000         | \$ 177.480.000,00          |
| 2 Vivienda Vis Usada         | \$5.220.000         | \$10.440.000        | \$5.220.000         | \$10.440.000         | \$20.880.000         | \$26.100.000         | \$31.320.000         | \$10.440.000         | \$10.440.000         | \$15.660.000         | \$20.880.000         | \$10.440.000         | \$ 177.480.000,00          |
| 3 Vivienda No Vis Nueva      | \$5.220.000         | \$10.440.000        | \$5.220.000         | \$10.440.000         | \$20.880.000         | \$26.100.000         | \$31.320.000         | \$10.440.000         | \$10.440.000         | \$15.660.000         | \$20.880.000         | \$10.440.000         | \$ 177.480.000,00          |
| 4 Vivienda No Vis Usada      | \$5.220.000         | \$10.440.000        | \$5.220.000         | \$10.440.000         | \$20.880.000         | \$26.100.000         | \$31.320.000         | \$10.440.000         | \$10.440.000         | \$15.660.000         | \$20.880.000         | \$10.440.000         | \$ 177.480.000,00          |
| 5 Arriendo                   | \$5.220.000         | \$26.100.000        | \$52.200.000        | \$52.200.000         | \$83.520.000         | \$88.740.000         | \$104.400.000        | \$130.500.000        | \$130.500.000        | \$130.500.000        | \$130.500.000        | \$130.500.000        | \$ 1.064.880.000,00        |
| 6 Membresía                  | \$5.220.000         | \$10.440.000        | \$26.100.000        | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$26.100.000         | \$ 276.660.000,00          |
| 7                            |                     |                     |                     |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      | \$ -                       |
| 8                            |                     |                     |                     |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      | \$ -                       |
| 9                            |                     |                     |                     |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      | \$ -                       |
| 10                           |                     |                     |                     |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      |                      | \$ -                       |
| <b>Total Ventas en Pesos</b> | <b>\$31.320.000</b> | <b>\$78.300.000</b> | <b>\$99.180.000</b> | <b>\$120.060.000</b> | <b>\$193.140.000</b> | <b>\$219.240.000</b> | <b>\$255.780.000</b> | <b>\$198.360.000</b> | <b>\$198.360.000</b> | <b>\$219.240.000</b> | <b>\$240.120.000</b> | <b>\$198.360.000</b> | <b>\$ 2.051.460.000,00</b> |

| Años                        |                        |                        |                        |                         |                         |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Ventas Anuales en Pesos     | 1                      | 2                      | 3                      | 4                       | 5                       |
| 1 Vivienda Vis Nueva        | \$177.480.000          | \$354.960.000          | \$709.920.000          | \$1.419.840.000         | \$2.839.680.000         |
| 2 Vivienda Vis Usada        | \$177.480.000          | \$354.960.000          | \$709.920.000          | \$1.419.840.000         | \$2.839.680.000         |
| 3 Vivienda No Vis Nueva     | \$177.480.000          | \$354.960.000          | \$709.920.000          | \$1.419.840.000         | \$2.839.680.000         |
| 4 Vivienda No Vis Usada     | \$177.480.000          | \$354.960.000          | \$709.920.000          | \$1.419.840.000         | \$2.839.680.000         |
| 5 Arriendo                  | \$1.064.880.000        | \$2.129.760.000        | \$4.259.520.000        | \$8.519.040.000         | \$17.038.080.000        |
| 6 Membresía                 | \$276.660.000          | \$553.320.000          | \$1.106.640.000        | \$2.213.280.000         | \$4.426.560.000         |
| 7                           |                        |                        |                        |                         |                         |
| 8                           |                        |                        |                        |                         |                         |
| 9                           |                        |                        |                        |                         |                         |
| 10                          |                        |                        |                        |                         |                         |
| <b>Total Venta en Pesos</b> | <b>\$2.051.460.000</b> | <b>\$4.102.920.000</b> | <b>\$8.205.840.000</b> | <b>\$16.411.680.000</b> | <b>\$32.823.360.000</b> |

| Años                      |                    |                    |                     |                     |                     |
|---------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Costo MP e Insumos Pesos  | 1                  | 2                  | 3                   | 4                   | 5                   |
| 1 Vivienda Vis Nueva      | \$340.000          | \$680.000          | \$1.360.000         | \$2.720.000         | \$5.440.000         |
| 2 Vivienda Vis Usada      | \$340.000          | \$680.000          | \$1.360.000         | \$2.720.000         | \$5.440.000         |
| 3 Vivienda No Vis Nueva   | \$340.000          | \$680.000          | \$1.360.000         | \$2.720.000         | \$5.440.000         |
| 4 Vivienda No Vis Usada   | \$340.000          | \$680.000          | \$1.360.000         | \$2.720.000         | \$5.440.000         |
| 5 Arriendo                | \$2.040.000        | \$4.080.000        | \$8.160.000         | \$16.320.000        | \$32.640.000        |
| 6 Membresía               | \$530.000          | \$1.060.000        | \$2.120.000         | \$4.240.000         | \$8.480.000         |
| 7                         |                    |                    |                     |                     |                     |
| 8                         |                    |                    |                     |                     |                     |
| 9                         |                    |                    |                     |                     |                     |
| 10                        |                    |                    |                     |                     |                     |
| <b>Costo MP e Insumos</b> | <b>\$3.930.000</b> | <b>\$7.860.000</b> | <b>\$15.720.000</b> | <b>\$31.440.000</b> | <b>\$62.880.000</b> |

Fuente: Elaboración propia (2023). [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Se tienen en cuenta Las variables de nombres de productos y el precio supuesto, proyectando una comisión y suponiendo una cantidad de unidades vendidas, para ello, tomamos en cuenta varios factores, como el mercado inmobiliario actual, la competencia, los precios de los bienes raíces y los resultados de la encuesta. Además, para el desarrollo se consideran factores como pocas unidades de ventas, para demostrar qué tan viable es este negocio aún con pocas ventas de inmuebles. Más adelante se detallará este análisis financiero permitiendo evidenciar un aumento considerable en los ingresos del emprendimiento, lo que para efectos del proyecto planteado es un logro.

#### **El Modelo de Negocio.**

El público objetivo de *xMicasa*, son las empresas y trabajadores, aquellas personas con el sueño de tener vivienda propia, proyectos constructores interesados en darle publicidad a sus inmuebles, dueños de viviendas con interés de vender, entidades financieras, interesadas en realizar alianza estratégica interna para el desembolso de créditos hipotecarios.

#### **El público objetivo de *xMicasa*:**

Figura 14. Público Objetivo



**Fuente:** Elaboración propia (2022)

Propietario que desea vender: personas dueñas de viviendas usadas, lotes, fincas, de inmuebles con escritura que desean vender.

Propietario que desea Alquilar: personas dueñas de viviendas usadas, lotes, fincas, de inmuebles con escritura y desean alquilar de manera segura y regulada.

Personas en busca de un alquiler de calidad: una persona, familia o empresa que necesita una oficina, casa, finca, apartamento, aparta estudio, de manera legal, formal, directa, asesorándose consciente y continuamente (Si así lo desea) sobre cómo tener vivienda., de manera que la principal prioridad no será sólo recibir el % de arriendo, sino enseñarle cómo tener vivienda propia.

Personas que desean entender cómo tener vivienda, personas que están dispuestas a recibir una asesoría financiera, familias unipersonales, familias pequeñas, medianas y grandes, esas familias que hacen parte de la empresa inscrita, o la casa en renta, que comparte el sueño de tener vivienda propia, y con ellos, la necesidad de este plan de negocio, para asesorar, acompañar y gestionar el proyecto de compra de vivienda.

Empresas (PJ) - Personas Jurídicas: que desean apoyar a sus trabajadores para tener vivienda propia, Las empresas son entonces aliados estratégicos que permiten llegar al público directo (Personas mayores de 18 años con ingresos suficientes que le permitan autogestionar sus finanzas para establecer una meta de ahorro, y contar con una capacidad crediticia que le permita lograr su propósito de tener vivienda propia) ajustándose a sus necesidades y capacidad adquisitiva.

Constructoras (PJ)- Personas Jurídicas: en busca de publicidad, y comercialización de sus proyectos, Los proyectos inmobiliarios y las constructoras serán clientes propios y *xMicasa*, mostrará a través de sus plataformas un amplio portafolio de proyectos que le permita generar credibilidad y venta a través de su sistema de venta. esos proyectos inscritos permitirán que las familias definan de manera consciente la vivienda que se adapte a sus necesidades, gustos y condiciones, ya que, aunque existe un gran número de constructoras, muchas personas desconocen la variedad o condicionalidad par a el logro de dicho propósito.

Bancos y Cooperativas:(PJ)- Personas Jurídicas : Entidades financieras que desean acompañamiento de intermediarios, como bancos o cooperativas que se encuentran vigiladas por la Superintendencia financiera permitirán consolidar y cerrar la financiación total del inmueble, por lo que será fundamental entender cómo funciona dicho mercado, apoyar a las familias en la elección “más inteligente” para la adquisición de dicho crédito hipotecario teniendo en cuenta el interés, tipo de tasa y condiciones vigentes, pues se deberá de diseñar según el perfil de cada usuario en particular, el banco que mejor se adapte a su perfil, teniendo en cuenta buen hábito de pago, historial crediticio y capacidad de endeudamiento, *xMicasa* generará a través de convenios por cierre de negocio, directamente con la entidad, para comisionar por cada inmueble vendido y crédito hipotecario desembolsado. Actualmente el proyecto *xMicasa* cuenta con un mapa de empatía que consolida información pertinente frente a lo que piensa y siente el usuario de *xMicasa*, qué ve, qué escucha, qué dice y hace, además de qué le duele y lo que lo conecta con este propósito que desea, y es allí donde se podría decir que lo que piensa y siente un usuario de *xMicasa* es que tener vivienda sí es posible.

**Figura 15. Mapa de Empatía:**



**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**

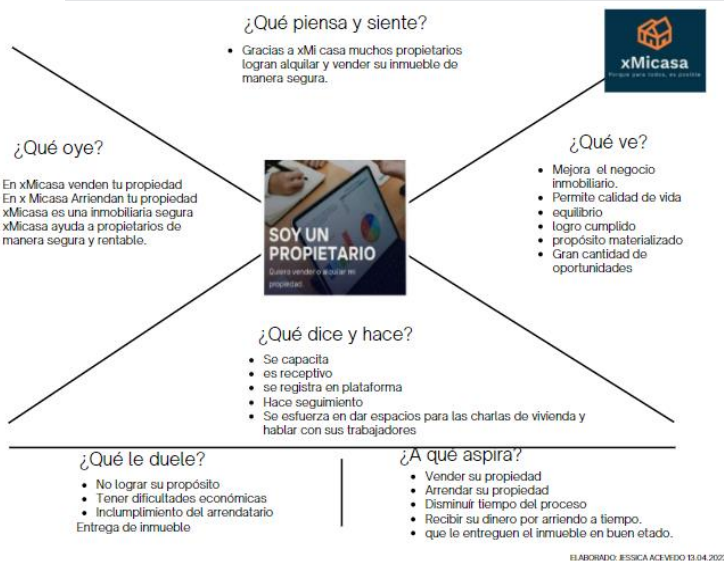
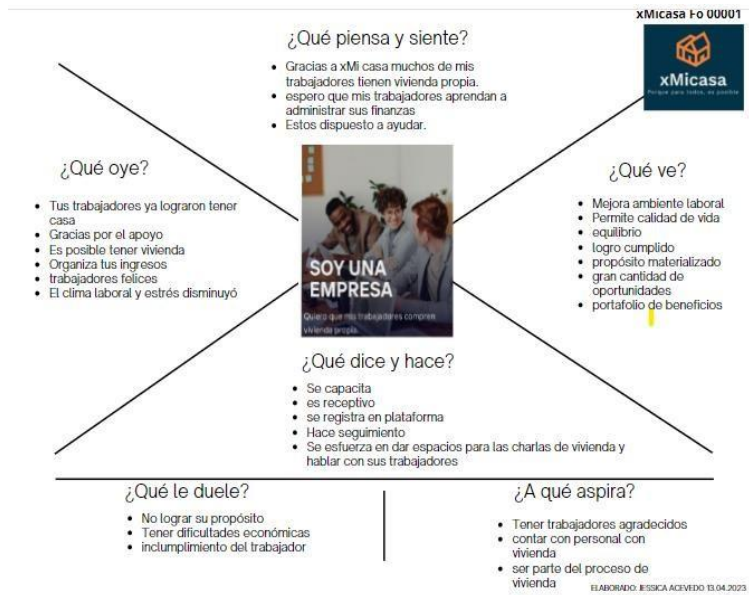


Figura 15. Buyer persona xMicasa



**Fuente:** Crea tu *buyer* persona online

<https://interactive.rockcontent.com/es/generador-personas/result-909MT-9060LY.html>

(marzo 2023)

### Definición de canales:

Los canales oficiales de distribución, comunicación y venta, para la inmobiliaria *xMicasa* serán:

**Presencial:** Visitas, encuentros, conferencias, espacios de comunicación directa con los trabajadores de las empresas, en las instalaciones de las instituciones inscritas.

**Página Web:** <https://xMicasa.my.canva.site/>

### Figura 16. Diseño web



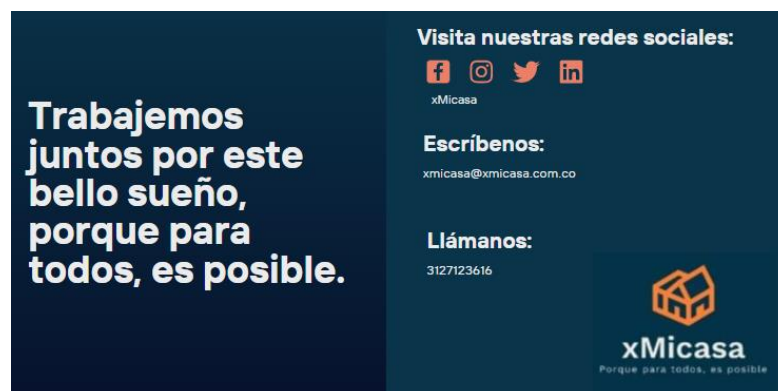
**Fuente:** Elaboración propia (2023)

La Página *web* tiene la posibilidad de acceder a información general de la empresa, tiene acceso a portafolio amplio de proyectos nuevos Vis, no Vis, viviendas nuevas y usadas, además tiene acceso a un portafolio de viviendas en arriendo.

El apartado que se relaciona con el propósito fundamental de *xMicasa* es la parte donde los trabajadores inscritos, logran hacer seguimiento a su proyecto, su ahorro, enlazando directamente con simuladores y contacto con un asesor directo para su caso específico.

**Instagram/Tiktok/Facebook/YouTube:** videos de sensibilización financiera, recomendaciones de finanzas personales, créditos hipotecarios, *tips* para comprar vivienda nueva, *tips* sobre bienes raíces, proyectos destacados, venta y promoción de terrenos, vivienda nueva, usada, Vis, no Vis.

**Figura 17. Página web**



**Fuente:** Elaboración propia (2022)

La estrategia de relacionamiento con el público se dará a través de los diferentes canales de atención, *xMicasa* debe saber a quién va dirigido, y entender temas sociodemográficos, como gustos, ingresos, edad, preferencias, cómo está conformado el núcleo familiar, información que tomará de una muestra inicial, o de las visitas a empresas y encuestas, permitiendo consolidar una base de datos, para empezar a almacenar información de clientes potenciales, o pendientes, tratando siempre que toda información sea legalmente recogida, a través del habeas data, tratamiento de datos personales, información de contacto necesaria como nombres completos,

correo, datos de contacto, lo ideal es que el relacionamiento con el público objetivo sea siempre directo, transparente y amigable, empático y complejo, compartirá información relevante no sólo para la industria inmobiliaria, sino para las familias tenidas en cuenta en esas estrategias, compartir información de valor siempre es fundamental para lograr ser asesorados de manera exitosa.

El primer contacto directo será a través de las empresas inscritas, de ahí se pasaría al registro de las personas y su proceso de transformación de hábitos financieros, noticias de interés, consejos para la compra o venta de propiedades, además de utilizar las redes sociales como una herramienta de transformación y gestión.

### **Propuesta de Imagen corporativa**

El Logo de *xMicasa* consta de una casa de color naranjado, que representa el propósito superior y es el sueño de muchas familias de tener vivienda propia, el foco, la meta, el proyecto directo. La casa está rodeada de un fondo azul de prusia, un azul oscuro que simboliza la confianza, seriedad y profesionalismo que caracteriza la marca, y la casa con un color claro y enérgico como el naranjado.

Estos colores simbolizan la felicidad, vitalidad y energía que siente una familia al cumplir su sueño de tener vivienda propia, simplificando con el lema “porque para todos, es posible” ya que es un sueño que se logra materializar independientemente de la condición sociodemográfica, además de que *xMicasa* no sólo habla de las familias con el sueño, sino también de todos los actores que hacen parte de este negocio, aquellas instituciones que complementan los demás servicios, relacionados con vivienda que hacen posible los objetivos estratégicos de la empresa en gestión.



### **Colores de la Marca:**

Los principales colores de la marca son:



#### **Azul oscuro/Azul de Prusia (#043249)**

Un color comúnmente asociado con la estabilidad, la confianza, la tranquilidad, proyectando una idea de seguridad y equilibrio.



#### **Naranjado intenso (#E2550E)**

El color naranjado será usado para detalles del logo y la marca, asociándolo a la energía, la luz, la creatividad y la emoción del propósito de *xMicasa*. Ya que ambos colores son colores complementarios, además, que juntos le dan un toque optimista y profesional.



#### **Amarillo Ocre (#FABD03)**

El Color Amarillo porque se representa el optimismo y entusiasmo, pues se espera transmitir el posibilismo y la creatividad, es un color llamativo y cálido.



**Slogan:** *xMicasa*, “porque para todos, es posible”

**Locutor:** Jessica Paola Acevedo Acevedo

<https://youtu.be/hDrzubix07E>

### **Definición de la propuesta de valor**

Para aportar valor a los clientes, se satisface la necesidad, se crea la oportunidad de ser parte de un propósito mayor que es posible a través del portafolio que ofrecerá *xMicasa*, posibilitando la autorrealización y el logro de los proyectos de las personas inscritas en el programa de bienestar laboral y las entidades aliadas. *xMicasa* ofrecerá un servicio integral, todo con el objeto de que los trabajadores puedan acceder a una vivienda de calidad, mejorar las condiciones de vida deseadas y el cierre de negocios exitosos con las instituciones que lo permiten, además espera ser una empresa con una atención empática, humana y personalizada, que ofrecerá soluciones según la necesidad del aliado/usuario/cliente. La propuesta de valor estaría basada en el equilibrio y la gestión de la información para el logro del proyecto de un techo propio.

### **Módulo III: Técnico/Operativo**

#### **Infraestructura**

**La infraestructura física:** Inicialmente, *xMicasa* no tendrá una sede física, se espera contar con visitas personalizadas a empresas, charlas masivas y citas directas con cada persona y

familia, a través de los diferentes canales de atención anteriormente mencionados, como *WhatsApp*, correo, llamadas telefónicas o estando de cara al servicio, reunidos con las personas interesadas, además del contacto a través de redes sociales, videollamadas, videoconferencias y acompañamiento presencial, esperando contar a futuro con una sede física, en la medida que *xMicasa* se vaya posicionando en el mercado y las condiciones de la demanda lo exijan, de manera que permita integrar todos los servicios que ofrecerá.

Para efectos del presente Plan de Negocios, los recursos necesarios tanto de entrada como salida para prestar el servicio a los usuarios/clientes/aliados, serán: un equipo de cómputo con acceso a internet, servicios de Google cloud y licencias de libre uso para la gestión de información en línea, esto para el desarrollo que se requiere en la plataforma digital, además de, un espacio dónde exponer la información, que inicialmente podrá ser en un coworking, internet y telefonía.

**La infraestructura tecnológica:** incluye todo el conocimiento sobre administración de propiedades, sistema de gestión de riesgos, bases de datos sobre ubicación de las propiedades, tamaño, estado actual y detalles precisos sobre los inmuebles, además de bases de datos de clientes/usuarios/aliados, entendiendo sus necesidades y gestionando las actividades necesarias para ello, en función de criterios como: necesidades de los clientes y ofrecer una asesoría integral. Además de herramientas de marketing digital y servicios de Google Cloud service, con un costo mensual por membresía que permite interactuar, aprovechar y gestionar información en la nube de manera segura, organizada y directa, en general, para realizar exitosamente el uso de los diferentes canales de atención.

Se debe, además, contar con el conocimiento necesario para gestionar el sistema *web*, que permita que la plataforma muestre información necesaria para los diferentes clientes y que sea generado de una manera segura, legal y formalizada.

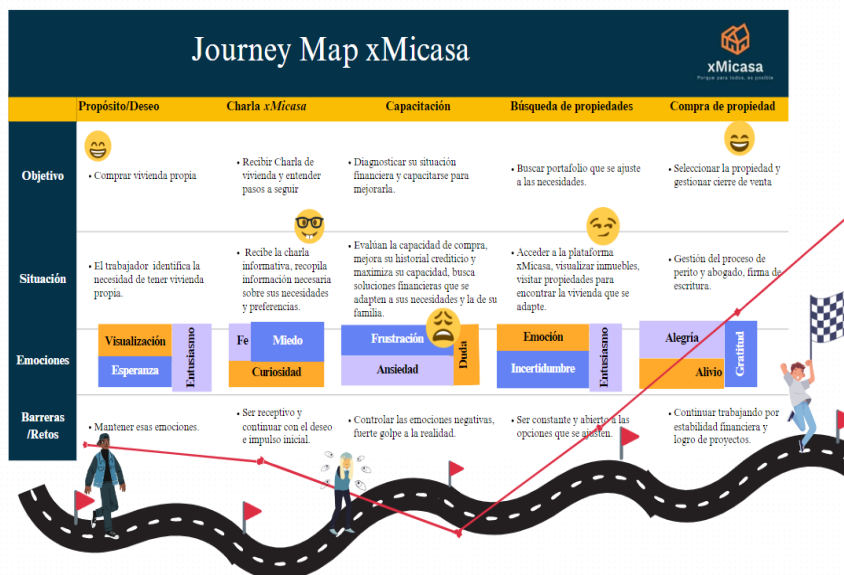
Existen diferentes opciones para capacitarse en el sector inmobiliario en Colombia. Una de ellas es a través de cursos y diplomados en instituciones de carácter formal como por ejemplo, la Universidad Externado de Colombia, que ofrece un diplomado en gestión inmobiliaria o empresas especializadas en capacitación en esta temática que ofrecen cursos cortos, o entrenamientos sobre bienes raíces, derecho inmobiliario y marketing digital, también de fotografía para publicar en inmueble de una manera diferente y de calidad, Además, existen programas de capacitación en línea, con y/o sin pago, dependiendo si se desea el certificado.

### ***Journey Map***

Este emprendimiento a través de un *Journey Map*, busca entender y visualizar el proceso y la experiencia por la que pasan los clientes/usuarios/aliados del negocio a lo largo del tiempo, permitiendo generar mejoras o comprender mucho mejor las necesidades y expectativas, identificando los puntos de contacto directo, las posibles emociones o necesidades en dichos puntos, y algunos obstáculos que se podrían generar en cada interacción, y así diseñar acciones específicas que mejoren los servicios que **xMicasa** ofrecerá.

A continuación, se ilustra el *Journey Map* de **xMicasa** y que a la vez presenta el paso a paso como se entregará valor a los clientes que desean tener vivienda propia.

Figura 18. Journey Map xMicasa



Fuente: Elaboración propia (2023)

Cada inmobiliaria tiene interacciones específicas según los servicios que ofrece, *xMicasa* será quien toma la iniciativa en esta prestación a través de las empresas, generando relaciones y publicidad; en este apartado se presenta la forma como espera operar *xMicasa* cuando se trata de una persona que trabaja en una empresa y desea tener vivienda propia.

Pasos del *Journey Map*:

1. **Propósito:** El trabajador de la empresa identifica la necesidad de tener vivienda propia, recibe información sobre *xMicasa*, como programa de bienestar laboral de la empresa, ese cliente se registra en la página y asiste a una charla informativa.

2. **Charla *xMicasa*:** *xMicasa* visita a la empresa y ofrece la charla informativa, recopila información necesaria sobre las necesidades y preferencias de los trabajadores interesados en comprar vivienda.

3. **Capacitación en finanzas personales:** *xMicasa* capacita a los trabajadores y sus familias (En caso de que así lo deseen) en finanzas personales, como herramienta para evaluar la capacidad de compra, mejorar su historial crediticio y maximizar su capacidad, busca soluciones financieras que se adapten a las necesidades del cliente.

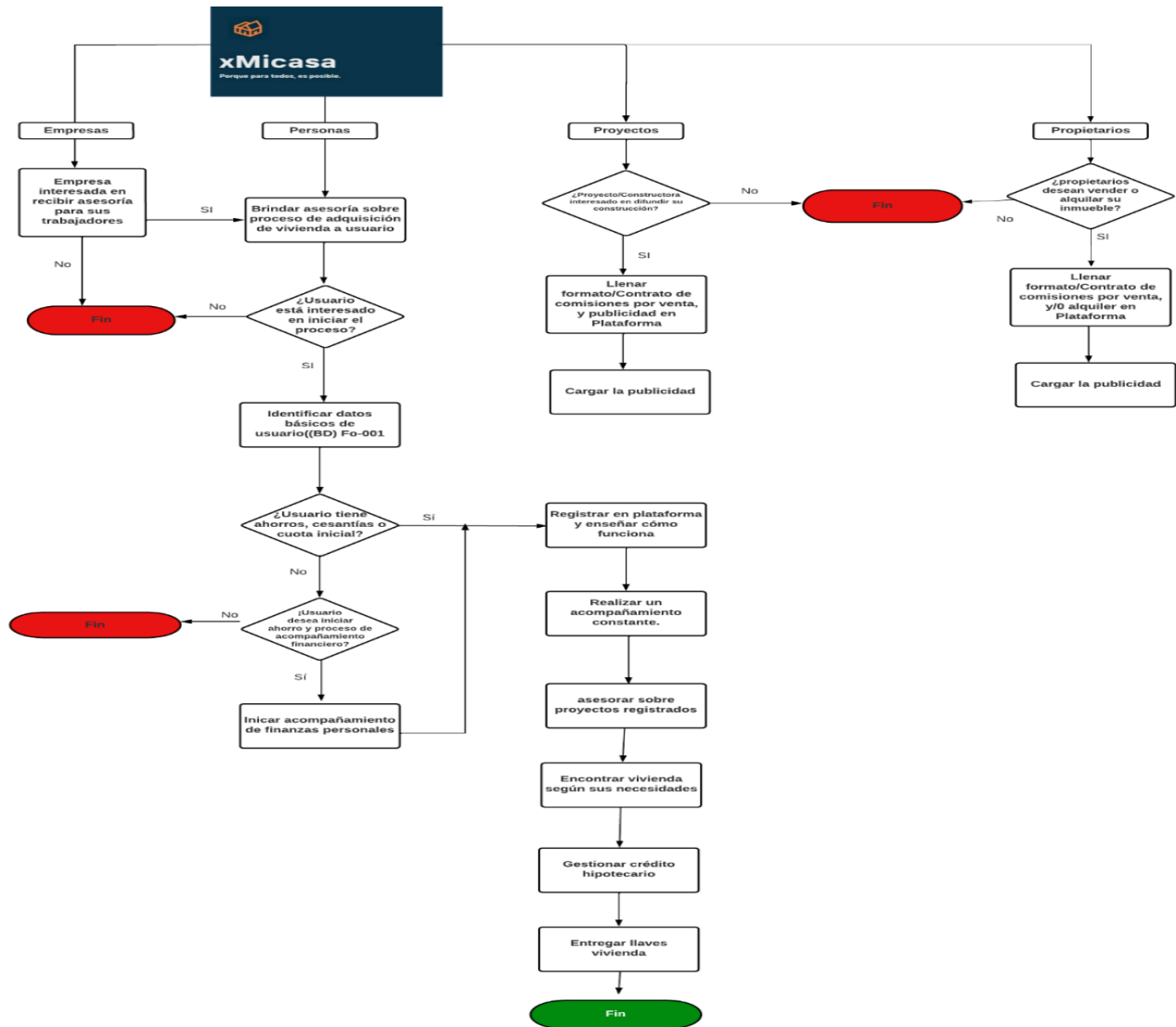
4. **Búsqueda de propiedades:** Una vez *xMicasa* comprende completamente la necesidad o deseo del cliente, buscará un portafolio de propiedades que se ajusten a las necesidades del cliente, visitarán las propiedades, y ofrecerá información detallada para la toma de decisiones, además el cliente tendrá acceso a el portafolio de *xMicasa.com.co* con videos, fotos e imágenes 360°.

5. **Proceso de compra:** El cliente selecciona una propiedad, se negocia la propiedad, se hace el peritaje, y se formaliza con la firma de escritura.

El reto en este desarrollo de plan de negocio *xMicasa*, será generar constante motivación para el logro de los proyectos, y la permanencia en el programa hasta la firma de escrituras, también se diseña el flujograma del proceso teniendo en cuenta todos los clientes/usuarios/aliados de este plan de negocio.

Figura 19. Flujograma de procesos *xMicasa*

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA  
 FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
 FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE  
 GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO

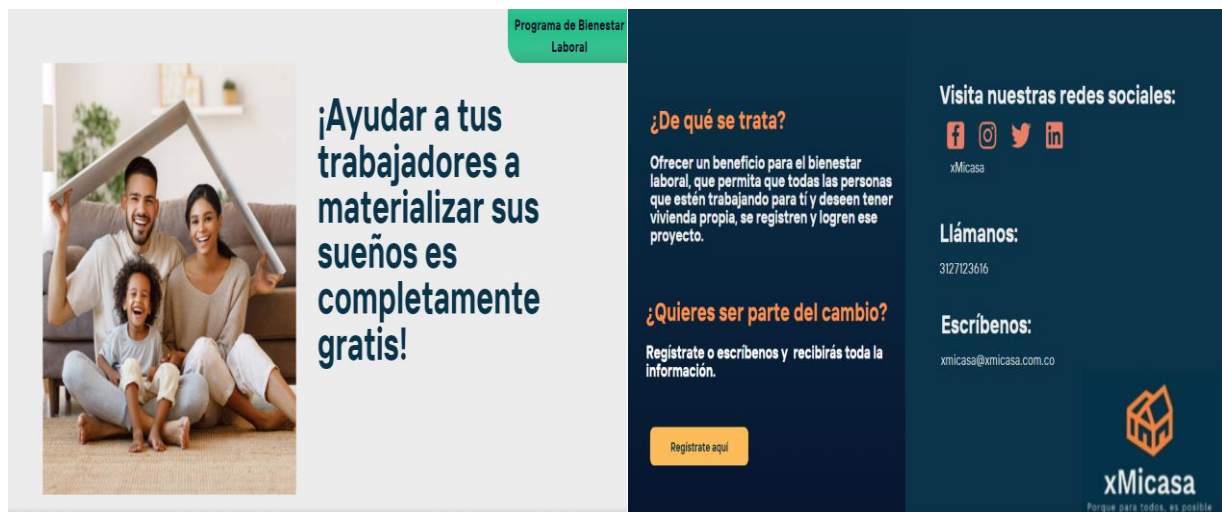


Fuente: Elaboración propia lucidchart, 2023

### Prototipo xMicasa

Como prototipo, se concibe un *brochure* que incluye los detalles de la propuesta de valor para cada segmento de clientes, con cada una de sus funcionalidades, diferencias y beneficios. La siguiente imagen muestra, por ejemplo, la portada del material que promocionará los servicios que se prestarían para cada tipo de público objetivo, en este caso el programa de bienestar laboral para empresas, tanto naturales como jurídicas.

Figura 20. Brochure Programa de bienestar laboral



Fuente: Elaboración propia (2023)

### Prototipo xMicasa, para constructoras o proyectos

Este servicio se prestará para las constructoras, dando publicidad y promoción a las ventas de viviendas construidas o en construcción, y la constructora otorgará beneficios y comisión por

dichas ventas, o referenciar nuevos compradores, esto tanto para vivienda vis como viviendas no vis.

**Figura 21. Brochure registro constructora /proyecto**



**Fuente:** Elaboración propia, (2023)

#### **Módulo IV: Módulo Organización, Gestión y Marco Normativo**

En este módulo se desarrolla la estrategia de gestión de la organización, esto implica abordar aspectos como, estrategia corporativa, estructura organizacional y gobernanza, además se presenta el marco normativo que rigen en este caso para la puesta en marcha de la iniciativa *xMicasa*.

#### **Estrategia Corporativa**

**Misión:** Acompañar el sueño de tener vivienda, a través de un amplio portafolio de servicios, con calidad y cercanía.

**Visión:** En el año 2026 seremos empresa líder en el sector inmobiliario a nivel departamental, aumentando en un 20% el número de clientes que cumplen su sueño de tener vivienda propia

**Valores de *xMicasa*:**

**Compromiso:** Compromiso con el sueño de las familias, para brindar un servicio y una solución a su deseo de tener vivienda.

**Honestidad:** Ser honestos y transparentes en todo el proceso.

**Profesionalismo;** Ofrecer un servicio de calidad, empático, ético y sobre todo capacitado y comprometido.

**Empatía:** Entender y tratar de acompañar de una manera humana las necesidades de los clientes.

**Innovación:** ofrecer siempre alternativas mejoradas y actualizadas del sector.

**Estructura Organizacional**

Como toda empresa, requiere de una dirección, *xMicasa*, busca tener una dirección de personas con aptitudes de liderazgo, compromiso y empatía, independientes, comprometidos, con vocación de servicio, encargados de supervisar, gestionar y controlar las actividades.

En ese sentido, *xMicasa* debe contar con un código de ética y buen gobierno, que resalte los valores y principios con todo el equipo que la conforma, además con una gestión de riesgos que permita evaluar e identificar las medidas necesarias frente a las decisiones que se deben tomar y las acciones que se requieren emprender en la operación.

**Figura 22. Organigrama xMicasa**



**Fuente:** Elaboración propia (2023)

*xMicasa* inicialmente debe contar con un administrador que se encargará de dirigir la empresa en función de alcanzar los objetivos organizacionales trazados, en este sentido, será el responsable de orientar a las áreas comercial, legal, financiero, de talento humano y T.I.

|  |  |            |       |            |      |
|--|--|------------|-------|------------|------|
| <b>Elaboró</b>   | Equipo departamento de talento humano      |            |       |            |      |
| <b>Validó</b>  | Departamento de Talento Humano             |            |       |            |      |
| <b>Día</b>   | 14   | <b>Mes</b> | Marzo | <b>Año</b> | 2023 |
| <b>IDENTIFICACIÓN CARGO</b>  |  |            |       |            |      |
| <b>Nombre del cargo</b>  | Asesor comercial - Agente de Bienes Raíces |            |       |            |      |
| <b>Departamento</b>  | Comercial                                  |            |       |            |      |
| <b>Jefe inmediato</b>  | Líder departamento                         |            |       |            |      |
| <b>Responsabilidad principal del Cargo:</b>  |  |            |       |            |      |
| Elaborar y crear una cartera de clientes y una cartera de propiedades que le permita satisfacer la demanda de sus clientes teniendo en cuenta la información otorgada por los clientes |  |            |       |            |      |
| <b>Responsabilidades específicas</b>   |  |            |       |            |      |

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



- Elaborar una base de datos de propiedades disponibles y sus características.
- Realizar un reporte de nuevas propiedades y proyectos y actualizar la base de datos de las propiedades disponibles.
- Realizar búsqueda de nuevos clientes y actualizar la información de la base de datos de clientes.
- Coordinar citas para aconsejar a los clientes sobre las propiedades disponibles de acuerdo con sus necesidades y situación financiera.
- Elaborar el reporte de seguimiento del cliente con las propiedades mostradas y su opinión al respecto, a fin de brindar un acompañamiento apropiado.
- Llenar el reporte de gastos por cada cliente, en consumo de combustible y tiempo invertido.
- Documentar los cierres de las ventas de forma semanal, añadiéndole los reportes de gastos semanales.
- Realizar investigaciones semanales sobre cambios en las políticas de venta y financiación en Antioquia.

**Resultados esperados en el desempeño del cargo:**

Acompañamiento eficiente a los aliados estratégicos de *xMicasa*

Información actual presentada de forma ordenada e integral a los afiliados

Recopilación de la información previamente descrita en las funciones, de forma ordenada de acuerdo con la organización indicada por el gerente

**Competencias Técnicas/Comportamentales**

| <b>Educación</b> | <b>Especificaciones</b>                     |
|------------------|---|
| Profesional      | Administración de empresa o carreras afines |

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



|   |              |
|---|--------------|
| <b>Experiencia</b>  |              |
| 1-2 años en puestos similares   |              |
| <b>Conocimientos específicos del cargo:</b>   |              |
| Conocimiento indispensable en el área de manejo de relaciones interpersonales, empatía, cierre de negocio, empático, carismático.                         |              |
| Debe manejar al 100% herramientas ofimáticas, <i>PowerBi</i> e internet.  |              |
| Debe ser orientado a resultados, ser analítico para mediar la venta   |              |
| Debe de conocer la ley del país en temas relacionados al sector inmobiliario y de financiación, para asistir las solicitudes presentadas por los usuarios |              |
| <b>Competencias corporativas</b>  | <b>Nivel</b> |
| Resolución de problemas   | Alto         |
| Comunicación asertiva   | Alto         |
| Trabajo en equipo   | Alto         |
| Orientación al detalle  | Alto         |
| <b>Competencias del cargo</b>   |              |
| Manejo de herramientas ofimáticas   | Alto         |
| Relacionamiento   | Alto         |
| <b>Responde por:</b>  |              |
| <b>Materiales:</b> No Aplica  |              |
| <b>Dinero:</b> No Aplica  |              |
| <b>Información Confidencial:</b> Información corporativa, información personal de las personas, familias, constructoras y bancos.                         |              |
| <b>Personal a cargo:</b> No aplica  |              |

**Fuente:** Elaboración propia (2023)

### **Obligaciones tributarias y fiscales**

Deberán pagar impuesto sobre la renta, pues se deben pagar los impuestos por los ingresos obtenidos, si adquieren propiedades deberá pagar el impuesto sobre la propiedad.

Además del IVA, pues se debe cobrar y pagar IVA correspondiente a la venta del inmueble, el registro de operaciones de las transacciones.

### **Análisis conformación societaria.**

Una S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) es una forma jurídica que trae ventajas especialmente para el modelo de negocio que tendrá *xMicasa*

Según el Código de Comercio colombiano, existen varias razones por las que una SAS puede ser una opción más favorable para un emprendimiento en comparación con otras formas jurídicas de empresa, como una sociedad anónima o una sociedad limitada.

En primer lugar, la S.A.S tiene un proceso de constitución más simple y rápido en comparación con otras formas de empresa. Esto se debe a que no requiere la elaboración de estatutos, lo que reduce los costos y el tiempo necesario para su creación. Además, la SAS permite a los emprendedores una mayor flexibilidad en la estructura de la empresa que no tiene un número mínimo de accionistas ni un capital mínimo requerido. Esto facilita la creación de empresas con pocos socios o capital semilla limitado.

Otro beneficio importante de S.A.S es que ofrece una mayor autonomía en la gestión de la empresa ya que los accionistas son libres de establecer las reglas de la empresa. Además, S.A.S permite el nombramiento de administradores independientes, lo que puede ayudar a evitar

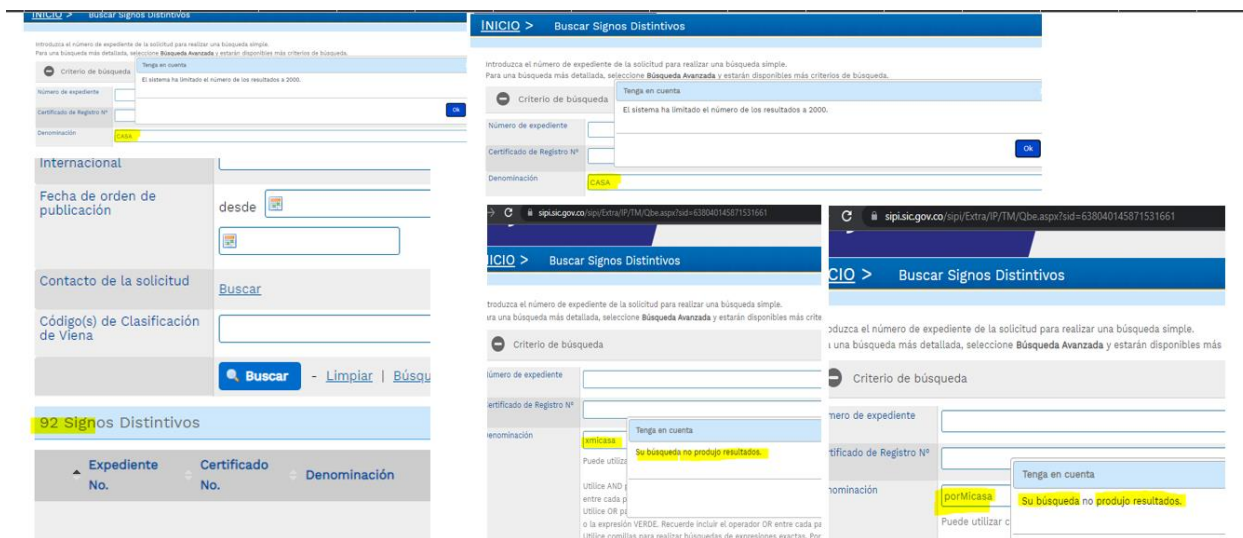
conflictos entre accionistas y garantizar una administración más eficaz y finalmente, S.A.S ofrece a los accionistas una mayor protección patrimonial ya que su responsabilidad se limita al capital que han invertido en la empresa. Esto significa que, en caso de problemas financieros, los accionistas no pueden utilizar sus bienes personales para pagar las deudas de la empresa.

### **Componente de propiedad intelectual**

En las empresas inmobiliarias, el registro de los derechos de propiedad intelectual puede ser importante en determinadas situaciones, en el caso de *xMicasa* será para el logo, se deberá registrar el logo, la marca, el nombre y el slogan, evitando que utilicen el mismo nombre para otro proyecto, también para el uso de algún software que se desarrolle o alguna aplicación de uso interno, actualmente, el desarrollo de este plan de negocio no asegura la ejecución de estos planes de trabajo, es sólo una ideación cuando se realiza la búsqueda en la Página de la SIC, se evidencia que con la palabra clave “Casa” aparecen más de dos mil resultados, y el sistema muestra un límite de dos mil resultados.

### **Figura 28. Consulta Superintendencia de industria y comercio**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



**Fuente:** Elaboración propia (2022).

Teniendo en cuenta las consultas en Superintendencia de industria y comercio se logra identificar la palabra “casa” en 92 resultados de signos distintivos, la frase “por mi casa”, “xMicasa”, no registra, es un nombre simple y conciso, un nombre de fácil recordación, realmente se define porque las personas estarán para comprar su casa, arrendar su casa, vender su casa, entonces si se refieren a ellos mismos dirían “Estoy trabajando por mi casa”.

Registrar la marca, es importante para evitar problemas o conflictos legales, aumentar el valor económico, además que le da identidad a la empresa, genera recordación y confianza.

### Módulo V: Financiero

Todo negocio siempre buscará maximizar su rentabilidad, producir beneficios, aportar al sistema, aportar a un propósito. lo menciona el autor Carlos Cornejo en su libro (2018) “Negocio inmobiliario: planeamiento y gestión de proyectos”, el negocio inmobiliario es una inversión fiel

y noble, en este ámbito, se menciona que Colombia es, nivel mundial, el tercer mejor destino para invertir en el sector inmobiliario, pues entre 2010 y 2019, reportó recibir el 21% de las inversiones internacionales de este sector para Latino América y el Caribe.

Para la realización del análisis financiero se tienen en cuenta unos parámetros básicos con los nombres de los productos que inicialmente ofrecerá *xMicasa*, y serán: PN (Personas Naturales) y PJ (Personas Jurídicas), para vivienda nueva como para vivienda usada. Las personas naturales en el ejercicio serán las personas interesadas en acceder a una vivienda comprada, alquilada, o en construcción y para personas jurídicas, como constructoras y proyectos que ofrecen bonos por referidos, y se entraría en una negociación sobre el porcentaje que ofrecen por publicidad, promoción y gestión intermediaria.

Además con las entidades financieras para generar mayor cantidad de desembolsos, y recibir una comisión entre el 1% y 3% por desembolso realizado, en el ejercicio, se plantea el escenario o hipótesis más pesimista, que consiste en que para el primer año de operación tendríamos un 1% como porcentaje mínimo de utilidad, además se pone como mínimo una etapa de 6 meses para dar inicio a la fase de producción del proyecto, 15 meses para generar la primera expansión del negocio y máximo 30 meses para tener una segunda expansión del negocio, ya que teniendo en cuenta el estudio de mercado se evidencia que más del 97% desea comprar una vivienda propia y más de 50% paga arriendo.

**Tabla 5. Variables productos e insumos xMicasa**

| Ingresos del plan de negocio xMicasa |                   |            |                 |
|--------------------------------------|-------------------|------------|-----------------|
| variables de medios de ingreso       |                   | % Comisión | Beneficio       |
| Vivineda Vis Nueva                   | \$ 174.000.000,00 | 3          | \$ 5.220.000,00 |
| Vivienda Vis Usada                   | \$ 174.000.000,00 | 3          | \$ 5.220.000,00 |
| Vivienda No Vis Nueva                | \$ 300.000.000,00 | 3          | \$ 9.000.000,00 |
| Vivienda No Vis Usada                | \$ 300.000.000,00 | 3          | \$ 9.000.000,00 |
| Arriendo promedio                    | \$ 1.200.000,00   | 8          | \$ 96.000,00    |
| Membresía por publicidad proyecto    | \$ 100.000,00     | 100        | \$ 150.000,00   |

**Materias Primas e Insumos**

| # | Descripción             | Unidad Medida | Costo Unitario | Descrip. Corta                                    |
|---|-------------------------|---------------|----------------|---|
| 1 | Google cloud services   | 1             | \$10.000,00    | proveedor en la nube                              |
| 2 | programas informáticos  | 1             | \$0,00         | software libre y con derechos de comercialización |
| 3 | Cursos y capacitaciones | 1             | \$200.000,00   | Probables cursos en el Añ de bienes raíces.       |

**Fuente:** Elaboración propia (2023). [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Para analizar la viabilidad financiera de este proyecto se tuvieron en cuenta algunos de los diferentes productos que se podrían generar en la operación de este emprendimiento, tales como viviendas nuevas y usadas, vis y no vis, arriendo y membresía por publicidad en la página *web*, con una comisión del 3% para las ventas, del 8% para los arriendos y del 100% para las membresías, además los costos de los insumos técnicos requeridos, como lo serán los servicios de Google service, programas informáticos de libre comercialización y cursos encontrados como se mencionaba anteriormente.

**Tabla 6. Balance general xMicasa**

| BALANCE GENERAL            |                      | Esto son supuestos para mi trabajo de grado |                      |
|----------------------------|----------------------|---|----------------------|
| Activo                     |                      | Pasivo                                      |                      |
| Caja                       | 2.012.450.000        | Proveedores                                 | 0                    |
| Bancos y Créditos          | 0                    | Sueldos y Cargas Prestac.                   | 56.400.000           |
| Productos Terminados       | 60.000               | Impuestos por Pagar                         | 635.335.467          |
| Materias Primas            | 370.000              | <b>Pasivo Corriente</b>                     | <b>691.735.467</b>   |
| <b>Activo Corriente</b>    | <b>2.012.880.000</b> |   |                      |
|                            |                      | Prestamos                                   | 0                    |
|                            |                      | <b>Pasivo No Corriente</b>                  | <b>0</b>             |
|                            |                      |   |                      |
|                            |                      | <b>TOTAL PASIVO</b>                         | <b>691.735.467</b>   |
|                            |                      |   |                      |
|                            |                      | <b>Patrimonio</b>                           |                      |
| Bienes de Uso              | 4.200.000            | Capital                                     | 6.950.000            |
| Amortización Bienes de Uso | 227.956.667          | Resultado o Utilidad                        | 1.350.087.867        |
| <b>Activo No Corriente</b> | <b>232.156.667</b>   |   | 1.357.037.867        |
|                            |                      |   |                      |
| <b>Total Activo</b>        | <b>2.245.036.667</b> | <b>Total Pasivo + Patrimonio</b>            | <b>2.048.773.333</b> |

**Fuente:** Elaboración propia (2023) [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Este análisis permite identificar la situación financiera prevista, validando con los costos de los productos y el porcentaje que se aprovecha por negocio generado, entender el valor total de los activos, que en este caso serían todo el efectivo que ingresa por la operación, no se tienen en cuenta algunos datos ya que la operación no lo requiere, en el total pasivo se toman en cuenta 32% de impuestos, sueldos y cargas prestacionales, y por ahora no se tienen en cuenta proveedores. Las materias primas y productos terminados refieren a sistemas de desarrollo para la plataforma, podría decirse que el prospecto de Balance general permite tener una perspectiva posibilista frente a este emprendimiento.

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



**Tabla 7. Estructura de gastos**

| Gastos de Producción              | Mes 1              | Mes 2              | Mes 3               | Mes 4               | Mes 5               | Mes 6               | Mes 7               | Mes 8               | Mes 9               | Mes 10              | Mes 11              | Mes 12              | Total                |
|-----------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Materias Primas e Insumos         | \$4,240.000        | \$6,910.000        | \$8,770.000         | \$8,590.000         | \$11,690.000        | \$13,520.000        | \$16,370.000        | \$16,340.000        | \$18,140.000        | \$19,360.000        | \$20,980.000        | \$57,940.000        | \$202,850.000        |
| Mano de Obra                      | \$1,500.000        | \$1,500.000        | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$1,500.000         | \$18,000.000         |
| Transporte                        | \$200.000          | \$200.000          | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$200.000           | \$2,400.000          |
| Servicios públicos                | \$180.000          | \$180.000          | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$180.000           | \$2,160.000          |
| Internet                          | \$50.000           | \$50.000           | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$600.000            |
| Gastos varios por trámites        | \$50.000           | \$50.000           | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$50.000            | \$600.000            |
|                                   |                    |                    |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | \$0                  |
|                                   |                    |                    |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     |                     | \$0                  |
| Amortización Bienes de Uso        | \$112.222          | \$112.222          | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$112.222           | \$1,346.667          |
| <b>Total Gastos de Producción</b> | <b>\$6,332.222</b> | <b>\$9,002.222</b> | <b>\$10,862.222</b> | <b>\$10,682.222</b> | <b>\$13,782.222</b> | <b>\$15,612.222</b> | <b>\$18,462.222</b> | <b>\$18,432.222</b> | <b>\$20,232.222</b> | <b>\$21,452.222</b> | <b>\$23,072.222</b> | <b>\$60,032.222</b> | <b>\$227,956.667</b> |

| Gastos de Producción              | Año 1                | Año 2               | Año 3               | Año 4               | Año 5                |
|-----------------------------------|----------------------|---------------------|---------------------|---------------------|----------------------|
| Materias Primas e Insumos         | \$202,850.000        | \$7,860.000         | \$15,720.000        | \$31,440.000        | \$62,880.000         |
| Mano de Obra                      | \$18,000.000         | \$18,000.000        | \$38,000.000        | \$47,000.000        | \$47,000.000         |
| Transporte                        | \$2,400.000          | \$2,400.000         | \$2,400.001         | \$2,400.001         | \$2,400.001          |
| Servicios públicos                | \$2,160.000          | \$2,160.000         | \$2,160.000         | \$2,160.000         | \$2,160.000          |
| Internet                          | \$600.000            | \$600.000           | \$600.000           | \$600.000           | \$600.000            |
| Gastos varios por trámites        | \$600.000            | \$600.000           | \$600.000           | \$600.000           | \$600.000            |
|                                   |                      |                     |                     |                     |                      |
|                                   |                      |                     |                     |                     |                      |
| Amortización Bienes de Uso        | \$1,346.667          | \$1,346.667         | \$1,346.667         | \$80.000            | \$80.000             |
| <b>Total Gastos de Producción</b> | <b>\$227,956.667</b> | <b>\$32,966.667</b> | <b>\$60,826.668</b> | <b>\$84,280.001</b> | <b>\$115,720.001</b> |

| Otros Gastos de Producción | Mes 1              | Mes 2              | Mes 3              | Mes 4              | Mes 5              | Mes 6              | Mes 7              | Mes 8              | Mes 9              | Mes 10             | Mes 11             | Mes 12             | Total               |
|----------------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
| Sueldos de Administración  | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$3,000.000        | \$36,000.000        |
| Sueldos Comerciales        |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| Transporte                 |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| Publicidad                 |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| Fletes                     |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| Impuestos y tasas          |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| Varios                     |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
|                            |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    |                    | \$0                 |
| <b>Total Otros Gastos</b>  | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$3,000.000</b> | <b>\$36,000.000</b> |

| Otros Gastos                      | Año 1               | Año 2               | Año 3               | Año 4               | Año 5               |
|-----------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Sueldos de Administración         | \$36,000.000        | \$36,000.000        | \$36,000.000        | \$36,000.000        | \$36,000.000        |
| Sueldos Comerciales               |                     |                     |                     |                     |                     |
| Cargas Prest. Sociales            |                     |                     |                     |                     |                     |
| Publicidad                        | \$1,000.000         | \$1,000.000         | \$1,000.000         | \$1,000.000         | \$1,000.000         |
| Fletes                            |                     |                     |                     |                     |                     |
| Impuestos y tasas                 |                     |                     |                     |                     |                     |
| Varios                            |                     |                     |                     |                     |                     |
|                                   |                     |                     |                     |                     |                     |
| <b>Total Gastos de Producción</b> | <b>\$37,000.000</b> | <b>\$37,000.000</b> | <b>\$37,000.000</b> | <b>\$37,000.000</b> | <b>\$37,000.000</b> |



**Fuente:** Elaboración propia (2023) [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Inicialmente la estructura de gastos de *xMicasa* tendrá en cuenta los gastos de personal, que en este caso serán el salario de los trabajadores, la mano de obra (M.O), será una persona encargada de ser el intermediario entre la persona natural o la persona jurídica con intención de

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



compra, venta o proceso, no contará con un espacio físico para la operación, pues será en espacios de coworking y en las instalaciones de las empresas aliadas, además de transporte, servicios e internet.

**Tabla 8. Flujo de Caja**

| Esto son supuestos para mi trabajo de grado |            |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               |               |
|---|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| <b>CASH - FLOW</b>                          |            |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               |               |
| Flujo de Fondos                             | Mes 1      | Mes 2       | Mes 3       | Mes 4       | Mes 5       | Mes 6       | Mes 7       | Mes 8         | Mes 9         | Mes 10        | Mes 11        | Mes 12        | Total         |
| Ingresos por Ventas                         | 31.320.000 | 78.300.000  | 99.180.000  | 120.060.000 | 193.140.000 | 219.240.000 | 255.780.000 | 198.360.000   | 198.360.000   | 219.240.000   | 240.120.000   | 198.360.000   | 2.051.460.000 |
| Egresos por Compras MP.                     | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>Sueldos y Cargas Prestacionales</b>      |            |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               |               |
| Sueldos Producción                          |            |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               | 0             |
| Sueldos Administración                      | 3.000.000  | 3.000.000   | 3.000.000   | 3.000.000   | 3.000.000   | 3.000.000   | 3.000.000   | 3.000.000     | 3.000.000     | 3.000.000     | 3.000.000     | 3.000.000     | 36.000.000    |
| Sueldos Comerciales                         | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| Carga Prestacional Producción               | 200.000    | 200.000     | 200.000     | 200.000     | 200.000     | 200.000     | 200.000     | 200.000       | 200.000       | 200.000       | 200.000       | 200.000       | 2.400.000     |
| Carga Prestacional Adm. Y Ventas            | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>Subtotal Sueldos y Cargas</b>            | 3.200.000  | 3.200.000   | 3.200.000   | 3.200.000   | 3.200.000   | 3.200.000   | 3.200.000   | 3.200.000     | 3.200.000     | 3.200.000     | 3.200.000     | 3.200.000     | 38.400.000    |
| Otros Gastos de Producción                  | 280.000    | 280.000     | 280.000     | 280.000     | 280.000     | 280.000     | 280.000     | 280.000       | 280.000       | 280.000       | 280.000       | 280.000       | 3.360.000     |
| Otros Gastos de Adm. Y Ventas               | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>Total Egresos Operativos</b>             | 3.480.000  | 3.480.000   | 3.480.000   | 3.480.000   | 3.480.000   | 3.480.000   | 3.480.000   | 3.480.000     | 3.480.000     | 3.480.000     | 3.480.000     | 3.480.000     | 41.760.000    |
| <b>Diferencia Operativa</b>                 | 27.840.000 | 74.820.000  | 95.700.000  | 116.580.000 | 189.660.000 | 215.760.000 | 252.300.000 | 194.880.000   | 194.880.000   | 215.760.000   | 236.640.000   | 194.880.000   | 2.009.700.000 |
| <b>Inversiones</b>                          | 4.200.000  |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               | 4.200.000     |
| <b>FLUJO FINANCIERO</b>                     |            |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               |               |
| Prestamo                                    | 0          |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               | 0             |
| Devolución del Prestamo                     | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>Total Flujo Financiero</b>               | 0          | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             | 0             |
| <b>Diferencia Ingresos - Egresos</b>        | 23.640.000 | 74.820.000  | 95.700.000  | 116.580.000 | 189.660.000 | 215.760.000 | 252.300.000 | 194.880.000   | 194.880.000   | 215.760.000   | 236.640.000   | 194.880.000   | 2.005.500.000 |
| Aporte del Emprendedor                      | 6.950.000  |             |             |             |             |             |             |               |               |               |               |               |               |
| <b>Flujo de Fondos</b>                      | 30.590.000 | 105.410.000 | 201.110.000 | 317.690.000 | 507.350.000 | 723.110.000 | 975.410.000 | 1.170.290.000 | 1.365.170.000 | 1.580.930.000 | 1.817.570.000 | 2.012.450.000 |               |

**Fuente:** Elaboración Propia (2023) [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Este flujo obedece a las ventas realizadas por comisión (3% sobre el valor de inmueble vendido, 8% por arriendos generados y \$150.000 por membresías de la plataforma para los proyectos), presentados al inicio del módulo, categorizado por valor según el tipo de inmueble, se tienen en cuenta el sueldo administrativo, la carga prestacional y otros gastos de producción

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



enunciados al inicio del ejercicio. con un resultado por encima del invertido inicialmente, con dicho resultado se pretende demostrar que el prospecto de negocio consigue garantizar utilidad y liquidez y que es viable la actividad económica a desarrollar.

**Tabla 9. Estados de resultados proyectado a cinco años**

| ESTADO DE RESULTADOS                           | Esto son supuestos para mi trabajo de grado |                      |                      |                       |                       |
|--|---|----------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
|  | Año 1                                       | Año 2                | Año 3                | Año 4                 | Año 5                 |
| Ventas   | 2.051.460.000                               | 4.102.920.000        | 8.205.840.000        | 16.411.680.000        | 32.823.360.000        |
| Costo de Ventas                                | 3.930.000                                   | 7.860.000            | 15.720.000           | 31.440.000            | 62.880.000            |
| <b>Utilidad Bruta</b>                          | <b>2.047.530.000</b>                        | <b>4.095.060.000</b> | <b>8.190.120.000</b> | <b>16.380.240.000</b> | <b>32.760.480.000</b> |
| Gastos de producción Fijos                     | 25.106.667                                  | 25.106.667           | 45.106.668           | 52.840.001            | 52.840.001            |
| Sueldos de Administración                      | 36.000.000                                  | 36.000.000           | 36.000.000           | 36.000.000            | 36.000.000            |
| Sueldos Comerciales                            |   |                      |                      |                       |                       |
| Cargas Sociales                                | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
| Publicidad                                     | 1.000.000                                   | 1.000.000            | 1.000.000            | 1.000.000             | 1.000.000             |
| Fletes   | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
| Impuestos y tasas                              | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
| Varios   | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
|  | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
|  | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
| <b>Total Otros Gastos</b>                      | <b>62.106.667</b>                           | <b>62.106.667</b>    | <b>82.106.668</b>    | <b>89.840.001</b>     | <b>89.840.001</b>     |
| <b>Utilidad Antes de Intereses e impuestos</b> | <b>1.985.423.333</b>                        | <b>4.032.953.333</b> | <b>8.108.013.332</b> | <b>16.290.399.999</b> | <b>32.670.639.999</b> |
| Intereses                                      | 0   | 0                    | 0                    | 0                     | 0                     |
| <b>Utilidad Antes de Impuestos</b>             | <b>1.985.423.333</b>                        | <b>4.032.953.333</b> | <b>8.108.013.332</b> | <b>16.290.399.999</b> | <b>32.670.639.999</b> |
| Impuesto a las Ganancias                       | 635.335.467                                 | 1.290.545.067        | 2.594.564.266        | 5.212.928.000         | 10.454.604.800        |
| <b>Utilidad Después de Impuestos</b>           | <b>1.350.087.867</b>                        | <b>2.742.408.267</b> | <b>5.513.449.066</b> | <b>11.077.471.999</b> | <b>22.216.035.199</b> |

Tasa de Impuesto a las ganancias

**32,00%**

**Fuente:** Elaboración propia (2023) [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

Este estado de resultado proyectados a 5 años permiten identificar lo que se tendría estimado, teniendo en cuenta para este ejercicio, solo el 3% por beneficio en operación, y los

únicos costos serán los costos de mano de obra e impuestos (inicialmente), los ingresos serán la cantidad total de ventas de la inmobiliaria representada en el porcentaje recibido, incluso se toman unos promedios de gastos de ventas y administración, por trámites adicionales que se deban realizar directamente con la gestión de la información y de la venta, suponiendo temas de publicidad y mercadeo, evidenciando una utilidad neta después de impuestos por encima de lo invertido, permiten identificar las fuentes de ingresos y costos, evaluando el desempeño financiero del proyecto.

**Tabla 10. VPN**

| PROYECTO EVALUADO                 |  |                            |                            |                            |                             |                             | Esto son supuestos para mi trabajo de grado |                       |
|-----------------------------------|--|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---|-----------------------|
| Tasa de Ganancia Requerida        | 30%  |                            |                            |                            |                             |                             |   |                       |
| Flujo del Proyecto                | Año 0  | Año 1                      | Año 2                      | Año 3                      | Año 4                       | Año 5                       |   |                       |
| Ingresos por Ventas               |  | 2.051.460.000              | 4.102.920.000              | 8.205.840.000              | 16.411.680.000              | 32.823.360.000              |   |                       |
| Egresos Operativos                |  | 41.760.000                 | 703.955.467                | 1.387.025.068              | 2.715.764.267               | 5.365.568.001               |   |                       |
| <b>Total: &gt;&gt;&gt;&gt;</b>    |  | <b>2.009.700.000</b>       | <b>3.398.964.533</b>       | <b>6.818.814.932</b>       | <b>13.695.915.733</b>       | <b>27.457.791.999</b>       |   |                       |
| Inversión                         | -4.200.000   |                            |                            |                            |                             |                             |   |                       |
| <b>Flujo del Proyecto</b>         | <b>-\$ 4.200.000,00</b>  | <b>\$ 2.009.700.000,00</b> | <b>\$ 3.398.964.533,33</b> | <b>\$ 6.818.814.932,33</b> | <b>\$ 13.695.915.732,65</b> | <b>\$ 27.457.791.999,32</b> | <b>\$ 91.525.973.331,07</b>                 | <b>Valor Residual</b> |
| <b>TIR (Tasa Interna Retorno)</b> | <b>47919,2% EL RETORNO ES EL VALOR DE LA TIR</b>   |                            |                            |                            |                             |                             |   |                       |
| <b>VPN (Valor Presente Neto)</b>  | <b>\$ 18.847.140.837,87 \$ 18.847.140.837,87 LA INVERSIÓN SUPERA LA TASA DE GANANCIA</b> |                            |                            |                            |                             |                             |   |                       |

**Fuente:** Elaboración propia (2023) [Modelo financiero xMicasa TG 2.0.xlsx](#)

El ejercicio permitió concluir que el plan de negocio tiene viabilidad financiera, debido a que el resultado del valor presente neto (VPN) es mayor a cero confirmando su rentabilidad, pues como lo menciona la nacional financiera (2016) es muy útil conocer el costo o beneficio de una decisión, en este caso la decisión de considerar un negocio de bienes raíces, una herramienta clave para evaluar la rentabilidad, si el rendimiento es o no positivo, generando una visión más clara de la rentabilidad y el éxito potencial de *xMicasa*.

## Conclusiones

Para llevar a cabo el plan de negocio, no es necesario inicialmente, pero sería ideal contar con recursos físicos y tecnológicos como un equipo de cómputo, la página *web* con funcionalidades que permitan conectar oferta y demanda, los recursos humanos y técnicos que refieren al personal idóneo para llevar a cabo la operación y que la organización se pueda referenciar de otras del medio, y los servicios de desarrollo *web* que permitirán inicialmente con Google cloud services, incrementar estrategias que impacten desde la virtualidad.

Se plantea una propuesta de valor que permitirá contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida de sus usuarios, a través de los servicios, caracterizados por la calidad humana, cercanía e integralidad, ofreciendo un portafolio diferencial con impacto social, que se materializa en oportunidades de crecimiento y progreso para los diferentes sectores, contribuyendo a la economía y especialmente en el bienestar de las personas interesadas.

En cuanto al componente financiero, se destaca que el sector inmobiliario, genera oportunidades para el desarrollo de negocios, siempre y cuando las condiciones sociales, económicas y políticas, lo permitan; para este caso, se encuentra que hay favorabilidad financiera de acuerdo con los indicadores analizados, especialmente porque la inversión inicial no es robusta.

## Referencias

- Colombia, A. C. (2022). Constitución política de Colombia. leyfacil. com. ar. Art.51
- DANE (2022). Boletín Técnico: Producto Interno Bruto (PIB) IV trimestre 2022.
- Fedfelonjas (2023) Más del 30% de los colombianos viven en arriendo, recuperado en mayo 2023, página <https://www.metrocuadrado.com/noticias/content/mas-del-30-de-colombianos-viven-en-arriendo-2657/>
- Camacol (2022) Mercado de vivienda Nueva, recuperado en 2023, <https://camacol.co/actualidad/noticias/indicadores-ventas-de-vivienda-primer-semester-2022>
- Baltar, F., & Gentile, N. (2012). Métodos mixtos para el estudio de las decisiones estratégicas en las pymes. In Global Conference on Business and Finance (pp. 1060-1071).
- Boletín técnico DANE (2021) información encuesta calidad de vida, <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/salud/calidad-de-vida-ecv/encuesta-nacional-de-calidad-de-vida-ecv-2021>
- Ministerio de Vivienda con base en información del DANE (2020) variación anual de las actividades inmobiliarias.
- DANE (2022)Cuentas nacionales, aporte PIB y crecimiento anual, página 6

- <https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/cuentas-nal-anuales/bol-cuentas-nal-anuales-2021provisional.pdf>
- Demanda y oferta de viviendas, El colombiano (2022)  
<https://www.elcolombiano.com/negocios/economia/hasta-65-se-treparon-los-arriendos-en-el-valle-de-aburra-OG21057988>
- ABC Economía,(2022) Sector inmobiliario <https://abceconomia.co/2022/08/18/el-sector-inmobiliario-continua-aportando-al-crecimiento-economico-de-antioquia/#:~:text=En%20los%20primeros%20seis%20meses,viviendas%2C%20est%C3%A1n%20ubicadas%20en%20Medell%C3%ADn.>
- Cobertura No Vis, (2023), Ministerio MVCT  
<https://www.minvivienda.gov.co/viceministerio-de-vivienda/cobertura-no-vis>
- Tendencias de la construcción, Camacol (2022) Páginas 32- Página 34 -42  
<https://camacol.co/sites/default/files/descargables/TENDENCIAS%2025%20DICIEMBRE%2019%20DE%202022%20PARA%20WEB%20VF.pdf>

- Revista la república, (2023) panorama de las proptech en Colombia  
<https://www.larepublica.co/empresas/de-las-proptech-colombianas-47-se-enfocan-en-el-sector-constructor-e-inmobiliario-3345307>
- Dane, reporte capital total de créditos hipotecarios, (2022)  
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/construccion/cartera-hipotecaria-de-vivienda>
- Boletín técnico, Cartera Hipotecaria en miles de millones, (2023) pág. 6.  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/cartera/bol\\_chv\\_IVtrim22.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/cartera/bol_chv_IVtrim22.pdf)
- Boletín técnico, Número de créditos por entidades financieras (2023) pág. 20.  
[https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/cartera/bol\\_chv\\_IVtrim22.pdf](https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/cartera/bol_chv_IVtrim22.pdf)
- Rankia (2023) Bancos créditos Hipotecarios en Colomba  
<https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3449454-mejores-bancos-colombia>
- Cien cuadras, 2023 Oficinas, bodegas y lotes: aumentaron su oferta en arriendo en el país  
<https://www.ciencuadras.com/blog/sala-de-prensa/tendencias-inmobiliarias-en-colombia-primero-trimestre-2023>.
- La nota económica, Mercado inmobiliario, 2022,  
<https://lanotaeconomica.com.co/movidas-empresarial/cual-es-el-verdadero-panorama-del-mercado-inmobiliario-de-inversion/>

- La Haus (2023), La nota económica, el sector inmobiliario y su panorama.
- Sergio Mutis Caballero, 2023. La república, <https://www.larepublica.co/analisis/sergio-mutis-caballero-500033/el-sector-inmobiliario-3522082>
- Decreto 949de 2022, República de Colombia  
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=187326>
- Recorridos virtuales, 2023Matteport [https://go.matterport.com/VT-ES.html?utm\\_source=google&utm\\_campaign=ES\\_LATAM\\_CO\\_Brand&utm\\_medium=ppc&utm\\_content=ES\\_LATAM\\_CO\\_Brand\\_GEN\\_matterport-PHR&utm\\_term=matterport&matchtype=p&device=c&gad=1&gclid=Cj0KCQjw7aqkBhDPAIsAKGa0oLSz5XQ-s8AM7rX\\_ilsXg6ylqu9E6dr9Awjm1EW1jSRg0\\_QdAj\\_m8gaAqVDEALw\\_wcB](https://go.matterport.com/VT-ES.html?utm_source=google&utm_campaign=ES_LATAM_CO_Brand&utm_medium=ppc&utm_content=ES_LATAM_CO_Brand_GEN_matterport-PHR&utm_term=matterport&matchtype=p&device=c&gad=1&gclid=Cj0KCQjw7aqkBhDPAIsAKGa0oLSz5XQ-s8AM7rX_ilsXg6ylqu9E6dr9Awjm1EW1jSRg0_QdAj_m8gaAqVDEALw_wcB)
- Nacional Financiera 2004, Pag 20
- Metro cuadrado, 2023, comisiones por venta de inmuebles  
<https://www.metrocuadrado.com/noticias/guia-de-compra-y-venta/cual-es-el-valor-de-la-comision-por-venta-o-arriendo-de-inmueble-303/>
- Creditaria, brókeres hipotecarios, 2023

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA LATINOAMERICANA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**  
**FORMATO PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE**  
**GRADO EN MODALIDAD EMPRENDIMIENTO**



- <https://www.blog.creditaria.com.mx/que-comision-gana-un-broker-hipotecario#:~:text=Las%20instituciones%20financieras%20no%20ven,de%20cada%20cr%C3%A9dito%20hipotecario%20colocado.>
- Subsidio para vivienda isvimed, Municipio de Medellín, 2020.  
<https://isvimed.gov.co/wp-content/uploads/2020/12/Decreto-1053-de-2020.pdf>
- Créditos hipotecarios, Banco de la república, Sentencia C955 del 2000  
<https://www.corteconstitucional.gov.co/relatoria/2000/c-955-00.htm>