

**ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA EMPRESA “PARQUE INMOBILIARIO”
DENTRO DEL AMBITO DEL MARKETING MIX Y DEL SECTOR
INMOBILIARIO, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA**

**DIANA MARGARITA GÓMEZ BORRERO
CAROLINA CARVAJAL SIERRA**

**Proyecto para optar por el título de Administrador de Empresas
Taller de Grado II**

**Tutor
SILVIA GIRALDO**



**PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
BOGOTA D.C.
2012**

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
1 METODOLOGÍA	7
2 ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO	9
3 RECOPIACIÓN DE DATOS	12
3.1 INFORMACIÓN CUALITATIVA	12
3.1.1 Sector	12
3.1.2 Al interior de Parque Inmobiliario	14
3.2 INFORMACIÓN CUANTITATIVA	17
3.2.1 Tamaño de la muestra	17
3.2.2 Resultados generales	18
3.2.3 Reconocimiento de las Inmobiliarias de la ciudad de Bucaramanga	20
3.2.4 Inversión	21
3.2.5 Servicios Inmobiliarios	23
3.2.6 Características del inmueble	24
3.2.7 Respecto a Parque Inmobiliario	25
4 ANÁLISIS A LA LUZ DEL MARKETING MIX	27
4.1 PRECIO	27
4.2 PRODUCTO	28
4.3 PROMOCIÓN	29
4.4 PLAZA	30
4.5 SECTOR	30
5 CONCLUSIONES	32
6 RECOMENDACIONES	35
7 BIBLIOGRAFÍA	39
ANEXOS	40

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Distribución por género	17
Tabla 2. Distribución por estrato	18
Tabla 3. Distribución por edad	18
Tabla 4. Medios de búsqueda de inmueble	20
Tabla 5. Ranking inmobiliarias	21
Tabla 6. Calificación Características del Inmueble	25

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Participación por sector de la economía	22
Figura 2. Ventas de Parque Inmobiliario	23
Figura 3. Servicios ofrecidos por el sector inmobiliario	24
Figura 4. Calificación de Parque Inmobiliario	26

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Guía entrevista gerente parque inmobiliario	40
Anexo B. Guía entrevista a clientes preferenciales	41
Anexo C. Guía entrevista experto en finca raíz	42
Anexo D. Guía entrevista a competidor directo en el sector de arriendos/ventas	43
Anexo E. Guía encuesta Parque Inmobiliario	44

INTRODUCCIÓN

La dinámica económica actual ha influido de manera determinante en los diferentes sectores económicos. Para el caso específico del sector inmobiliario de Bucaramanga, se evidencia que este es el resultado de una serie de acontecimientos no siempre puntuales y documentados pero que con el presente trabajo de grado pueden ser complementados y soportados.

Es importante resaltar la contribución de este estudio al sector inmobiliario bumangués, ya que por medio del presente análisis se abren puertas no sólo para tener conocimientos actuales si no futuros del sector, propiciando a un aumento en la inversión en este y generando confianza y seguridad en inversionistas, por ultimo permitiendo conocer e identificar diferentes herramientas para la mejora en el servicio al cliente no sólo de Parque Inmobiliario, sino también en las diferentes inmobiliarias de Bucaramanga.

Se tuvo por objeto determinar las preferencias, hábitos, gustos, opiniones y satisfacción del cliente, que existe en torno a al sector inmobiliario en Bucaramanga y en especial a Parque Inmobiliario. Para el desarrollo de la investigación se ahondó en aspectos como la caracterización de los clientes, se determinaron preferencias a la hora de invertir y a su vez se realizo un análisis más afondo de Parque Inmobiliario estableciéndose debilidades y fortalezas en el funcionamientos de la empresa y en su posicionamiento en el sector.

A pesar de las diferentes limitaciones, se logró realizar un trabajo de campo y una completa investigación generando conocimiento y conceptualización sobre la situación actual del sector inmobiliario y sobre los factores claves de éxito para el mejoramiento de estrategias del Marketing Mix de “Parque Inmobiliario”, para finalmente satisfacer las necesidades de la población bumanguesa de estratos 4, 5, 6 y de lograr la maximizar el desempeño de la empresa en el sector.

1 METODOLOGÍA

Para el estudio de casos se realizó en primera instancia una investigación exploratoria con la cual se obtuvo una recopilación de datos que permitió una observación más profunda del problema y a su vez encontrar hallazgos relevantes.

En la primera parte del estudio se realizó un acercamiento exploratorio empleando como herramientas las fuentes secundarias. Esta información fue recopilada en diferentes estudios inmobiliarios, publicaciones gubernamentales del departamento de Santander, publicaciones periódicas universitarias, artículos de grupos privados y diferentes investigaciones que fueron realizadas en Bucaramanga por entidades que se encuentran relacionadas con el sector como la Cámara del Comercio y la Lonja de Bucaramanga.

Se prosiguió con el acercamiento a las fuentes primarias. Con esta herramienta se realizó en un primer momento un acercamiento cualitativo con el fin de conocer un poco más acerca de la situación actual de Parque Inmobiliario en el sector y como es la relación entre los consumidores y la empresa.

Para esta etapa se incluyeron entrevistas detalladas a profundidad realizadas con cita previa directamente con los entrevistados; en este proceso se realizaron entrevistas a la gerencia de Parque Inmobiliario (Anexo A), entrevista a 5 clientes preferenciales de la empresa (Anexo B) a su vez se realizó una entrevista al experto en el sector Manuel José Puyana gerente de ventas Urbanas S.A, (Anexo C) y a la competencia de Parque Inmobiliario tanto de arriendos como de ventas (Anexo D).

En una posterior etapa se llevó a cabo investigación descriptiva con la que se buscaba detallar mejor los problemas de marketing, este fue un proceso cuantitativo el cual se enfocó en la población bumanguesa de los estratos 4, 5 y 6. El proceso se desarrolló por

medio de una encuesta (Anexo E) estructurada la cual fue realizada de manera presencial directamente con un público seleccionado de personas de diferentes edades, de clase socioeconómica media-alta y clientes habituales de servicios inmobiliarios de la ciudad de Bucaramanga; con esta se buscaba conocer más afondo acerca de las necesidades de la población bumanguesa y que esperan frente al sector inmobiliario.

Esta encuesta se realizó en los barrios de Cañaveral, Ruitoque y Cabecera (estratos 4, 5 y 6) los cuales son los sectores en los que se especializa Parque Inmobiliario. Es importante recordar que para la investigación descriptiva se planteó en la primera entrega de la TGI una muestra de 100 encuestas para nuestro estudio debido a que la población de Bucaramanga supera los 100.000 habitantes, también se tomará un nivel de confianza del 90%.

Después de haber realizado nuestra investigación tanto cualitativa como cuantitativa se procedió a una tabulación y análisis de tendencias de las diferentes respuestas recopiladas, con la información tabulada y analizada se realizó un estudio exhaustivo que permitió encontrar hallazgos importantes.

2 ANÁLISIS DEL MARCO TEÓRICO

Después de haber realizado un acercamiento cualitativo y cuantitativo de la investigación, se pudo encontrar hallazgos congruentes e incongruentes entre la teoría planteada en TGI con los resultados que se evidenciaron en el estudio práctico a la población de Bucaramanga.

En la primera entrega de TGI, se plasmaron diferentes estudios e investigaciones que revelaban hallazgos importantes del sector, uno de ellos hacía referencia a la crisis de 1995¹ la cual afectó a varios sectores del país entre ellos el sector inmobiliario y de la construcción, produciendo una recesión muy alta a nivel económico.

Según el experto Manuel José Puyana y la gerente de Parque Inmobiliario, ésta crisis llevó a la quiebra a muchas inmobiliarias y constructoras de la ciudad de Bucaramanga debido a las bajas ventas y arriendos de los inmuebles. En el caso particular de Parque Inmobiliario, esta recesión afectó sustancialmente sus finanzas llevando a Parque Inmobiliario casi a la quiebra; sin embargo esta empresa logró salir adelante en el año 2005.

Según investigaciones planteadas anteriormente por la Lonja de Propiedad de finca raíz de Santander² se veía un buen desempeño del sector evidenciándose un crecimiento y expansión desde el año 2010. Durante el planteamiento del problema de este proyecto se habló de una situación que ha estado en polémica a lo largo de este estudio y que se creía que era la razón principal de las bajas en las ventas de Parque Inmobiliario, se está haciendo referencia a la “sobre oferta en el sector”; según nuestro análisis anterior

¹ LONDOÑO, Darío, El reto del sector Inmobiliario y de la Construcción. Revista Javeriana. Vol. 125. No 616. “Negocios y Bienes Raíces”, Julio de 1995

² ARDILA, Julio; La actividad Inmobiliaria en cifras, Bucaramanga Cesar Lonja de Propiedad Raíz de Santander, 26 de abril de 2011. [Disponible en: <http://www.lonjadesantander.com/nuevo/>]

evidenciamos a esta situación como una “crisis” que afectaba las ventas de la finca raíz incluyendo las de la empresa.

Después de analizar un poco más a fondo y escuchar algunos expertos en el tema, se puede afirmar que esta nueva situación si trae una baja en las ventas de las inmobiliarias y constructoras a nivel Bucaramanga, lo anterior debido a la alta competencia que hay actualmente producida por la falta de tierra para construir en ciudades como Medellín y Bogotá trayendo consigo unas bajas barreras de entrada para la ciudad de Bucaramanga, convirtiéndola en una ciudad atractiva para la construcción.

Sin embargo esta situación no puede verse como una “crisis”, simplemente es un nuevo cambio en la industria de la construcción, que se cree que no puede llegar a afectar en gran medida a una empresa debido al cambio estructural en el sector, esto haciendo referencia a que anteriormente se construían proyectos para vender y hoy en día primero se pre venden los proyectos y luego se construyen haciendo más segura la venta sin posibilidad de perdidas en el negocio.

Es claro que al existir una alta competencia serán más difíciles las ventas de los inmuebles, sin embargo no es imposible; es aquí donde entran a competir otras variables como lo son el precio, calidad y ubicación de los proyectos.

Durante el proceso de análisis del sector se encontró otra nueva polémica de la que se habla en la ciudad de Bucaramanga y es la “Burbuja inmobiliaria”³. Actualmente la ciudad de Bucaramanga se ubica como la tercera ciudad del país con los precios de metro cuadrado más altos; esto debido a la falta de predios disponibles para la construcción en el centro de la ciudad; al suceder esta nueva situación se produce una recuperación de la zona en donde los predios disponibles son demasiado costosos haciendo que el proyecto a construir se

³ En Bucaramanga aún no hay burbuja inmobiliaria, pero los precios están altos. [Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/146334-en-bucaramanga-aun-no-hay-burbuja-inmobiliaria-pero-los-precios-estan-altos>]

caracterice por unos precios altos; este problema ha llevado a creer que se puede volver a entrar a una “ burbuja inmobiliaria” no sólo en la ciudad de Bucaramanga si no en todo el país causando una nueva recesión.

Según expertos en el tema, no se han visto indicios mínimos de una situación parecida a la que se presentó en 1995⁴, simplemente es otra nueva característica que se produce en la industria y que se deben buscar estrategias para evadirlas.

En cuanto a Parque Inmobiliario se encontró que la razón principal no es la sobre oferta del sector ni mucho menos la “Burbuja Inmobiliaria” que se dice que se puede producir. A pesar que esa sobre oferta si ha influido en sus ventas se encontró otras razones como la muerte de fundador y diferentes manejos internos que no están permitiendo el funcionamiento eficiente de esta empresa, esto será analizado durante el desarrollo del trabajo.

⁴ LONDOÑO Darío, El reto del sector Inmobiliario y de la Construcción, Revista Javeriana vol. 125. No 616, “Negocios y Bienes Raíces”, Julio de 1995

3 RECOPIACIÓN DE DATOS

3.1 INFORMACIÓN CUALITATIVA

A continuación se evidencian los resultados de las entrevistas planteadas en el estudio. Para la presentación de la recopilación de datos se decidió dividirla en dos grupos de enfoque una hacia la parte del sector de la finca raíz en el cual se ve implicado Parque Inmobiliario y otra dirigida al interior de la empresa.

3.1.1 Sector

La percepción que se tiene del sector es favorable todos los entrevistados afirmaron que el sector de la finca raíz actualmente se encuentra con un alta competencia y con un crecimiento constante a diferencia de la última crisis de 1995⁵.

Se puede apreciar consistencia frente al tema de la sobre oferta, los entrevistados plantean que es una situación novedosa, que es producida por la competencia actual de nuevas empresas en el mercado pero que no es un panorama difícil para el sector ,al contrario se afirma que se tiene un panorama excelente, con oportunidades grandes de inversión.

Durante las entrevistas nació un nuevo tema “burbuja inmobiliaria”⁶ (Anexo F) el cual no había sido mencionado antes en nuestro estudio, ya que es un nuevo fenómeno que se está empezando hablar en la ciudad de Bucaramanga.

⁵ LONDOÑO Darío, El reto del sector Inmobiliario y de la Construcción, Revista Javeriana vol. 125. No 616, “Negocios y Bienes Raíces”, Julio de 1995

⁶ <http://www.vanguardia.com/economia/local/146334-en-bucaramanga-aun-no-hay-burbuja-inmobiliaria-pero-los-precios-estan-alto>

Según los entrevistados y artículos acerca del tema lo que se evidencia es un aumento en los precios de los inmuebles esto debido a la falta de tierra para la construcción lo cual produce un incremento en los precios tanto de la tierra para construir como del inmueble para la venta.

Se evidenció una gran congruencia por parte de los entrevistados al pensar que es sólo un mito y que no es un tema tan alarmante para la ciudad simplemente es un cambio, al cual debe adaptarse el sector más no es algo amenazante.

La imagen que se tiene de Parque Inmobiliario en el sector es muy favorable, entrevistados afirmaron que es una empresa muy bien posicionada, se destacó la parte de ventas en la empresa y su alianza con Urbanas S.A que le ha permitido un posicionamiento mayor en esta rama.

Con una óptica de Parque Inmobiliario en el sector, en la rama de los arriendos se evidencia una notoria desventaja mencionada por la mayoría de entrevistados en donde se destacan apreciaciones como:

- *“En el sector arriendos debe aprovechar las oportunidades de crecimiento”.*
- *“Buena estructura en su parte de arriendos, es nueva en esta rama del sector”.*
- *“Es fuerte en ventas, en arriendo no es una alta competencia para mi, un enfoque diferente”.*
- *“Comparándose con empresas de años en el mercado parque inmobiliario a liderado en muy poco tiempo”.*

De lo anterior se puede evidenciar una debilidad en la unidad de negocio de los arriendos debido a que actualmente no se encuentra del todo posicionada en la rama del sector de la finca raíz, sin embargo existe una congruencia entre los entrevistados en cuanto a que en general Parque Inmobiliario se destaca en el mercado.

3.1.2 Al interior de Parque Inmobiliario

Se evidencia una satisfacción por parte de los clientes en cuanto a la relación con la empresa, en donde se pudo destacar un excelente servicio y asesoramiento que cumplen con las necesidades del cliente.

Algunas opiniones a resaltar son:

- *“Excelente calidad humana y servicio al cliente”.*
- *“Cumplidos en sus pagos y en el requerimiento del cliente”.*
- *“Relación maravillosa, muy profesionales y cumplidos”.*

En lo anterior se observa el nivel de satisfacción por parte de los clientes hacia el servicio prestado por la empresa y por sus asesores. Se puede destacar el compromiso que tiene Parque Inmobiliario con sus clientes y el nivel de importancia que estos tienen para la empresa.

En la relación con Parque Inmobiliario se percibe una gran acogida a los métodos utilizados durante el proceso de negociación, entrevistados afirman que la relación no es “cliente empresa” si no “de amigo a amigo” se destaca un acompañamiento directo, con una relación más allá de los negocios que ha permitido la satisfacción del cliente haciendo que se queden en la empresa.

En lo anterior se destaca un interés por parte de la empresa de asesorar de la mejor manera posible al cliente, Parque Inmobiliario no se concentra en vender si no en conocer a su cliente, suplir sus necesidades y hacerlo formar parte de la familia “Parque Inmobiliario”

Parque Inmobiliario recibe una evaluación favorable frente a sus servicios no sólo resaltando su calidad si no la rapidez y el método de acercamiento al cliente.

Lo que perciben los entrevistados se manifiesta en:

- *“Oportuna, persona a persona atención rápida, face to face”*
- *“De 1 a 10 es 10, cuando he requerido el asesoramiento lo he tenido. excelente preparación de asesor”.*
- *“Empresa que tiene una posición novedosa en la forma de vender, en cuanto al manejo y acercamiento del cliente y tratamiento integral”.*

En lo anterior se identifica la complacencia por parte de los clientes frente al servicio y sus asesores, sin embargo vale la pena resaltar que en algunos casos se evidencio un desagrado hacia los asesores ya que el servicio no fue el mejor.

En términos generales se presenta una excelente opinión por parte del cliente hacia la empresa. Las palabras a destacar fueron: “Parque Inmobiliario es calidad, oportuno, buen servicio, rapidez excelente parte humana, confianza y conocimiento”.

Lo anterior se complementa con la intención de recomendación de la empresa a terceros por parte del cliente, en donde el 100% de los entrevistados recomendarían a nuestra empresa.

Se destaca tendencias por parte los entrevistados al afirmar en que Parque Inmobiliario *“es la primera opción desde que lo conocieron, ya que tiene un sistema integral y genera mucha confianza para el cliente”.*

Frente al cumplimiento de expectativas por parte de la empresa hacia al cliente, existe una tendencia generalizada a reconocer esta ventaja competitiva soportando en afirmaciones como:

- *“Necesidad planteada, atención oportuna, y alternativas”.*
- *“Buen olfato, saben que busca la gente. ofrecen lo que uno busca”.*
- *“Cumple totalmente mis expectativas, el manejo del cliente es el mejor, tiene un poder de convicción”.*

Al evidenciarse una falencia notable en cuanto al crecimiento de Parque Inmobiliario, se recomienda por parte de los entrevistados más sucursales a nivel ciudad y a futuro a nivel nacional.

A su vez se realizaron otras observaciones relevantes como lo fueron:

- *“Se necesita un Sitio web”.*
- *“Expandir más el negocio de los arriendos y fortalecerlo más.”*
- *“Ser flexibles en los cambios del entorno y mirar otros horizontes como lo son los fondos inmobiliarios.”*

Es importante aclarar que Parque Inmobiliario ya cuenta con su sitio web, el cual se encuentra en funcionamiento hace 1 mes aproximadamente, por lo tanto es importante propiciar la difusión de esta nueva herramienta para satisfacer en mayor medida a los clientes y utilizarla como medio para captar más consumidores.

Se evidencia un posicionamiento bien marcado frente a la competencia, Parque Inmobiliario es destacado como un líder en el sector, con un reconocimiento y una competitividad alta, posicionándose en las primeras 5 Inmobiliarias a nivel Bucaramanga.

Es importante resaltar una tendencia que se vio reflejada en las respuestas de los entrevistados la cual influye mucho en la situación actual de Parque Inmobiliario en donde estos afirman que la disminución de las ventas en la empresa es debido al fallecimiento del fundador de la misma creando una inestabilidad y desequilibrio a nivel interno de la empresa.

Según la situación financiera de Parque Inmobiliario y los reportes de ventas por parte de la constructora Urbanas S.A se evidencia una baja en sus ventas, pasando a ocupar el 1 puesto al 3 puesto.

Es claro que la muerte del gerente de la empresa causo una disminución en las ventas y un desequilibrio en la parte interna tanto a nivel asesores como manejos administrativos, sin embargo las bajas en las diferentes áreas no son tan altas por lo tanto la empresa no está pasando por un momento crítico si no por un periodo de adaptación.

Actualmente la empresa se encuentra buscando estrategias y tomando nuevas medidas para cambiar esta situación, es importante destacar que a pesar de lo anterior se puede evidenciar que Parque Inmobiliario sigue manteniéndose como una de las inmobiliarias más destacadas en la ciudad de Bucaramanga.

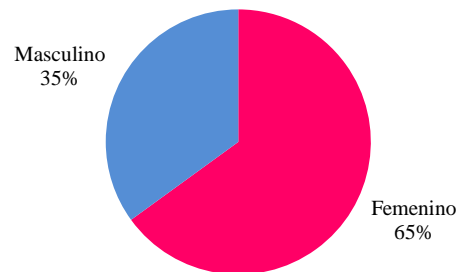
3.2 INFORMACIÓN CUANTITATIVA

3.2.1 Tamaño de la muestra

Para la presente investigación se realizaron un total de 100 encuestas en donde se tuvieron en cuenta los siguientes sub-segmentos de interés:

Tabla 1. Distribución por género

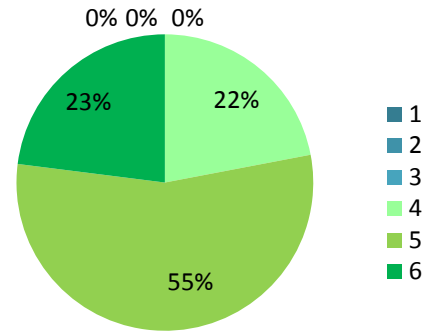
Género	Cantidad
Femenino	65
Masculino	35
TOTAL	100



Fuente: elaboración propia

Tabla 2. Distribución por estrato

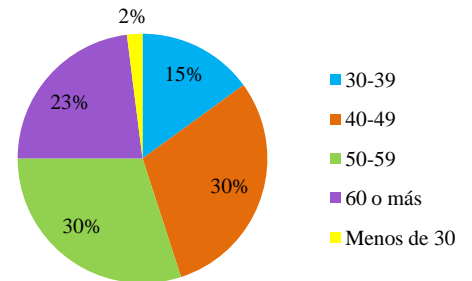
Estrato	Cantidad Mujeres	Porcentaje
1	0	0%
2	0	0%
3	0	0%
4	22	22%
5	55	55%
6	23	23%
TOTAL	100	100%



Fuente: elaboración propia

Tabla 3. Distribución por edad

Edad	Cantidad	Porcentaje
Menos de 30	2	2%
30-39	15	15%
40-49	30	30%
50-59	30	30%
60 o más	23	23%
TOTAL	100	100%



Fuente: elaboración propia

3.2.2 Resultados generales

Los resultados obtenidos arrojaron que del 100% de las personas que respondieron la encuesta, el 65% de ellas representaban al género femenino y el 35% restante al género

masculino; porcentajes que se debieron posiblemente a que la encuesta fue diligenciada por personal femenino y que se tuvo mayor empatía entre el género. Por otro lado se conoció que la edad media de personas que toman decisiones respecto a la compra o adquisición de bienes inmuebles oscila entre 40 y 59 años, abarcando el 60% de la población entrevistada; a los anteriores resultados se le debe agregar el factor influyente en donde se conoce que el poder adquisitivo se determina por la cantidad de bienes y servicios que se pueden adquirir y que por lo general aumenta a través del paso del tiempo y de la edad. Además son las mujeres entre 50 y 59 años, y hombres entre 40 y 49 años quienes tuvieron una participación muy activa en la investigación, posiblemente debido a la disposición en tiempo que requiere para la realización de una encuesta.

A pesar de no manejarse cuotas puntuales de manera aleatoria se encontró buena participación de los estratos 5 representando un 55% del total, el 23% que fue representado por el estrato 6 y el estrato 4 con un porcentaje de 22%, lo cual podría tender a la conveniencia de las investigadoras de acercarse a barrios específicos en la ciudad de Bucaramanga.

La pregunta de la encuesta en donde se trató el tema de los medios publicitarios al cual se acude con más frecuencia, arrojó como resultado que son los periódicos el medio más acreditado ya que abarcó el 28% del total de los medios y manifestó gran aceptación; se cree que los periódicos brindan a quien está buscando un inmueble cierto grado de seguridad y reconocimiento para la realización del proceso inmobiliario. En segundo lugar con un 19% encontramos que las referencias de los amigos son de gran importancia para los bumanguenses a la hora de buscar un inmueble. Finalmente y como se evidencia en la Tabla 4, se identificó que los medios a los que acuden menos las personas son a las inmobiliarias, panfletos y vallas publicitarias.

Tabla 4. Medios de búsqueda de inmueble

Medios	Opción	Cantidad	% de cada medio	% medios
Periódicos	1	48	65%	31%
	2	14	19%	
	3	12	16%	
Total Periódicos		74	100%	
Panfletos	1	1	4%	10%
	2	11	46%	
	3	12	50%	
Total Panfletos		24	100%	
Vallas P.	1	6	16,22%	16%
	2	19	51,35%	
	3	12	32,43%	
Total Vallas P.		37	100%	
Referencias	1	28	52%	23%
	2	14	26%	
	3	12	22%	
Total Referencias		54	100%	
Inmobiliarias	1	9	33%	11%
	2	7	26%	
	3	11	41%	
Total Inmobiliarias		27	100%	
Otros	1	8	40%	8%
	2	7	35%	
	3	5	25%	
Total Otros		20	100%	
Total respuestas		236	100%	100%

Fuente: elaboración propia

3.2.3 Reconocimiento de las Inmobiliarias de la ciudad de Bucaramanga

Urbanas S.A demostró ser la inmobiliaria con más reconocimiento en la ciudad de Bucaramanga y a la cual se acude más a menudo para la realización de procesos

inmobiliarios, datos revelados por el 25% de reconocimiento por parte de los encuestados y que posiblemente se deba a que esta es una constructora, que es dueña de la mayoría de proyectos y que a su vez es vendedor de ellos. A esta inmobiliaria le sigue Parque Inmobiliario con un 18% e inmobiliaria Gustavo Puyana con un 15%. En la Tabla 5 que se presenta a continuación se evidencia el ranking arrojado por la presente investigación, según reconocimiento de las inmobiliarias que tienen mayor aceptación y asentimiento en la ciudad de Bucaramanga. Es importante aclarar que Urbanas S.A. como constructora también venden sus proyectos directamente, dependiendo como el cliente lo prefiera.

Tabla 5. Ranking inmobiliarias

Inmobiliarias	Cantidad personas que conocen la inmobiliaria	Porcentajes %
Urbanas S.A	90	25%
Parque Inmobiliario	66	18%
Gustavo Puyana	54	15%
Silvia Mutis Inmobiliaria	34	10%
Yolanda Pereira	27	8%
Era Inmobiliaria	24	7%
Inmobiliaria Gabriel Puyana	25	7%
Jaime Lizarazo y Carmenza Valderrama	19	5%
Inmobiliaria Maria Eugenia Parra	18	5%
Total Respuestas	357	100%

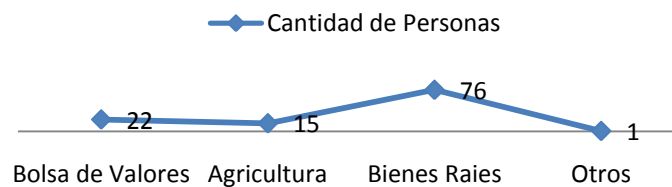
Fuente: elaboración propia

3.2.4 Inversión

El desarrollo de la presente investigación permite ahondar en un tema muy importante para el sector y la economía como lo es la inversión; Se debe tener en cuenta la preferencia de las personas por las diferentes opciones de inversión y de ubicación de su capital en las varias opciones presentadas por la economía entre las cuales encontramos la Bolsa de valores, la agricultura, los bienes raíces y otros. Se conoció que los bienes raíces son de

gran preferencia por parte de los encuestados con un 67% de aceptación, ya que estos son vistos como una muy rentable forma de inversión del dinero y obtención de ganancias, además de la seguridad que le brinda el no arriesgar su dinero en inversiones más inestables. Por otro lado se conoció que la segunda opción para los inversionistas es la bolsa de valores, dejando en tercer lugar y con un 13% de participación a la agricultura, de la cual se ha evidenciado la pérdida de interés por parte de inversionistas. Lo anterior se encuentra representado en la Figura 1 que especifica la cantidad de personas y sus preferencias por las opciones de inversión.

Figura 1. Participación por sector de la economía

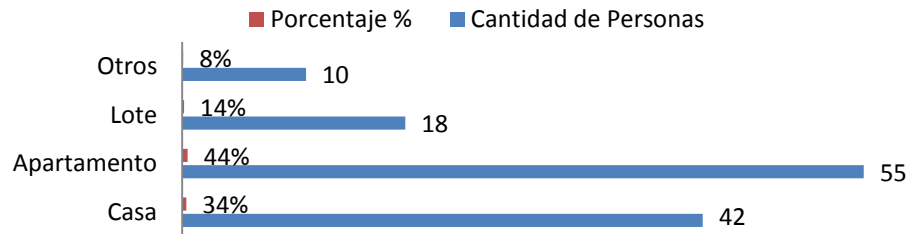


Fuente: elaboración propia.

Para agregar a los anteriores hallazgos se encontró que un 47% de las personas entrevistadas tienen una preferencia por invertir su dinero en la adquisición de un apartamento ya sea por gusto, si se quiere comprar, o porque este puede arrendarse más fácilmente y tiene una demanda más amplia. A pesar de todo y con un 33% de aceptación las casas compiten de manera fuerte en el segmento de inversión en bienes raíces. Por último se evidenció que los lotes y otros tipos de inmuebles como los locales comerciales abarcan un 19% de las respuestas de la investigación demostrando su poca participación en el segmento y la poca confianza que tienen los inversionistas por estos inmuebles, quizás debido a que para la gente es más atractivo invertir en vivienda que en un lote o local comercial que requiere una inversión adicional; además al parecer se tiene una preferencia

por los condominios domésticos ya construidos lo cual favorece a Parque Inmobiliario ya que la venta de esta clase de inmuebles es una de sus fortalezas (Figura 2).

Figura 2. Ventas de Parque Inmobiliario

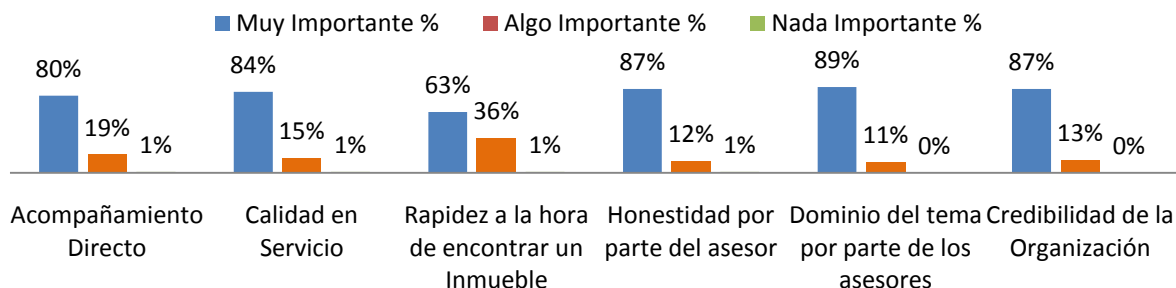


Fuente: elaboración propia

3.2.5 Servicios Inmobiliarios

Para la mayoría de los encuestados el dominio del tema por parte de los asesores es el servicio inmobiliario con una gran preferencia justificada con la mayoría de respuestas en la opción “Muy Importante”; a esta le siguen la honestidad por parte del asesor y la credibilidad de la organización, las cuales al igual que la anterior son de suma relevancia para el usuario de los servicios inmobiliarios. En contraste, la rapidéz a la hora de encontrar un inmueble fue la opción que demostró tener la menor importancia teniendo 36% de respuestas en la opción de “algo importante”, seguida del acompañamiento directo. En general la mayoría de los servicios inmobiliarios que se presentaron en la encuesta demostraron en su totalidad tener un alto grado de importancia para las personas a la hora que la adquisición de un servicio inmobiliario. La anterior información se presentara resumida en el Figura 3.

Figura 3. Servicios ofrecidos por el sector inmobiliario



Fuente: elaboración propia

3.2.6 Características del inmueble

Para la presente investigación las características de los inmuebles ayudaron a definir el perfil del usuario del sector inmobiliario. Independientemente a la opción que el entrevistado haya seleccionado, en general la ubicación demostró ser la particularidad más importante que tienen en cuenta las personas a la hora de adquirir un inmueble ya sea para compra o arriendo, esta característica tuvo el 26% de aceptación; a esta le sigue la calidad del inmueble con un 22% y el estrato con un 19% que aunque no menos importantes, tienen una participación media en la elección; esto demuestra que Parque Inmobiliario posee una gran ventaja frente a sus competidores ya que el nicho objetivo siempre han sido inmuebles de estratos altos, excelente calidad y buena ubicación. Finalmente y como lo revela la 0, las dos características del inmueble con menos porcentaje fueron la recomendación de terceros y el tamaño de la vivienda con el 3% y el 14% respectivamente.

Tabla 6. Calificación características del inmueble

CARACTERISTICAS INMUEBLE	IMPORTANCIA	CANTIDAD	% DE CADA CARACTERISTICA	%
Calidad del Inmueble	Opción 1	22	33%	
	Opción 2	25	38%	
	Opción 3	19	29%	
Total Calidad del Inmueble		66	100%	22%
Ubicación	Opción 1	40	52%	
	Opción 2	23	30%	
	Opción 3	14	18%	
Total Ubicación		77	100%	26%
Estrato	Opción 1	7	12%	
	Opción 2	28	49%	
	Opción 3	22	39%	
Total Estrato		57	100%	19%
Tamaño de Vivienda	Opción 1	7	17%	
	Opción 2	16	38%	
	Opción 3	19	45%	
Total Tamaño de Vivienda		42	100%	14%
Recomendación de Terceros	Opción 1	3	30%	
	Opción 2	1	10%	
	Opción 3	6	60%	
Total recomendación de terceros		10	100%	3%
Evaluación del valor del metro cuadrado	Opción 1	24	54,55%	
	Opción 2	6	13,64%	
	Opción 3	14	31,82%	
Total evaluación del valor del metro cuadrado		44	100%	15%
Total Respuestas		296	100%	100%

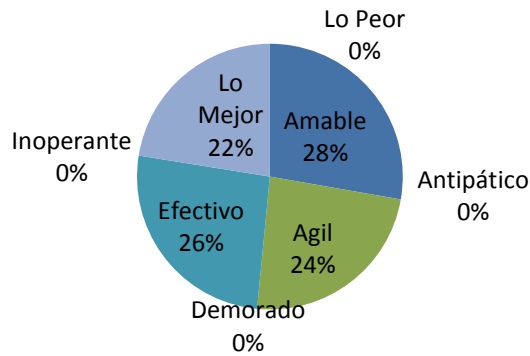
Fuente: elaboración propia

3.2.7 Respetto a Parque Inmobiliario

A ojos del cliente se espera que el servicio al cliente de cualquier inmobiliaria se caracterice por ser amable, ágil y efectivo. Los resultados de la presente investigación

arrojan que Parque Inmobiliario cumple con estas características demostrando y confirmando de este modo su caracterización y buena participación en el mercado 0.

Figura 4. Calificación de Parque Inmobiliario



Fuente: elaboración propia

Con respecto a las estrategias publicitarias utilizadas por la inmobiliaria, se conoció que en la actualidad Parque Inmobiliario tiene buena participación en los diferentes medios publicitarios, más sin embargo sus estrategias publicitarias no están siendo lo suficientemente atractivas para llamar la atención de clientes, esto se vio reflejado en el hecho de que el 25% de los encuestados califico como “Regulares” a las estrategias publicitarias de Parque Inmobiliario. Pero cabe resaltar que el 34% considero “Buenas” las estrategias de publicidad. De modo que si tenemos en cuenta que las estrategias publicitarias tienen como objetivo el atraer al público hacia el producto, estas estrategias que se empleen no deben ser genéricas ni de mediano alcance, si no que por el contrario deben abrir paso a nuevas oportunidades.

4 ANÁLISIS A LA LUZ DEL MARKETING MIX

4.1 PRECIO

Existen inmobiliarias pequeñas que compiten con precio para poder así competir con inmobiliarias más grandes y de mayor antigüedad, a diferencia de estas las inmobiliarias más posicionadas compiten con calidad de servicios y del producto con unos precios estandarizados.

En comparación con proyectos de la competencia el precio de Parque Inmobiliario en los proyectos que vende es alto, debido a que son proyectos para estrato 4,5 y 6 que cuentan con una calidad y unos servicios de muy alta eficiencia y eficacia produciendo un valor agregado al producto.

Parque Inmobiliario en su unidad de negocio de arriendos tiene como mercado meta los estratos 4, 5, y 6. Este mercado se caracteriza por tener precios altos, por lo tanto muchas personas prefieren utilizar otros medios como la compra como Leasing en lugar de pagar un canon alto de arrendamientos, lo que lleva a Parque Inmobiliario a no tener un número grande en volumen si no a nivel monetario.

En cuanto al consumidor bumangués se ve una preferencia alta hacia la ubicación y calidad del inmueble, dejando en cuarto lugar de importancia el precio; por lo tanto se puede afirmar que gran parte de la población tiene preferencia por otros aspectos a la hora de la compra o arriendo y que el precio del inmueble no es una variable que influencia al comprador a la hora de decidir, lo anterior siendo beneficioso tanto para Urbanas S.A. y Parque Inmobiliario, debido a que los productos que se ofrecen tiene un alto valor.

4.2 PRODUCTO

Parque Inmobiliario comercializa un producto diferenciado en el mercado por su alta calidad y excelentes acabados, este producto va de la mano con las constructoras urbanas, lo anterior haciendo referencia a las ventas y en los arriendos el producto a comercializar es directamente con el dueño del inmueble.

En cuanto a los servicios de ventas que ofrece se destaca que es una empresa fuerte en esta rama de negocio, la cual se ha posicionado por sus productos de alta calidad y los servicios integrales y humanos que presta, acompañado con una asesoría directa y un conocimiento del tema. A su vez, la relación directa con Urbanas S.A. le ha permitido un mayor reconocimiento ya que esta es una empresa de prestigio y de años de trayectoria.

En su servicios de arriendos se evidencia un menos posicionamiento a comparación de otras inmobiliarias; es importante aclarar que Parque Inmobiliario es relativamente nueva en esta rama de los arriendos; que a su vez se especializa en estratos 4, 5, 6, los cuales son mucho más difíciles de arrendar ya que en estos estratos al ser el arriendo tan alto es mejor negocio comprar que arrendar un inmueble. A pesar de lo anterior esta empresa no es muy grande en número de inmuebles arrendados pero si en valor de dinero por número de inmuebles arrendados.

Los servicios inmobiliarios son de gran importancia durante un proceso de decisión; se afirma que el dominio del tema y honestidad por parte de los asesores, el acompañamiento directo y la credibilidad de la organización son componentes característicos de Parque Inmobiliario lo anterior demostrando cuan fundamental es el servicio al cliente y post venta en esta inmobiliaria.

Según el análisis cuantitativo se observa que las principales preferencias del consumidor a la hora de tomar su decisión se centran en la calidad y ubicación del inmueble dejando a un

lado el precio, lo anterior favoreciendo a Parque Inmobiliario, ya que los proyectos que el ofrece son de un alto valor.

Parque Inmobiliario cuenta con unas estrategias de servicio al cliente muy altas, que permiten la complacencia de cada persona que tiene contacto con la empresa. La principal estrategia de Parque Inmobiliario respecto sus clientes no es crear una relación de negocios si no una amistad entre cliente empresa la cual se basa en la confianza, credibilidad y asesoramiento con alto conocimiento que permite que la venta sea la mejor.

4.3 PROMOCIÓN

A pesar de que los clientes consideran que se tienen buenas estrategias publicitarias, existe una deficiencia en la promoción de los productos por parte de Parque Inmobiliario, a pesar que esta empresa utiliza como herramienta el periódico; siendo este uno de los medios más utilizados en este sector, Parque Inmobiliario no cuenta con estrategias que atraigan fuertemente a los clientes, se considera que no se tienen en cuenta otras herramientas como lo es el internet, panfletos, vallas publicitarias entre otros.

En la parte de las ventas Parque Inmobiliario al trabajar con la constructora Urbanas S.A. directamente cuenta con la ventaja de que esta empresa se dedica hacer promoción no sólo en sus mismos proyectos, si no con el uso de vallas publicitarias, panfletos, periódicos por toda la ciudad, esto es un beneficio para Parque Inmobiliario ya que permite que sus productos sean escogido por sus clientes, más sin embargo existen otras inmobiliarias más que compiten con este mismo beneficio.

Actualmente Parque Inmobiliario está comenzando a incursionar en la tendencia de la página web como estrategia de marketing directo, por lo tanto esta herramienta no es muy conocida por sus clientes y por el sector en general; a su vez está en proceso su cambio de imagen con el fin de poder posesionarse mejor en el mercado y atraer más a sus clientes.

4.4 PLAZA

Se describe a Bucaramanga como una ciudad con un alto interés y movimiento en el sector inmobiliario; Las personas poseen gran interés por los temas ya sea de arriendo o de ventas en donde se pueda aumentar el valor de su capital.

Los usuarios de Parque Inmobiliario actualmente demandan más sucursales de la empresa para mayor comodidad y acceso a la misma, ya que esta empresa se encuentra ubicada en el centro de la ciudad y la mayoría de clientes y proyectos se encuentra en el sur de la ciudad (Ruitoque y Cañaveral).

Según diferentes análisis del sector, se afirma que a futuro por la saturación de construcción de las ciudades como le sucedió a Medellín y le sucede actualmente a Bogotá, las empresas deberán volverse nacionales, razón por la cual se puede afirmar que en un futuro no muy lejano Parque Inmobiliario tendrá que expandir su plaza de lo contrario no tendrá variedad de proyectos para vender como los tiene actualmente, debido a la falta de tierra que se presentara en el futuro.

4.5 SECTOR

La nueva sobre oferta en el sector ha producido un aumento en la competencia del mismo, debido al ingreso de nuevas constructoras e inmobiliarias, ocasionando una disminución en las ventas pero a su vez trayendo consigo mayores inversionistas y más oportunidades de expandir el negocio. Por otro lado se ha producido el nuevo tema de la “burbuja inmobiliaria” como se explico anteriormente se cree que es un nuevo fenómeno, originado por la alza de precios de las tierras y proyectos a construir; ocasionando a futuro una disminución de los inversionistas en el sector.

Revisando las dos tendencias nuevas cada una es contradictoria a la otra en cuanto efectos a producir, Es aquí donde entran a jugar de una manera mucho más competitiva la calidad, la

creatividad, los acabados y el atractivo del producto buscando adquirir una mayor importancia que el precio, aunque este se volverá importante a la hora de decidir. Es importante destacar que las empresas deben buscar nuevas estrategias para sobrevivir a los cambios.

Parque Inmobiliario se encuentra muy posicionada en el sector a pesar que no es una empresa muy antigua en el mercado y está empezando a incursionar en diferentes ramas del sector, cuenta con una competencia alta y es vista con una empresa líder en la ciudad de Bucaramanga, con grandes ventas, excelente personal, conocimientos amplios y con una calidad y eficiencia en sus servicios mayor a otras inmobiliarias del sector.

En el sector inmobiliario se dice que “para alcanzar el punto de equilibrio en los arriendos son 10 años de gracia” Parque Inmobiliario lleva 7 años incursionando en este sector y a pesar que no es un competidor fuerte como lo afirman está en la capacidad de competir con empresas más antiguas.

Se tiene una inestabilidad en cuanto hace referencia al fallecimiento del gerente, que debe ser atendida lo más rápido posible para poder volver a ocupar el primer lugar de las ventas y llegar al primer lugar en arriendos.

5 CONCLUSIONES

A pesar de los diferentes rumores acerca de una burbuja inmobiliaria se puede afirmar que el mercado se encuentra estable con cambios que son normales y que las empresas deben buscar diferentes estrategias de adaptación para poder sobrevivir a estas novedades del negocio de la finca raíz.

El sector de la finca raíz ha ido cambiando en sus últimos años, actualmente la ciudad de Bucaramanga cuenta con un desarrollo altísimo de construcción lo cual hace atractiva esta plaza para diferentes constructoras e inversionistas, produciendo un aumento no sólo en la competencia si no en la oferta del producto, lo anterior originando la sobre oferta explicada anteriormente y ocasionando que empresas como Parque Inmobiliario tengan que competir no sólo con empresas nativas de la ciudad de Bucaramanga si no con empresas a nivel nacional.

Se puede concluir que a futuro Bucaramanga tendrá cada vez menos tierras para la construcción por lo tanto es importante que Parque Inmobiliario en un futuro afronte esta situación volviéndose una empresa nacional si no quiere desaparecer en el mercado.

Es de resaltar que el sector en general no se encuentra en crisis como se denominó durante este estudio, sino que simplemente el sector ha cambiado, esta volviéndose mucho más atractivo y competitivo haciendo más difícil las ventas pero con buenas estrategias de negocio se puede afirmar que no es nada difícil.

Esta empresa de servicio se destaca por su reconocimiento, posicionamiento en el sector y el conocimiento del mismo; es de destacar el la área de las ventas las cuales van de la mano de la constructora Urbanas S.A., a pesar que su fuerte no son los arriendos, actualmente se está trabajando para poder llegar al punto de equilibrio de este negocio y poder entrar hacer más reconocida en este campo. Lo anterior no influye en el posicionamiento de esta

empresa ya que además de sus años de trayectoria cuenta con un dominio del sector y un status alto en el mercado.

Según los resultados de las entrevistas a profundidad se puede observar una necesidad alta por parte del cliente al plantear la nueva posibilidad de una sede al sur de Bucaramanga (Cañaveral), esto debido a que Parque Inmobiliario se encuentra en el centro de la ciudad y el sector de cañaveral el cual es un mercado meta para la empresa es un poco retirado de las oficinas de la empresa.

Parque Inmobiliario cuenta con 2 unidades de negocios bien definidas ventas y arriendos, con herramientas de aprendizaje constantes para sus empleados, con unos servicios integrales e innovadores durante después de la venta, con unas estrategias de acercamiento al cliente y conocimientos del tema las cuales producen un impacto alto en sus consumidores, haciendo que el cliente no sólo se sienta feliz e identificado con los servicios de calidad y alto acompañamiento que se ofrecen, si no que se sienta satisfecho produciendo una fidelidad y calificándola como una de las mejores.

Por lo anterior se puede afirmar que esta empresa es competidor fuerte en el mercado, ubicándose en las cinco primeras inmobiliarias más reconocidas del sector.

Según los resultados de las encuestas realizadas al público, se puede concluir que Parque Inmobiliario en el área de promoción y marketing tiene una falencia, ya que es un herramienta que no es muy trabajada por la empresa y que no se explota en su totalidad. La falta de marketing en la empresa no permite que Parque Inmobiliario tenga una recordación de marca mucho mayor a la que tienen, lo cual trae como consecuencia pérdida de clientes y una influencia negativa en las ventas y arriendos de la empresa.

Se puede concluir que debido al posicionamiento de esta empresa, Parque Inmobiliario es un competidor fuerte en el mercado, ubicándose en las cinco primeras inmobiliarias más reconocidas del sector. Lo anterior por su calidad y rectitud en sus negocios, por su manera

innovadora de sus servicios y acercamiento al cliente, por alto conocimiento del sector y sus asesores integrales lo que la ha llevado a que sus clientes y competidores la califiquen como una de las mejores.

Es claro que Parque Inmobiliario está pasando por un momento difícil debido al fallecimiento de su fundador, lo que le ha causado una baja interna de la empresa, actualmente Parque Inmobiliario está trabajando fuertemente en la solución de este problema, se han visto un alza en las ventas más sin embargo es claro que debe buscar estrategias más contundentes, rápidas y eficaces para reivindicarse en el mercado.

Durante la visita a la ciudad de Bucaramanga y a la empresa, se realizó un análisis del trabajo de los empleados y encontramos unas fallas en el personal de la empresa, las cuales serán abarcadas en la parte de recomendaciones.

Aunque se sabe que no está directamente relacionada con el enfoque que se le da a este estudio creemos de suma importancia darle un poco de relevancia ya que está afectando la eficacia y eficiencia de la empresa.

Parque Inmobiliario es una empresa muy vertical lo cual nos lleva afirmar que es una empresa centralizada, en la cual todos sus procesos tienen que ser abalados por el gerente de la misma, es claro que es importante que el gerente tenga una presencia en las actividades de cada departamento de la empresa, pero existen procesos que pueden ser soportados por el empleado sin necesidad que el gerente lo haga.

La falta de autonomía de los empleados en sus puestos de trabajo puede desmotivar a los mismos y causar una obstrucción a la hora de una rápida respuesta en sus procesos.

6 RECOMENDACIONES

1 Se evidencia una demanda alta por parte que los clientes al aumento de sucursales de Parque Inmobiliario. Es importante contemplar la posibilidad de adquirir una nueva oficina en el sur de la ciudad (Cañaveral y Floridablanca) ya que este es un mercado meta para la empresa, el cual puede traer beneficios como:

- Mayor posicionamiento en el mercado
- Mayor reconocimiento de la empresa, haciendo un posicionamiento de marca.
- Aumento en los clientes de Parque Inmobiliario.
- Satisfacción por parte de los clientes actuales de la empresa.

Recomendándole a mediano plazo la posibilidad de expandirse a nivel nacional incursionando no sólo en el negocio inmobiliario sino mirar otras posibilidades como la construcción o los fondos inmobiliarios. Lo anterior debido a la situación que se proyecta en el futuro.

2 En el sector de los arriendos deben buscarse nuevas estrategias de crecimiento; a pesar que los estratos 4,5, y 6 son de cierta manera mucho más rentables a nivel dinero, es importante explorar o hacer un estudio de incursión en otros sectores que están siendo olvidados como lo son el 2 y el 3 los cuales podrían no ser tan rentables en dinero pero si en cantidad produciendo a futuro una rentabilidad a nivel monetario. Con lo anterior empezar un crecimiento en el negocio de los arriendos abarcando varios sectores de la ciudad de Bucaramanga.

3 Continuando con los arriendos es importante incursionar el tema de las promociones mensuales o semanales, una de estas podría ser una reducción en el canon de arrendamiento en el primer mes si arrienda un apartamento durante cierta época, esto ayudara no sólo ha atraer clientes si no a sentirse motivados a adquirir un inmueble.

- 4 Resulta importante plantear metas claras a nivel trimestral tanto para los asesores como para la empresa en general, está se encuentra directamente relacionada con las bonificaciones monetarias y premios para los empleados a la hora de tener un desempeño notorio durante el trimestre.

Lo anterior producirá mayor motivación para los asesores y por consiguiente un aumento en las ventas y los arriendos de la empresa trayendo consigo una ganancia para las dos partes y una fidelidad por parte del asesor hacia la empresa.

- 5 En cuanto a los asesores es importante crear estrategias para el control de las ventas y los arriendos, esto por medio de planillas en donde se registren un número determinado de clientes e inmuebles captados por semana, de esta manera tener un control sobre ellos haciéndole cumplir con las metas propuestas a nivel semanal y trimestral.

- 6 Es importante continuar con el entrenamiento y el enriquecimiento del conocimiento de los asesores, esto por medio de la clínica de ventas y diferentes cursos que puedan salir en la Lonja de Santander de tal manera que la calidad del servicio se fortalezca mucho más.

- 7 Según lo observado en la visita a la empresa se evidencia un perfil muy bajo en algunos asesores, es de suma importancia encontrar asesores más completos, con experiencia y estudio que puedan darle un status mayor no sólo a la empresa si no a la calidad de los servicios de la misma, esto permitirá que el cliente se sienta mucho más identificado con la persona que le está prestando el servicio permitiendo una satisfacción y eficiencia en el negocio.

- 8 La estrategias publicitarias son un punto crucial en el sector, es importante que Parque Inmobiliario haga un uso mayor de los medio masivos como lo es los periódicos, radio, directorios, revistas, panfletos, Google, internet, paginas de ventas de inmuebles como “www.metrocuadrado.com”.

Esto permitirá un aumento en la recordación de marca y un aumento de clientes en las dos unidades de negocios con la que cuenta esta empresa.

- 9 Durante todo el proceso de investigación, se han ido tomando medidas necesarias para la empresa como lo fue la página web y cambio de imagen, esta página se encuentra muy bien estructuradas proporcionando no sólo la información acerca de la empresa y

sus inmuebles si no una asesoría virtual para los clientes contemplada en el horario de trabajo.

- 10 Es de suma importancia que se empiece la difusión de esta nueva herramienta con la que cuenta la empresa, esto por medio de emails a los clientes informándoles de los beneficios con los que cuenta la pagina web, incursionando tarjetas y carpetas con la nueva imagen y la nueva dirección web de la empresa, a su vez poniéndola en los distintos medios publicitarios a utilizar.
- 11 Debido a la nueva situación de Parque Inmobiliario (Muerte de su fundador) se ha producido de cierta manera un des posicionamiento de la empresa; una estrategia que ya se llevo a cabo la cual fue mencionada anteriormente es el cambio de imagen la cual ha tenido excelentes resultados ya que esto ha permitido re posesionar a Parque Inmobiliario con cambios beneficiosos.

Es importante buscar estrategias más inmediatas como tener un contacto más directo con los clientes, contándole sobre la imagen, los nuevos proyectos que tiene Parque Inmobiliario, la pagina web, dándonos a conocer como se dijo anteriormente en los medios masivos, buscando reconocimiento nuevamente en el sector.

Frente a la nueva situación actual del sector (Sobre oferta y precios alto) es importante que Parque Inmobiliario deje de ser tan rígida en sus procesos, es necesario que sea mucho más flexible a los cambios del entorno y a los cambio en la parte interna de la empresa, de esta manera tener una facilidad para adaptarse a los cambios y crear rápidamente estrategias que le beneficien a la empresa.

- 12 Durante la visita que se hizo a la empresa en marzo, al analizar las labores de cada uno de los empleados se encuentra un problema que es evidente en todos los cargos de la empresa y este hace referencia a la estructura con la que cuenta Parque Inmobiliario, se recomienda tener una estructura mucho más horizontal, es importante hacer una reingeniería en el negocio en función de las necesidades del cliente dejando a un lado la centralización tan dominante que hay en la empresa; esto con el fin de generar un mayor grado de empoderamiento en los trabajadores, especialmente en los asesores, para que se sientan comprometidos con las metas organizacionales y no sea sólo la

preocupación o el empeño del gerente sino de todos los que hacen parte de esta gran familia.

Continuando con el tema de cambio una buena estrategia sería crear cargos más específicos en donde cada departamento de la empresa tome el control de sus obligaciones y cumplimiento con las metas requeridas, de esta manera tendríamos como se dijo anteriormente un trabajo más autónomo y le permitirá al gerente ocupar este tiempo en otras labores de la empresa que pueden ser más importantes

13 De todo lo anterior queremos recomendar una herramienta que creemos que es crucial para un buen funcionamiento y desempeño de las labores de los empleados en la empresa.

14 La implementación de los manuales hoy en día se ha hecho imperativa debido al creciente volumen de las operaciones, al crecimiento del personal, a la adopción de técnicas modernas y otras funciones importantes que pueden verse mejor realizadas con la ayuda de un manual.

Este manual deberá contener no sólo la visión, misión y el funcionamiento general de la empresa, si no las funciones específicas de cada cargo esto permitiendo orientar más al trabajador.

La recomendación que se le haría es la implementación de los manuales administrativos ya que esto tienen un papel importante en la empresa, con ayuda de estos Parque Inmobiliario podría mejorar en el funcionamiento y en la eficiencia de los empleados, de esta manera poder implementar en un 100% el apoderamiento de sus cargos.

Al tener un empoderamiento de los cargos, los empleados se sentirán más comprometidos creando una fidelidad a la empresa, las actividades internas será más eficientes y eficaces permitiendo a los empleados enfocarse en cada una de sus labores sin interrumpir la de los demás; a su vez permitiendo que el gerente se ocupe de labores más importantes que están siendo olvidadas como lo son la parte administrativas y los negocios grandes.

7 BIBLIOGRAFÍA

AAKER A. David; Investigación de Mercados, Tercera Edición, México: Editorial Mc Graw Hill. 1998.

ARDILA, Julio Cesar; La actividad Inmobiliaria en cifras, Bucaramanga Lonja de Propiedad Raíz de Santander, 26 de abril de 2011. [Disponible en: <http://www.lonjadesantander.com/nuevo/>]

CÁCERES TRISTANCHO, Horacio; Construcción de Vivienda- Número 85, Cámara de Comercio de Bucaramanga, Octubre de 2010. [Disponible en: <http://www.sintramites.com/temas/documentos%20pdf/informes%20de%20actualidad/2010/construccion2010.pdf>].

KOTLER, Philip y Gary, ARMSTRON, Fundamentos de marketing, Octava edición, México: Editorial Pearson. 2008.

LONDOÑO Darío, El reto del sector Inmobiliario y de la Construcción, Revista Javeriana vol. 125. No 616, “Negocios y Bienes Raíces”, Julio de 1995.

MALHOTRA NARESH K., Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado, Cuarta edición, México: Editorial Pearson, 2004.

MONTENEGRO GARCIA, Álvaro, Crisis Financieras, Burbujas y Pirámides, Revista Javeriana vol. 145 No 752, “Crisis Financieras”, Marzo de 2009.

MOVIMIENTO INMOBILIARIO EN COLOMBIA; [Disponible en: <http://www.sintramites.com/temas/indicadoresantander/indicadores/inmuebles2011.htm>]

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA; Diccionario de la lengua Española, Vigésima segunda Edición.

Urbanas S.A. Base de datos

Vanguardia.com, En Bucaramanga aún no hay burbuja inmobiliaria, pero los precios están altos. [Disponible en: <http://www.vanguardia.com/economia/local/146334-en-bucaramanga-aun-no-hay-burbuja-inmobiliaria-pero-los-precios-estan-altos>].

ANEXOS

Anexo A. Guía entrevista gerente parque inmobiliario

Acerca del sector de finca raíz:

- Actualmente ¿Cómo ve usted el desarrollo del sector de bienes raíces, sabiendo que en los últimos años se ha evidenciado una sobre oferta y alta competencia en el sector?
- ¿De qué manera afecta la sobre oferta del sector a Parque Inmobiliario en los últimos años?
- Hoy en día vemos posesionada muy bien a la ciudad de Bucaramanga en el tema de la construcción y finca raíz, ¿cree usted que después de la recesión que hubo esta nueva etapa le favoreció a Parque Inmobiliario? Cómo?

Acerca de los servicios de Parque Inmobiliario:

- Vamos simular que en este momento usted tiene una cartelera al frente y tiene que escribir el valor agregado que tiene Parque Inmobiliario en su servicio ¿Usted que pondría?
- ¿Pensando en el servicio al cliente que nos podría decir usted acerca de la capacitación con la que cuenta su personal en esta área?
- ¿Le invitamos en este momento hacerse una auto calificación acerca de los servicios que ofrece parque inmobiliario, que podría decirnos usted?

Acerca de la competencia:

- ¿Usted como gerente de Parque Inmobiliario, como ve a esta empresa frente a su competencia?
- ¿Haciendo un ranqueo entre las inmobiliarias de Bucaramanga, cuál nombraría usted dentro de las mejores? que cree que le falta ó qué le sobra a Parque Inmobiliario para lograr este primera lugar?

¿Algo más que me quiera compartir para enriquecer la conversación?

Agradecimientos.

Anexo B. Guía entrevista a clientes preferenciales

Parque Inmobiliario en el sector:

¿Cómo considera usted que se encuentra posicionada Parque Inmobiliario en el sector de la finca raíz en la ciudad de Bucaramanga?

Acerca de la empresa:

- ¿Cómo conoció Usted a Parque Inmobiliario?, ¿Es usted cliente frecuente de Parque Inmobiliario?, ¿Hace cuanto es usted cliente de esta empresa?
- ¿Durante su proceso como cliente de esta empresa cuénteme un poco acerca de la relación que han tenido?
- ¿Posteriormente de haber recibido un servicio por parte de la empresa, como ha quedado usted a nivel de satisfacción de servicio por parte de los asesores de Parque Inmobiliario?
- Después de haber profundizado un poco más acerca del servicio que le ha ofrecido Parque Inmobiliario, nómbrame 5 palabras que para usted describirían esta empresa.
- ¿En la actualidad qué le recomendaría a Parque Inmobiliario para la mejora en sus servicios?
- Le voy a nombrar una serie de palabras que se relacionan con Parque Inmobiliario y Usted me va a decir lo que se le viene primero a la mente:
- 1) Calidad 2) Asesores 3) Rapidez de respuesta 4) Servicio 5) Acompañamiento

Proceso de decisión de compra:

- ¿Cómo ha sido el proceso en inversiones bienes raíces?, ¿Generalmente la mayoría de sus inversiones van dirigidas a la finca raíz o tiene otras opciones?
- Durante el proceso anterior en algún momento ¿ha tenido usted otras inmobiliarias como opción, o siempre Parque Inmobiliario ha sido la primera?

Prestación del servicio de Parque Inmobiliario:

- ¿Cómo cree usted que Parque Inmobiliario se ha acercado a sus expectativas a la hora del proceso de compra?
- Imaginémos que en este momento viene un cliente y le pregunta sobre “Parque Inmobiliario” en palabras cortas ¿qué le diría usted acerca de esta empresa?

¿Algo más que me quiera compartir para enriquecer la conversación?

Agradecimientos

Anexo C. Guía entrevista experto en finca raíz

Panorama del sector inmobiliario en la ciudad de Bucaramanga:

- Como todos sabemos en 1996 al año 2000 Colombia sufrió una crisis de la construcción Después de esta crisis ¿se ha visto evidenciado alguna otra crisis en sector?
- Se sabe que el sector inmobiliario en los últimos años se ha caracterizado por una sobreoferta y una alta competencia, ¿de qué manera cree usted que pueda afectar esto al mercado inmobiliario en la ciudad de Bucaramanga?
- Según lo anterior ¿cómo ve actualmente usted al sector inmobiliario en la ciudad de Bucaramanga?
- Pensando en el sector de la construcción ¿Qué opinión tiene usted acerca del desarrollo de este mismo? ¿ha sido beneficioso este desarrollo para la ciudad de Bucaramanga?
- De lo anterior ¿cree usted que este desarrollo puede afectar a Bucaramanga?
- En su opinión personal como ve usted que Bucaramanga sea una de las primeras ciudades junto con Cartagena y Bogotá con el metro cuadrado más alto en Colombia? ¿Puede esto disminuir la demanda en la ciudad?

Percepción de Parque Inmobiliario en el sector:

- ¿Cree usted que Parque Inmobiliario se encuentra bien posicionado en el mercado inmobiliario de Bucaramanga?

Acerca de Parque Inmobiliario:

- ¿Usted como gerente de ventas de la constructora Urbanas S.A. que tiene tanta experiencia en lo que se refiere a servicio durante el proceso de venta, en una palabra como usted describiría el servicio de Parque Inmobiliario?
- Debido a la relación directa que usted tiene con los asesores de ventas de Parque Inmobiliario ¿Cómo evaluaría usted el servicio que ellos prestan?
- cuando usted escucha la palabra Parque Inmobiliario ¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza?
- Según su experiencia ¿Qué le recomendaría a Parque Inmobiliario para la mejora en sus servicios?

Prestación de servicio de las inmobiliarias:

- Dentro de las inmobiliarias que trabajan con urbanas S.A ¿Cree usted que Parque Inmobiliario se destaca entre ellas? ¿Cómo?

Algo más que me quiera compartir para enriquecer la conversación?

Agradecimientos

Anexo D. Guía entrevista a competidor directo en el sector de arriendos/ventas

Acerca de su Empresa:

- ¿En qué rama del sector Inmobiliario se especializa su empresa?
- ¿Qué tan fuerte es la competencia de los arriendos en el sector Inmobiliario?

Acerca de Parque Inmobiliario:

- Según su experiencia. ¿Cree usted que Parque Inmobiliario es un competidor fuerte para usted?
- Si la anterior respuesta es NO.
- ¿Qué le haría falta para ser un competidor fuerte?
- Cuando usted escucha en nombre de Parque Inmobiliario ¿Qué es lo primero que se le viene a la cabeza?
- ¿Qué piensa usted acerca del servicio de Parque Inmobiliario?
- Según su experiencia ¿Qué le recomendaría a Parque Inmobiliario para la mejora en sus servicios?

Prestación de servicios de las Inmobiliarias:

- Dentro de las Inmobiliarias de Bucaramanga ¿Cree usted que Parque Inmobiliario se destaca entre ellas?

¿Algo más que me quiera compartir para enriquecer la conversación?

Agradecimientos

Anexo E. Guía encuesta Parque Inmobiliario

Buenos días/tardes; Soy _____, en la actualidad nos encontramos realizando un estudio sobre los intereses sobre ventas de bienes raíces en la ciudad de Bucaramanga y quisiéramos saber si usted nos colaboraría con la resolución de las preguntas que se encontraran a continuación.

¿Bajo qué estrato llegan los recibos públicos en su hogar? 1 ___ 2 ___ 3 ___ 4 ___ 5 ___ 6 ___

¿Qué edad tiene? Menos de 30 años ___ 30-39 años ___ 40-49 años ___ 50-59 años ___ 60 o más ___

1. Nombre: _____

2. Sexo : Femenino ___ Masculino ___

3. ¿A qué medios acude a la hora de buscar un inmueble ya sea para compra o arriendo? (Marque de 1 a 3, siendo 1 el medio al que más acude y 3 el medio al que menos acude)

1. Periódicos ___

2. Panfletos ___

3. Vallas publicitarias ___

4. Referencias de amigos ___

5. Otros ___

4. ¿De las siguientes inmobiliarias que se presentan a continuación, ¿Cuál o cuáles conoce o ha ido mencionar? (Dirigirse al Tarjetón anexo).

5. ¿A la hora de pensar en hacer una inversión usted la haría en...?: (Elección Múltiple).

a. Bolsa de Valores ___ b. Agricultura ___ c. Bienes Raíces ___

d. Otro ___ ¿Cual? _____

6. Cuando toma la decisión de invertir un inmueble, ¿cuál de las siguientes opciones le llama la atención? (Elección Múltiple).

a. Casa ___ b. Apartamento ___ c. Lote ___ d. otros ___ ¿Cuáles? _____

7. Los siguientes servicios Inmobiliarios le parecen:

Acompañamiento directo

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

Calidad en servicio

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

Rapidez a la hora de encontrar inmueble

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

Honestidad por parte del asesor durante el proceso de búsqueda

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

Dominio del tema por parte de los asesores

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

Credibilidad de la organización

Muy Importante ___ Algo Importante ___ Nada Importante ___

8. ¿Cuál de las siguientes Variables considera de mayor importancia a la hora de adquirir un inmueble? Marque 3 de las variables y enumérelas de 1 a 3 (siendo 1 la de mayor importancia y 3 la de menor importancia) (Encuestador, recuerde que debe marcar de 1 a 3 según importancia)) TARJETA

Calidad del inmueble	
Ubicación (cercanía, c.c , cole.. etc)	
Estrato	
Tamaño de vivienda	
Recomendación de terceros	
Evaluación del valor del metro cuadrado	

SERVICIO AL CLIENTE

1. Por Favor describa el servicio al Cliente de Parque Inmobiliario.(Diferencial Semántico)

Amable ___ Antipático Efectivo ___ Inoperante
 Ágil ___ Demorado Lo Mejor ___ Lo peor

2. Califique de 1 a 5 (siendo 5 excelente y 1 pésimo) las estrategias publicitarias que utiliza Parque Inmobiliario para captar la atención de los usuarios?

a. Excelentes ___ b. Buenas ___ c. Regulares ___ d. Malas ___ e. Pésimas ___

Tarjetón

¿De las siguientes inmobiliarias que se presentan a continuación, ¿Cuál o cuáles conoce o ha ido mencionar?

Inmobiliaria		X
Era Inmobiliaria E.U		
Jaime Lizarazo y Carmenza Valderrame E.U.		
Urbanas S.A		
Gustavo Puyana Ltda.		
Parque Inmobiliario Gómez Borrero y Cía. S en C.		
Inmobiliaria María Eugenia Parra E.U.		
Yolanda Pereira E. U		
Silvia mutis Inmobiliaria E.U		
Inmobiliaria Gabriel Puyana		