



UNIVERSIDAD ANDRÉS BELLO  
FACULTAD DE INGENIERÍA  
ESCUELA DE OBRA CIVILES

EVALUACION DE FACTIBILIDAD EN PROYECTO DE REMODELACION DFL2  
EN LA COMUNA DE PROVIDENCIA

Memoria para optar al título de Ingeniero Constructor

LUCAS MEZA MAGUIRE

Profesor Guía

JORGE DEPALLENS ARANA

SANTIAGO DE CHILE

ENERO 2017

## Índice

Resumen .....	5
Introducción.....	7
Objetivos.....	10
Decreto con Fuerza de Ley N° 2.....	11
Antecedentes Generales.....	14
Análisis de Mercado.....	16
Análisis de la oferta.....	17
Análisis de la Demanda.....	17
Gráficos de la demanda .....	18
Conclusión de la demanda.....	22
Diagnóstico y optimización situación actual .....	24
Limitación de precio .....	24
Pensar en el futuro.....	24
Cambios de evolución poblacional .....	24
Elección de equipo de trabajo .....	24
Conocer el ambiente.....	25
Recuperación del capital invertido .....	25
Logro e interpretación del concepto apropiado .....	25
Análisis FODA .....	27
Análisis de Porter .....	28
Competencia de mercado.....	28
Potencial Competencia.....	28
Sustitutos.....	29
Proveedores.....	29
Consumidores.....	29
Estudio de mercado .....	30
Consumidor .....	30
La competencia .....	30
Análisis del sistema de comercialización del producto .....	30

Proveedores.....	31
Análisis de la oferta:.....	31
Definición del producto:.....	32
Distribución.....	32
Publicidad.....	33
Estrategias de desarrollo.....	33
Estrategias de crecimiento.....	33
Demanda.....	34
Análisis del medio.....	34
Factores económicos.....	34
1. Socioculturales.....	34
2. Tecnológicos.....	34
3. Políticos o legales.....	35
Estudio técnico.....	35
Flexibilidad.....	38
Información Recopilada.....	38
¿Por qué es posible participar en este mercado?.....	38
¿Cómo realizar una buena elección al remodelar?.....	39
¿Principales focos de problemas?.....	39
Datos preliminares del proyecto.....	40
Precios asociados a la remodelación.....	41
Segregación de costos.....	42
Capital de Trabajo.....	44
Flujo de caja bruto UF.....	45
Financiamiento inicial material.....	45
Financiamiento Hipotecario.....	46
Flujo De caja Neto.....	47
Conclusión.....	48
Glosario De Terminos en la Tesis.....	50
Web-Bibliografía.....	51



## Resumen

El objetivo de la empresa que se desea formar para entrar a competir en el mercado de compra, venta y remodelación de casas DFL2 es mantener la historia de los barrios más homogéneos de Santiago tales como Ñuñoa, Providencia, Vitacura, Las Condes, o sectores como Parque forestal y Barrios Lastarrias, en cuanto a lo tangible, ya que, como empresa constructora e inmobiliaria lo que se busca siempre es mantener el aspecto de la vivienda, la fachada exterior de un Santiago tradicional, realizando solo remodelaciones interiores; con el propósito de abaratar costos aprovecharemos la calidad de construcciones que mantienen las casas antiguas, en cuanto a sus terminaciones y obra gruesa. La finalidad es proponer a los posibles usuarios ampliar el espacio del hogar, entregándoles confort y opciones a una mejor calidad de vida.

Este proyecto de compra, venta y remodelación de propiedades lleva consigo diferentes tipos de estudios previos para la ejecución final o aprobación de éste, en cuanto ver si efectivamente es viable realizar esta idea. Los estudios de pre-factibilidad como el análisis de mercado, costos asociados, análisis FODA entre otros, serán de suma importancia para nuestra posterior aprobación del proyecto. Sin embargo, hay que tener en cuenta una correcta adaptación a los diferentes ambientes, es decir, saber qué es lo que se debe mantener y lo que se debe rehacer o crear, para así aumentar su nivel de plusvalía generando mayores ingresos por proyecto, sea abaratando costos, minimizando pérdidas, rapidez y exactitud en la ejecución y buscar los mejores métodos para implementar las soluciones adecuadas en cuanto a problemas presentados como empresa dentro del rubro de compra, venta y remodelación de propiedades.

Para obtener resultados óptimos es muy importante ser minuciosos y acertados en la búsqueda y recopilación de datos, en cada una de las tareas asociadas a la remodelación y entrega final de la vivienda. Nuestros parámetros establecidos en las remodelaciones, se encuentran en los más altos estándares, para así lograr prestigio asociado a nuestro trabajo, todo esto en conjunto con la calidad y estándares de diseños vanguardistas, con la finalidad de apuntar a un público o perfil específico, que solicite servicios particulares que mejoren su calidad de vida.

## **Introducción**

Al momento de entrar al rubro remodelación de casas, se cuenta con varios factores que determinarán la finalidad del proyecto.

Si se analiza la propuesta de proyecto en cuanto a la compra, venta y remodelación de una vivienda que cuenta con un gran terreno como es lo habitual de encontrar en los barrios homogéneos de Santiago tanto como Providencia, Las Condes, Ñuñoa y Vitacura, lo más lógico es demoler y realizar una construcción en altura, lo cual es la solución óptima para satisfacer las necesidades de un Santiago actual, ya que se busca aprovechar el total de los terrenos. Es importante como constructor, tener capacidad visual que trascienda sobre el proyecto actual y aquilatar lo que es correcto, es decir, si realizar un cambio de impacto visual dentro de los barrios emblemáticos de Santiago o mantener la esencia de la ciudad. El buen criterio que se quiere representar como empresa dedicada a la compra, venta y remodelación de vivienda para entrar al mercado con un valor agregado es mantener la esencia de lo tradicional de los barrios que se van a intervenir con los futuros proyectos de remodelación. Esto conlleva a utilizar todas las herramientas y conocimientos de constructor como un verdadero arte en su uso.

De acuerdo con lo anterior es posible realizar una comparación sobre la construcción y el arte, ya que el principal motivo para hacer este proyecto es mantener la identidad y esencia de un Santiago clásico y no afectar bruscamente los barrios que mantienen esta identidad con nuevas construcciones que cambiarían el entorno de manera abrupta e invasiva. En efecto, el principal objetivo no es desarrollar un nuevo proyecto y tener grandes ganancias, si no, estar satisfecho con el aporte que se hace a la comunidad manteniendo un entorno armónico. No obstante, aunque las utilidades sean menores, sigue siendo un mercado rentable.

Se plantea trabajar con casas que gocen de ciertas condiciones de privilegio en su construcción y superficie útil tales como, paredes divisorias estructurales, baños amplios, altura piso a cielo mayor a 2,4m, segmentación de espacios acorde en uno o dos pisos, terrenos amplios. A su vez estas otorgan un valor adquisitivo mayor de post-venta. Se busca clasifiquen dentro del DFL2, que trae consigo diversos beneficios.

Se debe considerar estructuración de estas casas, se notara que son construcciones que a pesar de tener 50 años de construidas, se encuentran en buen estado, algunas con sus muros perimetrales y divisorios son 100% de hormigón, los muros de los baños y cocina están revestidos de azulejos y/o cerámica, y otras terminaciones como pasamos de escaleras terminados en roble, pisos de parquet, vigas a la vista, ventanas de medio punto, que elevan la calidad estética de éstas.

También se debe conocer el mercado en donde se involucrara la empresa de compra, venta y remodelación que se desea formar, esto conlleva una serie de supuestos, ya que, la planificación de estos trabajos debe ser de extrema importancia, debido a que cada falla nos afectará económicamente.

Es importante tener en cuenta hacia dónde va dirigido el mercado en la construcción, para así situarse de forma estratégica dentro de la oferta que se puede generar y la demanda que existe en el país. Por lo general las variaciones tienden a ser cíclicas, por ende, gracias a los estudios se dará a conocer en qué momento es bueno invertir en ciertos tipos de proyectos. El negocio de bienes raíces hace un tiempo fue creciendo paulatinamente debido a los escenarios positivos generados por el auge de la construcción y a su vez, por la disponibilidad de suelos propicios para la edificación.

Según Claudia Ramírez, quien realizó un estudio presentado en el diario El Mercurio, en el cuerpo de “Economía y negocios” e “Indicadores de actividad



económica macro entregado por SOFOFA”, podemos concluir que, hoy en día la situación es sumamente controversial, primero por la limitación de espacios en donde construir, la desaceleración del crecimiento a nivel país, y a su vez no menor, la reforma tributaria. Todo esto en sumatoria, logra una caída en la inversión por parte de los privados en el negocio inmobiliario, logrando un terreno de incertidumbre en el criterio económico, teniendo que empezar a generar estrategias de lobby para conseguir más permisos, o permitir la entrada de inversionistas extranjeros. Esto da espacio al ingreso de nuevas empresas para que ingresen al mercado inmobiliario, específicamente con proyectos de remodelación.

## Objetivos

Objetivos principales del proyecto:

- Determinar si el proyecto de compra, remodelación y venta de un inmueble, es una opción económicamente factible.
- Realizar estudios necesarios para la obtención de datos fidedignos (Análisis Financiero, Análisis Económico, Análisis Social, Análisis Externo)
- Verificar variables económicas con el fin de determinar la rentabilidad del proyecto
- Determinar conclusiones referentes a los indicadores presupuestados a cierto tiempo.

Objetivos secundarios del proyecto:

- Conocer los tipos de casas que se quieren intervenir
  - Decreto con Fuerza de Ley N° 2.
- Adecuar la distribución de la vivienda a las necesidades de hoy.
- Mantener el entorno armónico.

## **Decreto con Fuerza de Ley N° 2**

Extractos de la ley en los cuales debemos poner atención:

Se considerarán viviendas económicas para los efectos del presente decreto con fuerza de ley, las que se construyan en conformidad a sus disposiciones, tengan una superficie edificada no superior a 140 metros cuadrados por unidad de vivienda y reúnan los requisitos, características y condiciones que determine el Reglamento Especial que dicte el Presidente de la República.

Las disposiciones del presente decreto con fuerza de ley no constituyen modificación ni derogación de la ley N° 9.135, de 30 de octubre de 1948.

Para los efectos de lo dispuesto en la letra b) del artículo 31 y en los artículos 38, 56, 76, 78, 79 y 81 de este decreto con fuerza de ley, se entenderá que son también viviendas económicas las viviendas que la Corporación de la Vivienda tenía en construcción o las que ésta y la ex Caja de la Habitación habían construido con anterioridad a la vigencia de este decreto con fuerza de ley.

Los edificios ya construidos, al ser alterados o reparados se transformaran en viviendas de una superficie edificada no superior a 140 metros cuadrados por unidad de vivienda, pudiendo acogerse a los beneficios, franquicias y exenciones de las viviendas económicas, y se considerarán como tales para todos los efectos legales, siempre que reúnan las características, requisitos y condiciones que se determinan en este decreto con fuerza de ley, en el título IV del decreto con fuerza de ley N° 458 de Vivienda y Urbanismo de 1975, Ley General de Urbanismo y Construcciones, en el Reglamento Especial de Viviendas Económicas y en los casos que corresponda, cumplan los requisitos de la ley N° 6.071 y su Ordenanza. El permiso de alteración o reparación, una vez aprobado por la Dirección de Obras Municipales, deberá reducirse a escritura pública en la forma y condiciones que determina el artículo 18 del presente decreto con fuerza de ley.

El Presidente de la República podrá fijar áreas urbanas en las ciudades donde deberán ser construidas las viviendas económicas, para que se consideren incluidas en el presente decreto con fuerza de ley. También podrá autorizar su construcción en sectores rurales que él mismo determinará, siempre que ellas se destinen a habitaciones para centros industriales, agrícolas o mineros.

Los loteamientos y las urbanizaciones destinadas a viviendas económicas, y la construcción de éstas se regirán exclusivamente por las disposiciones pertinentes de la Ley General de Urbanismo y Construcciones, aprobada por Decreto con Fuerza de Ley N° 224 de 1953, con las modificaciones que se establecen en este decreto y por el Reglamento Especial de viviendas económicas que dictará el Presidente de la República.

Los grupos habitacionales de viviendas económicas podrán tener locales destinados a establecimientos comerciales, servicios públicos o de beneficio común, siempre que estas destinaciones no excedan del 20% del total de la superficie edificada en cada grupo. Sin embargo, cuando los conjuntos habitacionales se compongan exclusivamente de edificios de departamentos o colectivos, de tres o más pisos de altura, estos locales podrán alcanzar hasta el 30% de la superficie edificada.

Las rentas que produzcan las viviendas económicas no se considerarán para los efectos del Impuesto Global Complementario ni Adicional, y estarán, además, exentas de cualquier impuesto de categoría de la Ley de Impuesto a la Renta. Igual tratamiento tendrán las rentas provenientes de la enajenación de "viviendas económicas" que se obtengan en cumplimiento de un contrato de arrendamiento con opción de compra, salvo que el transferente sea la empresa que construyó dichas viviendas.

Las exenciones establecidas en el inciso anterior se aplicarán también, en aquellos casos en que el inmueble sea ocupado por su dueño.

Gracias al extracto del decreto con fuerza de ley que se menciona anteriormente, se sabe por qué este tipo de construcciones son tan cotizadas el día de hoy. Al ser casas antiguas llaman mucho más la atención que las construcciones

modernas, ya que éstas se encuentran emplazadas en barrios residenciales donde se puede optar por una buena calidad de vida y se encuentran ubicadas en lugares céntricos de Santiago.

## Antecedentes Generales

Acondicionar, remodelar y vender una vivienda usada, puede ser un negocio muy rentable si se manejan los códigos de la industria de bienes raíces como corresponden. En este ámbito de la industria también existen riesgos, uno de los más preocupantes es el de sobre invertir y no lograr un retorno de capital interesante para el inversionista.

El precio de una vivienda remodelada puede ser entre un 20 y un 50% superior que la vivienda sin ningún arreglo<sup>1</sup>. Esto va a depender del valor agregado del inmueble y de la calidad de la remodelación de la obra, entre otra gama de aspectos, como la cercanía al metro, el nivel de equipamiento comercial en la zona, colegios, etc.

Estudios muestran que las viviendas que se encuentran deshabitadas, se venden de forma lenta, ya que los potenciales compradores lo que buscan es un hogar que ya esté disponible para habitarlo. Aunque los precios de estas casas sean bajos, la inversión que deben hacer sobrepasa sus presupuestos, lo que hace que les sea más conveniente optar por algo nuevo. Sin embargo, el negocio de comprar propiedades de bajo costo o en remates y luego remodelarlas en el menor plazo posible, hace que el negocio de las remodelaciones para la empresa sea muy interesante, ahorrándoles este trabajo a los usuarios inexpertos en el tema<sup>2</sup>.

En este caso el análisis de evaluación de este proyecto se va a centrar en una vivienda por comuna, los expertos dicen que al momento de operar 10 a 15 inmuebles simultáneamente, se tiene un equipo y una estandarización que permite manejar economías de escala y hacer el trabajo de forma óptima y rápida.

---

<sup>1</sup> Crece interés por remodelar casas, Francisco Urroz, Economía y Negocios.

<sup>2</sup> Francisco Vicuña, Diario la Tercera, La apuesta por una casa restaurada

Algunos aspectos para tomar en cuenta al remodelar viviendas, es el desarrollo de espacios cómodos y acogedores, que cuenten con buena luminosidad, además de tratar de mantener revestimientos, baldosas y pisos antiguos, que se encuentren en buen estado para así también abaratar costos con lo que se pueda rescatar de la infraestructura.

Uno de los puntos más relevantes al momento de comprar el inmueble es fijarse en su ubicación. En esta competencia, la ubicación es uno de los principales atractivos de las viviendas usadas, ya que los proyectos nuevos al no encontrar espacios propicios para construir dentro de la ciudad tienen que irse a la periferia, las personas acostumbradas a vivir en barrios homogéneos quieren seguir viviendo en ellos y al no haber oferta de viviendas nuevas comienzan a buscar otras opciones<sup>3</sup>. En Santiago los sectores más atractivos en el negocio de las remodelaciones, son principalmente Vitacura, Las Condes y Providencia. En estos sectores la plusvalía puede llegar a ser de dos a tres veces la inversión inicial.

---

<sup>3</sup> Rodrigo de la Cruz Benapres, decano de la Facultad de Arquitectura, Urbanismo y Paisaje de la Universidad Central, El mercurio

## **Análisis de Mercado**

Es necesario generar otras rutas y abrir el mercado hacia diferentes opciones, teniendo en cuenta barrios donde se puede producir un negocio nuevo que sea factible.

Respecto a lo anterior, el negocio de compra, remodelación y venta de un bien inmobiliario es rentable, específicamente en ciertos sectores de la capital y centrados en un sector socioeconómico en particular<sup>4</sup>. Las zonas focalizadas son las de Providencia, en los barrios de Pedro de Valdivia Norte, Avenida Italia, Carlos Antúnez y Bilbao con Tobalaba. En Vitacura, los lugares favoritos son Plaza Lo Castillo y Villa El Dorado. En Santiago Centro, el Parque Forestal es un clásico, además del barrio Lastarria. Claramente esto está ligado a la necesidad social de las personas de centralizarse en lugares donde su empleo esté más cerca de su hogar, y además de situarse en zonas donde la tasa de delincuencia sea baja.

Pero para poder obtener una rentabilidad y una alta demanda en este negocio, es necesario poner énfasis en variables estructurales, estéticas, cualitativas, etc. (estilo de construcción, historia del edificio, entre otras).

Hacer un análisis de la demanda y de la oferta se vuelve totalmente esencial para lograr un estudio y mercado efectivos.

---

<sup>4</sup> Norbert Lui, Gerente de Fuenzalida Propiedades, El Mercurio



## **Análisis de la oferta**

Paulatinamente el negocio de remodelar viviendas, casas o departamentos, ha crecido en diferentes sectores de la región metropolitana, especialmente en el sector oriente, donde la oferta de inmuebles de este tipo es escasa, por ende, los precios del servicio se incrementan, siendo un sector propicio para este tipo de negocio. Dada su poca capacidad de inversión, los proyectos no son en gran cantidad durante el año, pero, aun así, hay un margen de ganancias que es óptimo<sup>5</sup>.

La inversión inicial se vuelve un tema principal en la generación de este proyecto, para la auto sustentación a lo largo de su ciclo de vida.

## **Análisis de la Demanda**

Se evidencia una alta demanda frente a una oferta baja, esto se evidencia directamente tanto en los precios altos del servicio y a la vez en el sector socioeconómico al que está dirigido el proyecto. En este caso los sectores socioeconómicos a los cuales irá dirigido el proyecto serán AB (ingreso promedio familiar \$8.000.000), C1a (ingreso promedio familiar \$4.236.500) y C1b (Ingreso promedio familiar \$1.500.000) los que se distribuyen según *Criteria Research*, los cuales probablemente serán los potenciales consumidores del servicio que cuenta con altos índices de calidad. Las comunas a las que será enfocado el proyecto son: Ñuñoa, Providencia, Las Condes y Vitacura.

---

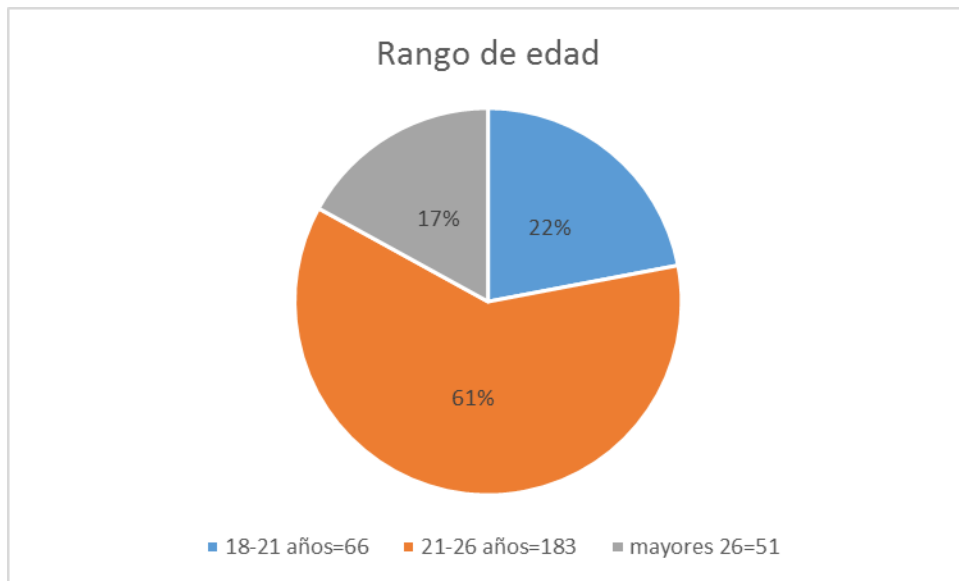
<sup>5</sup> Carolina Ubilla Bornand, Economía y Negocios

## Gráficos de la demanda

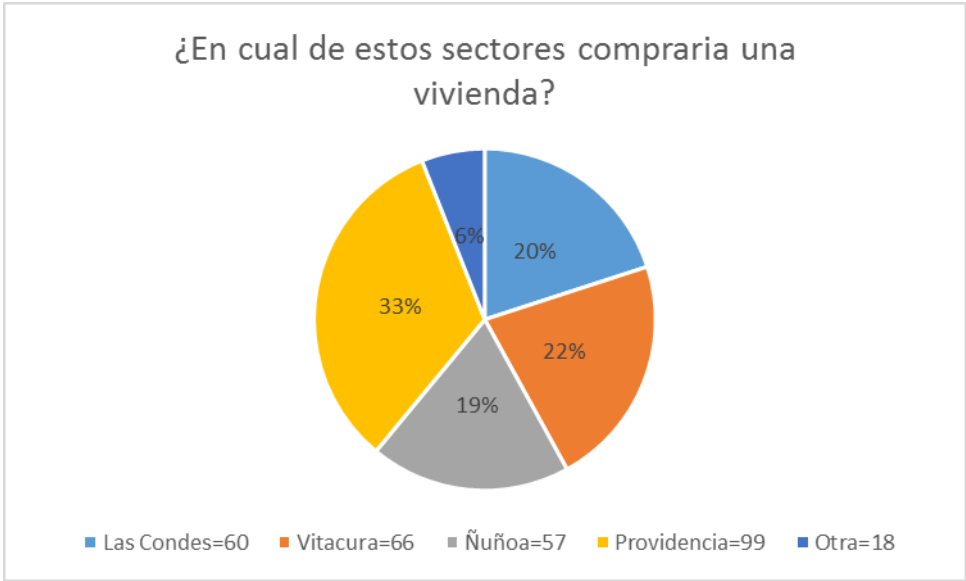
A continuación, se representan los datos de encuesta para conocer cómo es el comportamiento de la demanda en este tipo de negocio.

Total de personas encuestadas, 300.

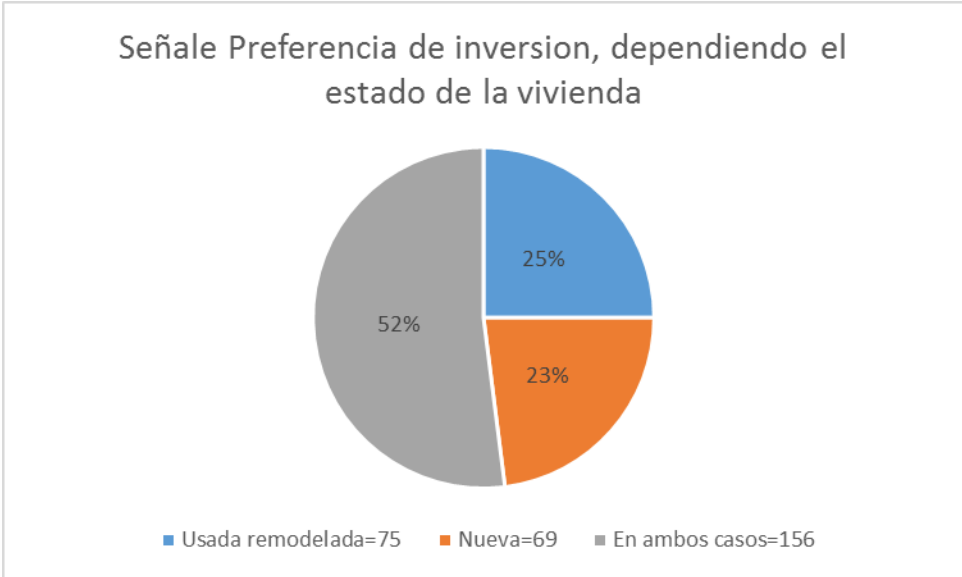
Perteneciente a sector socio económico AB, C1A y C1B, de igual manera se consultó al sostenedor familiar.



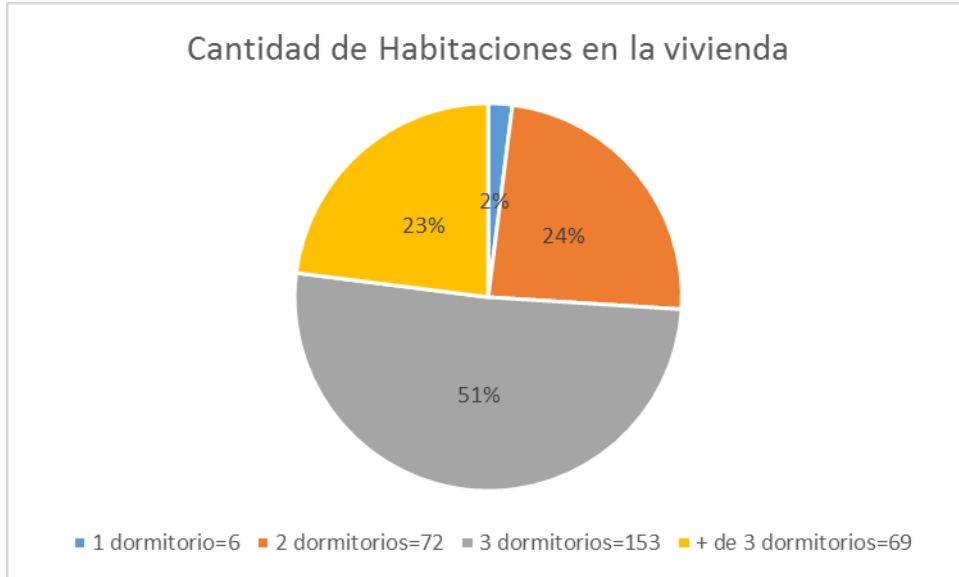
\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire



\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire



\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire

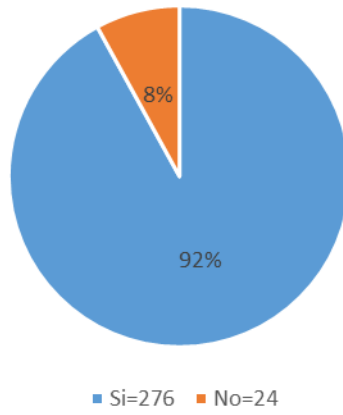


\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire



\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire

¿Te atrae la idea de invertir en una vivienda remodelada?



\*Fuente Propia, Lucas Meza Maguire

## **Conclusión de la demanda**

Luego de cerrar la encuesta realizada, con un número de 300 personas, pertenecientes al segmento socio económico AB, C1A y C1B a los cuales la empresa de compra, venta y remodelación quiere apuntar y a su vez que se considera representativo del comportamiento de la sociedad según las tablas de probabilidad, se puede aseverar que esta idea de remodelación de departamentos o casas resulta ser bien acogida por el universo encuestado, ya que a más del 90% de personas le atrajo la idea de comprar departamentos remodelados con altos estándares de calidad, lo que apunta hacia las expectativas de demanda que se pueden ver reflejadas al minuto de colocar en marcha el proyecto.

Al referirse al mejor lugar donde se podría invertir, son prioritarios los sectores de Providencia, Las Condes, Vitacura y Ñuñoa, correlativamente, como preferencia de las personas. Bajo esta premisa, el sector fuerte en cuanto a la búsqueda de viviendas para remodelar será Providencia, lugar que escapa del resto de los sectores, con casi un 50% de las preferencias.

Ahora si se observa los resultados obtenidos, la vivienda remodelada con mayor requerimiento por las familias actuales, sería una vivienda con dos baños y tres habitaciones, esto se denota en los gráficos donde se demuestra que las preferencias ascienden a 70% en baños y 50% en habitaciones respectivamente.

No obstante, por otro lado nos encontramos con un punto en contra, lo que se refleja como la arista más débil bajo los resultados entregados por la encuesta, esto es que al minuto de equiparar las preferencias de inversión, nuestra opción se ve confrontada por la adquisición de viviendas nuevas. Se puede decir, que la demanda que existe en cuanto a la compra de

viviendas, es igualada tanto por las viviendas remodeladas como por las viviendas nuevas. Este resultado genera un gran contraste con la pregunta final de la encuesta, "¿te seduce invertir o comprar una vivienda remodelada de altos estándares de calidad?", el resultado a esta pregunta tiene más de un 90% de preferencias, por lo tanto se puede inferir que las preferencias de compra de viviendas se transforma en una competencia si las casas se encuentran remodeladas bajo altos estándares de calidad y diseños de vanguardia, ya que en el caso que la remodelación sea estándar, la población en general, no se verá altamente seducida por la compra de este inmueble y optará por la adquisición de una vivienda nueva. Si nos apoyamos en esta referencia, la idea de remodelar con altos estándares, resulta ser la mejor opción para entrar al mercado y competir, pudiendo así captar la mayor cantidad de la demanda insatisfecha dentro del círculo de la adquisición de viviendas y que éstas cumplan con la mayor cantidad de exigencias posible.

## **Diagnóstico y optimización situación actual**

**Limitación de precio:** Al minuto de intervenir en remodelaciones, es necesario analizar los precios de las viviendas cercanas, para así competir dentro de los parámetros esperados por las personas que se interesan y buscan hogar en el sector en el cual está ubicado el proyecto.

**Pensar en el futuro:** Cuando pensemos en remodelar una vivienda, lo óptimo será pensar en modificaciones o restauraciones acorde a las solicitudes necesarias en la época actual, sin dejar de lado los posibles cambios que se podrían venir a corto plazo para que esta vivienda no quede retrasada en su composición, ya sea por tecnología, nuevas normas constructivas o también por restricciones de consumo u otras condicionantes que pueden generar descontento en las personas que puedan adquirir esta vivienda o también restarles poder adquisitivo.

**Cambios de evolución poblacional:** Es importante obtener los indicadores de venta de viviendas, por ejemplo, la cantidad de dormitorios que se están solicitando mayormente en el sector, los baños apropiados y los espacios necesarios para solventar todas las comodidades que cada familia necesita, lógicamente que estos parámetros serán diferentes dependiendo de cada sector característico (AB, C1a, C1b), por lo que es prioridad acotarlos muy bien.

**Elección de equipo de trabajo:** Es difícil adoptar un proyecto de remodelación de forma solitaria, es por lo mismo que escoger al grupo de trabajo es fundamental para un buen resultado al final del trabajo. El líder deberá escoger adecuadamente al personal, en lo posible, calificado para realizar las acciones debidamente y como ya se encuentra estipulado en cada una de las especificaciones técnicas, a cabalidad. Sin embargo, encontrar el mejor equipo para un proyecto de remodelación, va más allá de una simple



revisión de referencias. Por ejemplo, un arquitecto podría tener diferentes visiones de diseño, por lo cual hay que ser muy selectivo al minuto de escoger cada componente del equipo.

**Conocer el ambiente:** Es importante saber cómo se comporta el clima en donde se va a realizar el proyecto de remodelación, para así tomar las mejores decisiones en cuanto a los materiales y técnicas de reconstrucción y posiblemente agregar nuevas tecnológicas o adecuar la vivienda a las solicitudes específicas del lugar. También una buena remodelación lleva de la mano corregir los problemas de flujo, mejorar la apariencia y aumentar el valor en general.

**Recuperación del capital invertido:** Lógicamente el trabajo de campo que se realice antes de comenzar el proyecto va directamente relacionado con lo que se va a gastar y como se verá la remodelación acabada. A menudo, una remodelación tardará años en recuperar la inversión completa, en el caso de arrendarla de forma posterior, se considera una buena inversión cuando se logran ganancias por sobre el 20% del capital invertido final, que es justamente a lo que queremos apuntar al minuto de vender la vivienda ya remodelada.

**Logro e interpretación del concepto apropiado:** Es vital conseguir un concepto de vivienda apropiada en el cual apuntemos al sector específico de personas a las que queremos llegar, ya sea por los altos estándares de tecnología, diseños vanguardistas y extravagantes, sin caer en la sobreestimación de este mismo, que puede llegar a ser fatal en algún caso. Los tecnicismos apropiados son fundamentales para dar con el acabado final perfecto. La idea de encontrar este concepto “perfecto” es aglomerar la mayor cantidad de virtudes posibles dentro de nuestro trabajo de remodelación, siendo el conjunto apropiado la suma de tecnología de punta, diseños de muy alta gama, los cuales resulten atractivos para las personas que podrían habitar posiblemente la vivienda, terminaciones perfectas apegadas rigurosamente a

las especificaciones técnicas pensadas y estipuladas en el proyecto, estándares de calidad de vida altos y que la vivienda nos entregue el mayor confort posible al minuto de hacer uso de cada una de las locaciones de ésta.

## Análisis FODA Para Empresa Compra, Venta y Remodelación Casas DLF2

<p><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Enfocada a la diferenciación por medio de soluciones y ejecuciones de "elite".</li> <li>• Cumplir con los plazos estipulados por medio de un buen equipo de trabajo conformado.</li> <li>• Implementación de un buen servicio dentro de toda su ejecución.</li> <li>• Garantía de un buen funcionamiento post venta.</li> </ul>	<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capital retenido o incertidumbre del retorno de la inversión, que no se sabe el tiempo que demorará en vender la propiedad.</li> <li>• Sobre valoración de las edificaciones en las subastas.</li> </ul>
<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gran Mercado, las empresas dedicadas el rubro son de pequeña escala (pocos players).</li> <li>• Poca participación de competencia exterior, grandes empresas dedicadas a la construcción están interesadas en la creación de nuevos proyectos inmobiliarios.</li> <li>• Gran demanda, ya que la tendencia donde se apunta es a mantenerse cerca de la ciudad en comunas homogéneas.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre exigencia de trabajadores en el ámbito RR.HH al ser equipos de trabajos conformados por poco personal.</li> <li>• Vulnerable a las inflaciones de precio por parte de los compradores intermedio.</li> <li>• Posible entrada de grupos arquitectónicos al rubro.</li> <li>• Receso económico, por lo cual la gente decida no invertir comprando nuevas propiedades.</li> </ul>

## **Análisis de Porter**

### **Competencia de mercado.**

Dentro de las principales empresas que están posicionadas fuertemente en el mercado, podemos encontrar a:

- Francisco Vicuña, propiedades y arquitectura.
- Arata.
- Construcciones y remodelaciones Chile.
- Construtek.

Estas constructoras llevan un recorrido de 20-40 años de experiencia dentro del mercado, por lo cual, tienen y saben cuáles son los riesgos con los que se corre, ya que el producto que entregan se encuentra en un estado de madurez. Estos al ser una competencia cerrada y pequeña pueden manejar el mercado de mejor forma, lo cual, como competidores, cerrarán las posibles puertas de entrada al momento de querer adquirir una edificación donde se quiera trabajar, sin embargo, al ser empresas pequeñas, no hay grandes influencias, por ende, se puede entrar en la competencia para seguir participando y luchando por la adquisición de actividades dentro del mercado

### **Potencial Competencia.**

Dentro de los posibles agentes que quieran entrar y participar dentro del mercado, se encontrarán empresas innovadoras extranjeras, ya que existe una gran difusión vía internet, donde se encuentra Chile, siendo una de las posibles fuentes de trabajo que se puede elegir. Un claro ejemplo es el medio <http://www.habitissimo.cl>, este sitio da pie para participar al momento de encontrar profesionales que quieran realizar ciertas actividades y compartir ideas posibles para la realización de proyectos, aportando ideas y soluciones en

diferentes países como España, Italia, Brasil, Portugal, México, Argentina, Chile y Colombia.

### **Sustitutos.**

Los bloqueos iniciales del mercado son fuertes por la poca información del consumidor respecto al estilo de modificaciones dentro de un inmueble, entonces optar por nuevos proyectos inmobiliarios realizados en los mismos sectores ya sean condominios de casas o condominios de edificio, es significativo en una etapa inicial.

### **Proveedores.**

Los proveedores pueden ser primarios o secundarios dependiendo de los proyectos activos que se estén realizando y la demanda de material que tengamos. Si se cuenta con una gran demanda se podrá ir directo a los proveedores primarios que necesitemos, sin embargo, si requerimos una mínima cantidad de materiales, nos involucraremos en un mercado intermedio (secundario), donde nuestros proveedores serán las cadenas de retail de venta de materiales, respecto a esto, nos veremos con poco poder de negociación, ya que estas cadenas fijan el precio final y nosotros somos los consumidores finales. Esto nos afectará directamente en el precio de venta, ya que involucra los recursos que queremos adquirir.

### **Consumidores.**

La empresa se sitúa en un mercado de libre competencia, donde el consumidor está interesado en el diseño y calidad del producto, esto afecta directamente el precio final. La comparación de precios puede ser muy variada entre las empresas del rubro, ya que cada uno define el valor final de su producto y estas variaciones pueden ser muy significativas.

El objetivo es descremar, para poder valorizar nuestro producto con el mayor precio del mercado. Lo que se busca es que el cliente valore el producto

final, prefiriendo nuestra empresa por todo el valor agregado que se le entrega al producto.

## **Estudio de mercado**

**Consumidor:** Los potenciales consumidores se encontrarán situados en los rangos AB, CA1 y CB1, los cuales se reúsan a emigrar de las zonas centrales o barrios homogéneos como Providencia, Las Condes, Ñuñoa y Vitacura. Estos se caracterizan por tener un alto poder adquisitivo, por lo que tienen la posibilidad de optar por viviendas antiguas en perfecto estado y con remodelaciones de alto estándar de calidad.

**La competencia:** Los principales agentes que podrían opacar nuestra entrada al mercado son las empresas que se encargan de la venta de viviendas remodeladas o nuevas, que cuentan con varios años de experiencia en el mercado. No obstante, los costos asociados a remodelación se han visto disminuidos levemente en este último tiempo, lo que también puede generar mayores utilidades y la opción de competir se torna más viable.

**Análisis del sistema de comercialización del producto:** Una de las reacciones que se espera que se generen en el mercado al minuto que como S.A se ingrese rubro de la compra, remodelación y posterior venta de las viviendas, será que los competidores reducirán sus utilidades en cuanto a la venta final de los proyectos, como también el aumento de las tarifas al minuto de adquirir las viviendas para así generar presiones o riesgos mayores al momento de realizar inversiones más fuertes.

Nuestro principal canal de distribución al promover y vender viviendas, serán las redes sociales y páginas webs. Dentro de las políticas de ventas, estableceremos que se venderán las viviendas a personas que tengan la solvencia de poder cancelar la totalidad de la vivienda o acreditar solidez

económica. En este mercado nos encontramos en presencia de un sistema de competencia perfecta, donde los parámetros de competencia se encuentran claramente establecidos y los poderes de incidencia o manipulación del mercado resultan ser muy complicados y volátiles.

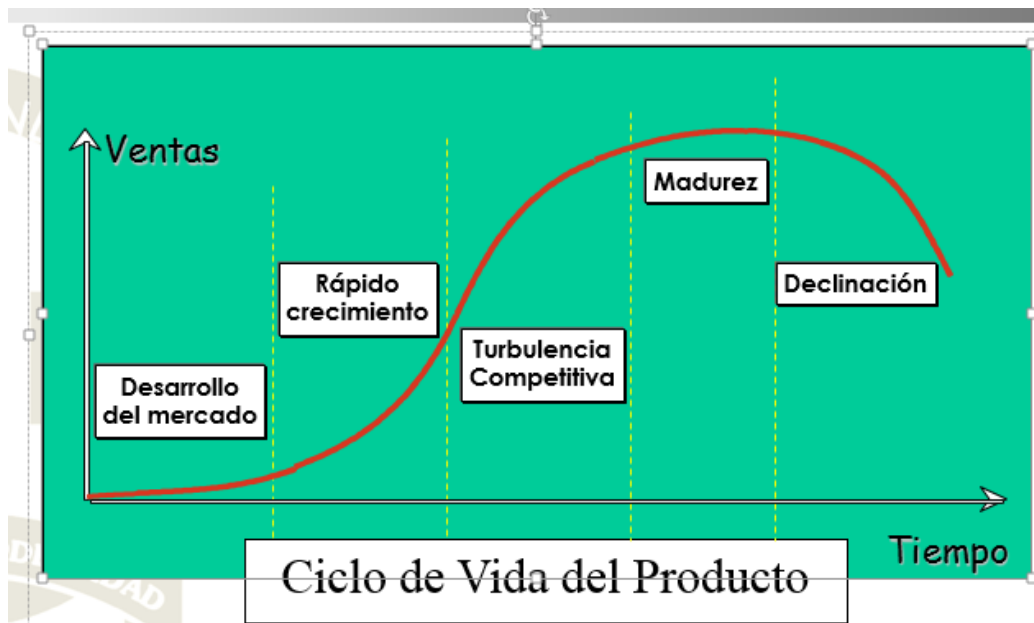
**Proveedores:** Se encuentra a nuestra disposición una alta gama de proveedores a lo largo de cada una de las secciones que nos demanda el proyecto de remodelación. En cuenta a las necesidades generales como, materias primas u otros accesorios tradicionales, nos encontramos con proveedores grandes y sólidos, como por ejemplo HomeCenter, EASY, MTS, etc. Por otro lado, para adquirir algunos elementos más específicos como terminaciones de alta calidad, última generación de implementos para el hogar, para lograr cubrir las necesidades excepcionales de cada uno de los clientes, encontramos empresas con tarifas superiores por el alto detalle de los servicios requeridos, sin embargo, no debemos dejar de destacar que esto no resulta ser un impedimento para llevar a cabo nuestro objetivo final, de hecho nos ayuda a potenciar nuestros objetivos más específicos al minuto de entregar los más altos estándares y toda la mayor vanguardia dentro de las remodelaciones asociadas a los departamentos.

**Análisis de la oferta:**

1. Número de productores: Diversos tipos de productores, ya que existen otras empresas que realizan las mismas actividades a las cuales nos centramos nosotros como S.A.
2. Localización: No se posee una localidad específica como empresa, sino que se cuenta con diversos proyectos los cuales se encuentran en ejecución simultánea (2 proyectos).
3. Capacidad instalada: 2 proyectos, por el primer periodo.

4. Calidad y precio de los productos: Alta calidad y lo último en vanguardia, en conjunto con los precios de mercado estipulados de forma estándar.
5. Planes de expansión: La idea es expandirnos, en el sentido de poder adquirir una mayor capacidad de ejecución, en cuanto a las viviendas que se están remodelando simultáneamente.
6. Inversión fija y número de trabajadores: La inversión inicial para lograr este proyecto es alrededor de 9000 UF. para la realización de una remodelación tipo se contará con una cuadrilla de 4 personas 2 maestros de 1ª y dos ayudantes.

#### Definición del producto:



\*Estudio de mercado, productos y otros PTT, Clases Ev. de Proyecto Jaime Bastias

**Distribución:** No se cuenta con ningún canal de distribución, ya que es la empresa misma la que genera las instancias hasta obtener el producto final y las utilidades.



**Publicidad:** Nuestros medios de publicidad serán las redes sociales, por medio de grupos, mensajes, publicaciones y afiches. Los costos asociados a estos medios publicitarios escogidos por nosotros, no incurren en mayores gastos, por lo que en nuestro caso este ítem queda prácticamente descartado. En cuanto a la técnica utilizada, esta será denotativa, con la finalidad de potenciar y darnos a conocer por la gran calidad del producto final.

**Estrategias de desarrollo:** Dentro de las estrategias básicas se puede encontrar la diferenciación, que es algo fundamental dentro del proyecto, ya que a lo que se apunta es la venta de viviendas de última gama y con los estándares muy altos, lo que tiene cualidades propias y distintivas del resto de la oferta. La empresa al especializarse en el área de remodelaciones de viviendas, se centrará en un grupo específico de compradores, a los que les entregará un producto final que satisfaga a cabalidad las necesidades por sobre los competidores restantes.

**Estrategias de crecimiento:** En primera etapa se propone tener un crecimiento de integración, en el cual la empresa puede mejorar su rentabilidad controlando las diferentes actividades situadas en el sector industrial, es decir, ir poco a poco mejorando y aprendiendo de cada una de las remodelaciones realizadas, siendo cada día mejores en los proyectos futuros. La idea es adquirir un prestigio dentro del rubro, para así posteriormente lograr un crecimiento intensivo al minuto de poner toda la capacidad al máximo, sin pérdidas de tiempo o mala distribución en alguna de las actividades establecidas dentro del itinerario. Todo esto se puede ir implementando poco a poco, a medida que se adquiere la experiencia necesaria y se irá puliendo con el pasar del tiempo.

### **Demanda:**

1. Oportunidad: Todas las personas que estén dispuestas a pagar por una vivienda que tenga altos estándares de calidad, diseño vanguardista y que se encuentre remodelada de forma eficiente y especializada.
2. Necesidad: Suntuaria o lujosa, ya que el poder adquisitivo necesario para la compra de un bien de este tipo debe ser alto.
3. Temporalidad: Esta demanda es continua, ya que siempre va a existir esta necesidad debido a que los lugares habitacionales son cada día más escasos en donde la gente quiere vivir.
4. Destino: Solución habitacional para las necesidades de hoy de modo que los usuarios tengan todo lo esperado que puede entregar una vivienda tanto remodela como nueva.
5. Permanencia: Flujo o stock 2 viviendas en simultaneo.

### **Análisis del medio**

**Factores económicos:** Los factores que más inciden dentro del proyecto, serán los que están relacionados con la empleabilidad, ya que es muy importante el número de personas y la calificación de éstas para realizar un buen proyecto. Este factor está directamente relacionado con el “crecimiento país” debido a que definirá el precio de la mano de obra.

1. **Socioculturales:** El sector sociocultural al cual la empresa apuntará es al más alto, lo que no debería generar grandes contratiempos al minuto de querer realizar una buena inversión.
2. **Tecnológicos:** Es posible cubrir la necesidad de una tecnología específica, gracias a la gran gama de posibilidades vigentes dentro del mercado.

3. **Políticos o legales:** No se encuentra impedimentos, ni políticos ni legales, para realizar este proyecto. De igual forma, existen diferentes parámetros establecidos en el marco legal que se debe respetar, para esto se deben consensuar los estándares asociados y los conductos regulares del servicio de impuestos internos.

### **Estudio técnico**

Equipos y maquinarias: Las cuadrillas en cuestión, serán las encargadas de llevar a obra sus propias herramientas, en caso de que necesitemos de algún artefacto sofisticado o específico, este será arrendado por el tiempo que sea necesario.

Itinerario de acciones para realizar una remodelación TIPO

1.- **Proceso de evaluación completa de la vivienda:** En primera instancia, se requerirá la evaluación del estado de la vivienda, a partir de esta evaluación se definirán las intervenciones que se efectuarán al interior de la vivienda, en relación a esto se deben encontrar los puntos críticos, los sectores en los cuales se tendrá que intervenir y las remodelaciones adecuadas para cada sector, esto dependerá del estado y accesibilidad del inmueble.

1.1.- **Retiro de los muebles:** Generalmente los muebles que se encuentran al interior de la vivienda son los de cocina y logia, equipamiento de baños, closet en dormitorios, u otros que se encuentren al interior del inmueble.

1.2.- **Cocina:** Habitualmente, al ser departamentos antiguos que no cuentan con remodelaciones previas, se debe cambiar todo el sistema que implica para armar una cocina, ya sea desde los quemadores hasta el horno, a veces, se

requiere la instalación de una campana, mesones de trabajo, muebles específicos, lavaplatos y si es necesario se redistribuirá nuevamente la cocina para favorecer su uso.

Al momento de centrarse en el piso y muros de la cocina se hará uso de elementos que sean de alta gama en el mercado, por ejemplo, el porcelanato en el piso y granito o mármol en todas las cubiertas, por otro lado, los artículos de cocina serán principalmente de acero inoxidable.

**1.3.- Living, comedor y hall central:** Dependiendo de las condiciones del piso, se tomará la mejor opción al momento de remodelar, dentro de la gama de posibilidades que se encuentren, en el caso que sea parquet es posible reacondicionar el piso, debido a su buena recepción y estándares tradicionalistas. Por otro lado, si el piso se encuentra en mal estado, muy deteriorado o es de algún otro tipo de material que no cumple con nuestros estándares como empresa, por ejemplo, alfombra, pisos flotantes de mala calidad, entre otros, se procederá a retirar este material y remodelar bajo uno de nuestros ítems.

**1.4.- Muros:** Teniendo en cuenta el estado de estos, para favorecer las necesidades y el diseño, se pueden agregar, modificar y quitar muros divisorios. En cuanto a las modificaciones, está la opción de mejorar su aislación, ya sea acústica o térmica, dependiendo del sector, orientaciones, aprovechamiento de la iluminación, ventilaciones estratégicas, etc. Dentro de los materiales que se utilizarán están las planchas de yeso cartón de alta calidad, lana mineral, fibra de vidrio, pinturas interiores y algunos tipos de revestimientos más sofisticados para favorecer el diseño vanguardista de la vivienda.

**1.5.- Baños:** Este es el sector en el cual se realizará la mayor cantidad de remodelaciones, ya que, por lo general, estos demandan un cambio absoluto. Si el estudio preliminar entrega que la instalación sanitaria tiene deficiencias, se

cambiará el sistema completo, así también si es necesario se redistribuirán los diferentes artefactos. Se procurará utilizar los materiales adecuados para cada función.

1.6.- **Dormitorios:** Principalmente estos experimentarán el cambio total de sus muebles y closet, con el objetivo de optimizar el espacio. Centrándose en los pisos de las habitaciones, estas serán reacondicionadas con madera nativa, debido al gran confort térmico que entrega, junto con su impactante diseño visual y armonía con el medio.

1.7.- **Ventanas:** Con la idea de entregar un confort térmico y acústico apropiado para el nivel de la demanda, se tomará la opción de cambiar la totalidad de las ventanas por termo-panel, este implemento es de gran importancia para lograr el objetivo, debido a que por estos vanos es donde se generan las mayores pérdidas de energía en la vivienda. La idea es ayudar a aprovechar y mantener la calefacción interior, sin volver a generar gastos en tema de calefacción tan recurrentemente.

1.8.- **Cielo:** Este ítem es el más simple y rápido, ya que no requiere mayores modificaciones, básicamente el proceso de remodelación consiste en la limpieza, arreglar los pequeños detalles correspondientes, estucar si es necesario y finalmente pintar.

1.9.- **Iluminación:** Principalmente se privilegiará el rediseño en todos los puntos de iluminación de la vivienda, para así entregar una iluminación estratégica que favorezca el ahorro energético y no se incurra en gastos de iluminación de mala calidad o contar con malas distribuciones de éstos.

1.10.- **Puertas:** La puerta de entrada contará con mejores terminaciones y estará regida bajo estrictos estándares de seguridad. La puerta principal se fabricará con madera nativa, en cuanto a las puertas divisorias de interior serán de madera reconstituida y se repararán las terminaciones.

**Flexibilidad:** Nuestros plazos referenciales nos entregan tiempos prolongados de trabajo al minuto de la remodelación, con la idea de realizar un mejor trabajo y de gran calidad, sin embargo, una vez completado estos plazos, la flexibilidad que se tendrá será nula, ya que el grueso de la inversión ya estará realizado, estas se encontraran estancadas impidiendo volver a realizar futuras inversiones para aplicar la actividad y mejorar la rentabilidad del proyecto

### **Información Recopilada**

#### **¿Por qué es posible participar en este mercado?**

Las realizaciones de estos proyectos son por medio de empresas pequeñas, ya que las grandes empresas constructoras lo que buscan es realizar proyectos más significativos. Si hablamos de proyectos de viviendas habitacionales, lo que buscarán es centrarse en la periferia de Santiago, donde encuentran mayores espacios para realizar nuevos y grandes proyectos, lo que deja las puertas abiertas a la hora de invertir en viviendas específicas, por lo que los principales competidores del mercado serán empresas que se encuentran al mismo nivel.

Dentro del estudio de mercado, es sabido que las utilidades fluctúan dentro de un 15% a un 20%, en base al costo total de la remodelación de dichas casas. También se sabe, que luego de las remodelaciones y mantención de las viviendas, denominadas viviendas económicas, su valor aumenta entre un 20% y 50%. Esto varía, dependiendo el sector en donde se encuentra ubicada y el tipo de intervención que se realiza al inmueble.

Por lo general, el gasto en remodelación es alrededor de 12 UF por m<sup>2</sup>, esto considerando intervenciones de sistemas eléctricos, redes de agua potable y alcantarillado.

### **¿Cómo realizar una buena elección al remodelar?**

Lo primero que se debe tener en cuenta es que al encontrarse la casa deteriorada, está aun así, sea habitable. Esto quiere decir, determinar bien si existen daños estructurales de gran importancia, y si fuera este el caso, evaluar las posibles soluciones que se puedan aplicar. Es significativo en este caso, el hecho de no arriesgar tanto en elevar los costos, ya que toda construcción en mal estado tiene solución, no se debe abusar en sobre utilizar una estructura que finalmente se puede rehacer.

El tipo de elección al que nos dirigimos, va de la mano con la visión trascendental que le puede dar la persona a cargo del proyecto, ya que a una casa deteriorada, se puede ver más allá de una pintura gastada, pisos o baldosas rotas, baños en mal estado, paredes agrietadas, una distribución eléctrica inapropiada, entre otras cosas. Todas estas son las variables que nos dan una posibilidad de realizar cambios.

### **¿Principales focos de problemas?**

Por lo general, al momento de la remodelación los principales problemas y puntos más complejos a desarrollar en el tema, son muros, vigas, redes de alcantarillado y agua potable, red eléctrica y techumbre, este último siempre se encuentra presente ya que siempre debemos intervenir y es el que al paso de los años se ve más afectado en temas estructurales ya que debe soportar la exposición directa de los efectos climáticos ya sea lluvia, viento, sol. En síntesis, todo lo que respecta a lo que se puede denominar obra gruesa o partes estructurales que conforman la edificación total de la vivienda.

Por otra parte tenemos focos secundarios en los cuales nos debemos concentrar y son las denominadas terminaciones, este es uno de los puntos primordiales ya que si se quiere realizar una buena remodelación debemos arreglar y tener buenas terminaciones porque el 100% de lo que se quiere ofrecer dentro de una buena apuesta de negocios entra por la vista, entonces debemos tener sumo cuidado con las elecciones y cambios a realizar dentro de las terminaciones, ya sea cambiar muebles de cocina , artefactos de cocina, baños, pinturas de muros, los revestimientos elegidos, guardapolvos, revestimientos de pisos, puertas y otras elecciones.

### **Datos preliminares del proyecto**

En lo concreto, el proyecto tomará como ejemplo la siguiente vivienda habitacional:

- Casa DFL2 140 m2 con 4 años restante de este convenio, los 140m2 se distribuyen en un solo piso que cuenta con 3 dormitorios más uno de servicio, y con 3 baños más uno de servicio, una sala estudio, sala de estar, cocina y living comedor independientes

- Tasación fiscal: 8100 UF

- Venta después de la remodelación: 12500 UF, rango de precio de venta de viviendas por el sector después de acondicionar

\*Confirmar si se puede utilizar este precio de venta y si realmente el valor de la vivienda sufre un gran aumento después de trabajar en ella.



\* Para crear un posible histórico, el ejercicio se repetirá en 5 ciclos proyectando un crecimiento en la empresa al momento de incorporar más proyectos por año y luego se verá el resultado expresado en un solo ejercicio.

\*Los datos de precios fueron recopilados según listado de empresas proveedoras de materiales de construcción al detalle.

### **Precios asociados a la remodelación**

Cocina	Precio(pesos)	UF
Muebles modulares (ML)	\$177.038	6,9
Lava platos acero inoxidable 2 y 1/2 Cubetas	\$199.990	7,8
Grifería Monomando cromada	\$149.990	5,9
Porcelanato Genérico (m2)	\$24.999	1,0
Granito cubiertas muebles (M2)	\$16.490	0,6
Campana cocina con filtro	\$318.900	12,4
Encimera eléctrica	\$459.990	18,0
Horno eléctrico	\$439.900	17,2

Baños	Precio(pesos)	UF
Shower-door	\$299.990	11,71
Grifería ducha Sensi dacqua	\$129.990	5,07
Grifería lavamanos cromada	\$149.990	5,86
Lavamanos tipo vanitorio cónico	\$87.990	3,44
WC loza vitrificado blanco	\$159.990	6,25
Accesorios	\$150.000	5,86
Espejo 120x60	\$60.290	2,35
Cerámica general (m2)	\$14.990	0,59
Cerámica terminaciones (m2)	\$103.290	4,03
Tubería PVC (m)	\$208	0,01

Dormitorios, ventanas, comedor, living, puertas	Precio(pesos)	UF
Pasta muro (m2)	\$1.149	0,04
Pintura muros interior esmalte al agua (m2)	\$480	0,02
Closet dormitorios Genérico (m2)	\$16.990	0,66
Ventanas Termo panel Aluminio Premiun	\$116.890	4,56
Piso Madera Natural Sólida Genérico (m2)	\$49.990	1,95
Iluminación	\$1.000.000	39,04
Puerta interiores enchapada Roble	\$179.990	7,03
Insumos Menores	\$300.000	11,71

Mano de obra	Precio(pesos)	UF	Sueldo anual
M1 x 2	\$1.600.000	62,46	749,6
Ayudantes x 2	\$1.000.000	39,04	468,5

	Precio(pesos)	UF
Gastos administración	\$1.000.000	39,04

## Segregación de costos

	UF	140(m2)
Ingresos	12500	12500

Costo de Inversión	UF	Vida útil	Dep	Dep acm (mes)	Valor libro
Casa	8100	50	162	81	8019
Computadores	80	6	13,3	6,7	73,3
Camioneta	500	7	71,4	35,7	464,3
	8680		246,8		

Costo fijo	UF	
Lava platos acero inoxidable 2 y 1/2 Cubetas	8,0	
Grifería Monomando cromada	6,0	
Campana de cocina con filtro	12,8	
Encimera eléctrica	18,5	
Horno eléctrico	17,7	
Shower door	11,7	
Grifería ducha Sensi dacqua	5,1	
Grifería lavamanos	5,9	
Lavamanos vanitorio cónico	3,4	
WC loza vitrificada blanco	6,2	
Accesorios	5,9	
Espejo 120 x 60 cm	2,4	Anual
M1 x 2	62,5	749,6
Ayudantes x 2	39,0	468,5
Gastos administración	39,0	
Insumos menores	11,7	
	255,8	

Costo Variable	UF	140 m2
Muebles modulares (ML)	6,9	19,9
Porcelanato Genérico (m2)	1,0	8,4
Granito (M2)	0,6	1,0
Cerámica general (m2)	0,6	3,4
Cerámica terminaciones Pamesa (m2)	4,0	5,7
Tubería PVC (m)	0,01	0,1
Pasta muro (m2)	0,04	4,9
Pintura muros interiores, esmalte al agua (m2)	0,02	2,0
Closet Piezas Genérico (m2)	0,7	2,9
Ventanas Termo panel Aluminio Premiun	4,6	32,9
Piso Madera Natural Sólida Genérico (m2)	2,0	224,0
Iluminación	39,0	224,6
Puerta interiores enchapada Roble	7,0	60,5
Adhesivo para cerámica (m2)	0,1	9,8
	66,5	599,98

## Capital de Trabajo UF

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
	1	2	3	4	5	6
Ingreso	0	0	0	0	0	9100
Egreso	205,5	193,7	653,2	0,0	0,0	0,0
Saldo	-205,5	-193,7	-653,2	0,0	-104,4	9100,0
Acm	-205,5	-399,3	-1052,5	-1052,5	-1156,9	7943,1
					CAP TRABAJO	

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
7	8	9	10	11	12
0	0	0	0	0	9100
-205,5	-193,7	-653,2			
-205,5	193,7	653,2	0,0	0,0	9100,0
7737,6	7931,3	8584,5	8584,5	8584,5	17684,5

## Flujo de caja bruto UF

FLUJO DE CAJA BRUTO	AÑOS					
	Impuesto	0,225	0,24	0,25	0,25	0,25
	0	2015	2016	2017	2018	2019
Ingreso		12500	25000	37500	37500	37500
Venta activos						
Costos variables		-600	-1200	-1800	-1800	-1800
Costos fijos		-1372,3	-18944,6	-28416,9	-28416,9	-28416,9
Dep Activos Fijos		-246,8	-246,8	-246,8	-246,8	-246,8
Deuda ejercicio anterior						
Valor libro						
UAI		10280,9	4608,6	7036,3	7036,3	7036,3
Impuesto (22,5%)		-2313,2	-1106,1	-1759,1	-1759,1	-1759,1
UDI		7967,7	3502,6	5277,3	5277,3	5277,3
Depreciación activos fijos		246,8	246,8	246,8	246,8	246,8
Valor libro						
Deuda Ejercicio anterior						
Inversión	-8680					
Capital de trabajo	-1156,9					
Flujo de Capital	-9836,9	8214,5	3749,3	5524,0	5524,0	5524,0

## Financiamiento inicial material

Plan de financiación	CREDITO CONSUMO \$					
	0	1	2	3	4	5
Deuda	\$ 36.745.589	\$ 36.745.589	\$ 26.195.376			
Interés		\$ 7.097.576	\$ 4.513.401			
Amortización		\$ 10.550.212	\$ 13.134.387			
Cuota		\$ 17.647.788	\$ 17.675.848			

\*Tasa de interés fija del 22,11%, según banco Consorcio año 2015.

CRÉDITO DE CONSUMO UF						
Plan de financiación	0	1	2	3	4	5
Deuda	1.435	1.435	1.023	-	-	-
Interés		277	176	-	-	-
Amortización		412	513	-	-	-
Cuota		689	690	-	-	-

### Financiamiento Hipotecario

CRÉDITO HIPOTECARIO \$						
Plan de financiación	0	1	2	3	4	5
Deuda	\$ 206.502.360	\$ 206.502.360	\$165.201.888	\$123.901.416	\$82.600.944	\$41.300.472
Interés		\$6.707.197	\$6.707.197	\$5.030.397	\$3.353.598	\$1.676.799
Amortización		\$34.593.275	\$34.593.275	\$36.270.075	\$37.946.874	\$39.623.673
Cuota		\$41.300.472	\$41.300.472	\$41.300.472	\$41.300.472	\$41.300.472

CREDITO DE HIPOTECARIO UF						
Plan de financiación	0	1	2	3	4	5
Deuda	8.062	8.062	6.449	4.837	3.225	1.612
Interés		262	262	196	131	65
Amortización		1.351	1.351	1.416	1.481	1.547
Cuota		1.612	1.612	1.612	1.612	1.612

\*Tasa de interés fija del 4,06%, según banco Santander-Chile año 2015. No se puede financiar más del 90% de la vivienda usada. Además se asume la deuda a 5 años.

## Flujo De caja Neto

FLUJO DE CAJA NETO DEL PROYECTO Y DEL INVERSIONISTA						
	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja puro	- 9.837	8.214	3.749	5.524	5.524	5.524
Flujo de caja de la deuda	9.496	-2.301	2.302	-1.612	-1.612	-1.612
Flujo caja inversionista	-341	5.914	1.449	3.915	3.916	3.917
Tasa de descuento	5%	10%	15%	20%	25%	30%
VAN	\$ 5.665,95	\$ 3.145,72	\$ 1.169,83	-\$ 402,04	-\$ 1.669,22	-\$ 2.703,24
TIR	17%					

\*10% de la inversión de la vivienda es particular. Además los sueldos se pagan al inicio del periodo 1.

## Conclusión

Basándose en los antecedentes recopilados, es posible entender que las puertas están abiertas al mercado y al rubro de compra, venta y remodelación de viviendas, sin embargo, es importante contar como empresa dentro del rubro con la vocación y el objetivo fijo al momento de conservar la identidad cultural de un barrio o incluso una ciudad.

Otro punto importante a considerar son las variables con la cuales la empresa de compra, venta y remodelación de viviendas se ve enfrentada, ya que, al remodelar una casa, no se sabe con certeza los riesgos que se puedan encontrar en el camino o cuáles son los principales problemas que la vivienda tenga. Es por esto que se debe realizar una buena elección de la vivienda a intervenir, la cual será mediante una evaluación minuciosa del producto que se va a transformar, donde lo que se mide es la factibilidad de la remodelación, cuanto es lo que se va a invertir y cuanto es lo que se va a ganar. Este proceso de elección se va facilitando a medida que se gana experiencia dentro del rubro, en distintos proyectos.

En principio, en la fase de inversión se requiere cierta cantidad de dinero que debe aportar la empresa dedicada al proyecto de compra, venta y remodelación de viviendas, no obstante, al vender la propiedad ya remodelada, el retorno de la inversión es consecuente con ésta además del margen de utilidad que se logra obtener.

En relación a los índices obtenidos en el estudio económico relacionados al entorno de la empresa de compra, venta y remodelación de viviendas, desde el periodo 3, el proyecto entra en una fase de madurez, en el cual se logra mantener la empresa con un constante nivel de ingresos y proyectos al llegar al punto de una auto solvencia empresarial. Además, con lo anterior, es posible



visualizar que las inversiones se pueden pagar por sí mismas obteniendo flujos de caja positivos, rentabilizando los ingresos.

Por otra parte, si se realiza el ejercicio de ejecución de una sola vivienda se ve reflejado que realmente el valor de la casa se incrementa en un 20% de la totalidad del proyecto total, desde la compra de esta hasta su venta final, esto quiere decir que se tiene como utilidad final un 20% del total invertido, contemplando todos los gastos asociados al proyecto hasta finalizarlo.

Por otro lado, es fundamental considerar que para el éxito de cada empresa dedicada a la compra, venta y remodelación de viviendas, es fundamental el trabajo en equipo, por ende, se debe reconocer que la puesta en marcha de un proyecto como el que se describe, no es fácil, más aún cuando existe una dependencia directa con la mano de obra.

### **Glosario de Términos en la Tesis.**

\*Palabras definidas según la Real Academia Española.

1. Plusvalía: Incremento del valor de un bien por causas extrínsecas a él.
2. Abaratar: Hacer algo barato o más barato o bajar su precio.
3. Remodelación: Reformar algo, modificando alguno de sus elementos, o variando su estructura.
4. Parámetros: Dato o factor que se toma como necesario para analizar o valorar una situación.
5. Estándares: Que sirve como tipo, modelo, norma, patrón o referencia.
6. Vanguardistas: Avanzada de un grupo o movimiento ideológico, político, literario, artístico, etc.
7. Emblemáticos: Perteneciente o relativo al emblema, o que lo incluye.
8. Tradicional: Que sigue las ideas, normas o costumbres del pasado.
9. Identidad: Conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracterizan frente a los demás.
10. Rentable: Que produce renta suficiente o remuneradora.
11. Cíclicas: Perteneciente o relativo al ciclo.
12. Controversial: Que es objeto de discusión y da lugar a opiniones contrapuestas.
13. Lobby: Conjunto de personas que, en beneficio de sus propios intereses, influye en una organización, esfera o actividad social.
14. Fidedignos: Digno de fe y crédito.
15. Decoración: Arte que estudia la combinación de elementos ornamentales y la acomodación del espacio interior.
16. Loteamientos: División de un terreno en lotes o parcelas.
17. Enajenación: Vender o ceder la propiedad de algo u otros derechos.
18. Exenciones: Franqueza y libertad que alguien goza para eximirse de algún cargo u obligación.
19. Solventar: Dar solución a un asunto difícil.
20. Aglomerar: Unir fragmentos de una o varias sustancias con un aglomerante.
21. Confort: Bienestar o comodidad material.
22. Descremar: Estrategia de precios, se basa en poner el precio inicial más alto a un nuevo producto en el mercado.
23. Volátiles: En los mercados financieros, inestable u oscilante.

## Web-Bibliografía

- Pavez, K. (2010). La apuesta por una casa restaurada. Santiago: Diario La Tercera. Recuperado de

<http://www.plataformaurbana.cl/archive/2010/09/09/la-apuesta-por-una-casa-restaurada/>

- Ministerio de Hacienda. (1948). Ley 9135. Santiago, Chile. Biblioteca del Congreso Nacional. Recuperado de

<http://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=25937>

- Ramírez, C. (2013). ¿Qué tan buen negocio es remodelar viviendas antiguas y luego venderlas? Santiago, Chile. Diario El Mercurio, Recuperado de

[http://diario.elmercurio.com/2013/10/20/economia\\_y\\_negocios/enfoques/noticias/8ef62344-dcef-4e74-80ac-361f89c7f4ba.htm](http://diario.elmercurio.com/2013/10/20/economia_y_negocios/enfoques/noticias/8ef62344-dcef-4e74-80ac-361f89c7f4ba.htm)

- Ministerio de Obras Públicas, (1959). Decreto Con Fuerza de Ley No.2, Santiago, Chile. Diario Oficial. Recuperado de

<http://www.sii.cl/pagina/jurisprudencia/proley/Decreto2.htm>

- Álamos, F. (2013). ¿Conviene comprar, remodelar y vender? Santiago, Chile. Diario El Mercurio, Recuperado de

<http://impresa.elmercurio.com/Pages/NewsDetail.aspx?dt=2013-04-14&dtB=21-01-2017%20:00:00&PaginaId=2&bodyid=11>

- Ubilla, C. (2011). Sepa cuáles son las mejoras que el mercado paga y las que no paga al vender una vivienda. Santiago, Chile, Economía y Negocios, Recuperado de

[http://www.economiaynegocios.cl/mis\\_finanzas/detalles/detalle\\_fin.asp?id=1423](http://www.economiaynegocios.cl/mis_finanzas/detalles/detalle_fin.asp?id=1423)

- Urroz, F. (2011). Crece Interés por remodelar casas: se puede ganar hasta un 40% del valor de compra. Santiago, Chile, Economía y Negocios. Recuperado de

<http://www.economiaynegocios.cl/noticias/noticias.asp?id=80850>

- Portal Inmobiliario. (2007). El Negocio de las casas remodeladas. Santiago, Chile. Portalinmobiliario.com. Recuperado de

<http://www.portalinmobiliario.com/diario/noticia.asp?NoticialD=7878>