

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA UN PROYECTO INMOBILIARIO DE SENIOR
LIVING, EN EL MUNICIPIO DE GUATAPÉ ANTIOQUIA

Eduardo Rafael Gutiérrez Ternera

Trabajo de grado para optar al título de Especialista en Administración y Desarrollo
Inmobiliario

Asesor temático: Ing. Civil Reynel Gonzales

ESCUELA DE ARTES INTEGRADAS

UNIVERSIDAD DEL VALLE

ESPECIALIZACIÓN EN ADMINISTRACIÓN Y DESARROLLO INMOBILIARIO

SANTIAGO DE CALI

2024

Tabla de contenido

1.	INTRODUCCIÓN	8
2.	RESUMEN Y PALABRAS CLAVES	9
3.	ABSTRACT AND KEY WORDS	11
4.	EL PROBLEMA: PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN	13
4.1.	EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD	13
4.2.	LOS OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS.....	14
	Objetivo General	14
	Objetivos específicos:	14
4.3.	JUSTIFICACIÓN	15
4.4.	MARCO REFERENCIAL	15
4.5.	MARCO TEÓRICO:.....	18
4.6.	MARCO LEGAL	23
5.	ANÁLISIS DE MERCADO Y LOTE.....	25
5.2	Mercado.....	28
5.2.1	Estimación de demanda	28
5.2.	Estudio de Generación o Validación de Demanda (puerta falsa).	29
5.7.	Proyectos ofertados para Rentas	35
5.10.	Proyectos Competencia	40
	SENIORS CLUB EL VERGEL ENVIGADO	40
	SENIORS CLUB SAN LUCAS	41
		41
	ORIGEN DE VIDA – LUZ DE ORIENTE.....	42
	CASA NUA.....	43
	GIRARDOTA COLONIAL.....	44
	CALUCÉ SENIOR LIVING	45

HÁBITAT ADULTO MAYOR	46
6. ANÁLISIS DOFA DEL PROYECTO CON IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS	49
6.1. <i>Tabla 28.</i> Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias	49
6.2. <i>Tabla 29.</i> Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias	52
6.3 BRIEF del Proyecto	53
7. ANTEPROYECTO.....	58
7.1. Ubicación del Lote:.....	58
.....	58
7.2. Sistema Ambiental Del Lote:.....	59
7.3. Sistema Vial:	61
7.5. Normativa del Lote:	63
8. FACTIBILIDAD TÉCNICO- ECONÓMICA	77
9. PRESUPUESTO Y PROGRAMACIÓN	80
10. ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO	82
11. ESQUEMA ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO	83
12. ESTRUCTURA PRECIOS HOSPEDAJE Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	87
13. CAMPAÑA PUBLICITARIA	89
14. PLAN DE MEDIOS.....	92
15. LECCIONES APRENDIDAS.....	95
REFERENCIAS	96

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Test Análisis de Puerta Falsa	30
Tabla 2. Test Análisis de Puerta Falsa	30
Tabla 3. Resultados Puerta Falsa (leads)	31
Tabla 4. Datos demográficos	31
Tabla 5. Datos demográficos	31
Tabla 6. Datos demográficos	31
Tabla 7. Leads perfilados- Datos financieros	32
Tabla 8. Datos preferencias	32
Tabla 9. Estimación de demanda	32
Tabla 10. Proyectos consultados	.
Tabla 11. Medellín y Antioquía-Tipo de proyecto	35
Tabla 12. Rentas en Medellín	35
Tabla 13. Proyectos ofertados para Ventas	36
Tabla 14. Medellín y Antioquía- edad mínima de ingreso	36
Tabla 15. Rango precio competencia (Medellín- Rionegro)	36
Tabla 16. Rangos AREAS HABITACIONES	37
Tabla 17. Rangos capacidad de huéspedes	37
Tabla 18. Transporte a citas Médicas	37
Tabla 19. Acompañamiento a cita médica	37
Tabla 20 Seniors Club El Vergel Envigado	40
Tabla 21. Seniors Club San Lucas	41

Tabla 22. Origen de vida - Luz de oriente.....	42
Tabla 23. Casa Nua.....	43
Tabla 24. Girardota Colonial.....	44
Tabla 25. Calucé Senior Living.....	45
Tabla 26. Hábitat Adulto Mayor	46
Tabla 27. Resumen Gráfico Servicios Complementarios y Centralidades	48
6.1. <i>Tabla 28. Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias.....</i>	49
6.2. <i>Tabla 29. Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias.....</i>	52
Tabla 30. Caracterización del Lote	63
Tabla 31. Retiros	63
Tabla 32. Tabla Indicé de Ocupación	65
Tabla 33. Parqueaderos	65
Tabla 34 Calculo prefactibilidad.....	77
Tabla 35 Cierre financiero	77
Tabla 36 Modelo de renta.....	78
Tabla 37 Flujo de caja	79
Tabla 38 Presupuesto Proyecto: Senior Living Guatapé.....	80
Tabla 39 Programación De Obra Proyecto Senior Living Guatapé	81
Tabla 40.Cierre financiero	82
Tabla 41. Construcción de proyecto senior living Guatapé	83
Tabla 42 Promotor, inversionista y socios	84
Tabla 43 Construcción.....	85
Tabla 44 Interventoría y supervisión técnica.....	86
Tabla 45 Estructura precios hospedajes y servicios complementarios.....	88
Tabla 46 Estructura precios hospedajes y servicios complementarios.....	88

TABLA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 Lote	25
Ilustración 2 Equipamientos.....	26
Ilustración 3 Lote	27
Ilustración 4 Lote	28
Ilustración 5 Concepto Senior Living Guatapé	30
Ilustración 6 Permite mascotas.....	38
Ilustración 7 Estadía y Servicios por día.....	38
Ilustración 8 Baño y limpieza	38
Ilustración 9 Ofrece fisioterapia	38
Ilustración 10 Parqueadero incluido.....	38
Ilustración 11 Control de medicamentos.....	38
Ilustración 12 Parqueaderos visitantes	39
Ilustración 13 Médico 24 horas	39
Ilustración 14 Seniors Club El Vergel Envigado.....	40
Ilustración 15 Seniors Club El Vergel Envigado.....	40
Ilustración 16 Seniors Club San Lucas	41
Ilustración 17 Seniors Club San Lucas	41
Ilustración 18 Origen de vida - Luz de oriente.....	42
Ilustración 19 Origen de vida - Luz de oriente.....	42
Ilustración 20 Casa Nua	43
Ilustración 21 Fachada Casa Nua.....	43
Ilustración 22 Fachada Girardota Colonial.....	44
Ilustración 23 Patio Girardota Colonial.....	44
Ilustración 24 Fachada Calucé Senior Living	45

Ilustración 25 Calucé Senior Living.....	45
Ilustración 26 Fachada Hábitat Adulto Mayor	46
Ilustración 27 Hábitat Adulto Mayor	46
Ilustración 28. Ubicación del Lote	58
Ilustración 29. . Ubicación del Lote	58
Ilustración 30 Ubicación del Lote	58
Ilustración 31 Sistema Ambiental Del Lote	59
Ilustración 32 Sistema Vial	61
Ilustración 33 Caracterización del Lote	62
Ilustración 34 Caracterización del Lote	62
Ilustración 35 Área aprovechable	64
Ilustración 36 Planta General del Proyecto	67
Ilustración 37 Esquemas de Emplazamiento del volumen	67
Ilustración 38 Render perspectiva Senior Living Guatapé.....	69
Ilustración 39 Primer piso del Proyecto.....	70
Ilustración 40 Render interior del patio central.....	70
Ilustración 41 Planta segundo piso del proyecto.....	71
Ilustración 42 Planta tercer piso del proyecto	72
Ilustración 43 Render Implantación Del Proyecto En El Lote	72
Ilustración 44 Cuadro áreas del proyecto	75
Ilustración 45 Campaña publicitaria.....	91

1. INTRODUCCIÓN

Llámesse experiencia, práctica, conocimiento o hasta positivismo o intuición, así como las herramientas utilizadas actualmente en la formulación y evaluación de proyectos por algunos desarrolladores inmobiliarios o inversionistas, representan alto riesgo de fracaso, poniendo en peligro el patrimonio de éstos y en algunos casos produciendo la quiebra y/o desaparición de empresas que no cuentan con adecuados estudios de factibilidad.

Tal problemática cada día es más común, dado que el sector de la construcción cada vez es más competitivo y se requieren mejores instrumentos y metodologías de análisis de cada uno de los aspectos que intervienen en la viabilidad de un proyecto inmobiliario, e integrarlos de forma lógica y cronológica de tal forma que permita determinar su viabilidad, a partir de parámetros de información básica como el área del lote, ubicación, ciclos macro económicos, tipo de proyecto, usos del suelo, entorno, \$/m² del terreno y de venta, tipo de acabados, zonas sociales, entre otros.

Por otro lado, el déficit de oferta inmobiliaria de viviendas para hospedaje de adultos mayores en Colombia, han constituido a los proyectos inmobiliarios denominados Senior Living, como una interesante solución para suplir tal demanda, de la población del Área Metropolitana del Valle de Aburrá, en especial de Medellín, como una alternativa de vivienda o de inversión, dado el gran desarrollo que ha tenido éste durante los últimos cinco a seis años, así como su alto potencial de desarrollo para los próximos años.

En conclusión, se pretende proponer una metodología para el análisis de factibilidad de proyectos inmobiliarios aplicados a la construcción de instalaciones de prestación de servicios de hospedaje y servicios complementarios para la población de adultos mayores, dando respuesta a una problemática u oportunidad que día a día toma más fuerza en nuestro país.

2. RESUMEN

En el desarrollo del trabajo propuesto en esta guía, se encontrará, investigación de mercado, definiendo la oferta, la demanda y los aspectos más relevantes requeridos por el mercado potencial, para la óptima prestación de servicios de hospedaje y servicios complementarios para población de adultos mayores, interesados en la media y larga instancia.

Posterior, se realiza el análisis estratégico del proyecto, determinando los puntos fuertes y débiles, tanto desde el enfoque del interior del proyecto como de manera externa, creando de esta manera las estrategias a seguir, según las eventuales situaciones que puedan presentarse en el desarrollo del proyecto.

Luego se establecen los requerimientos técnicos y normativos aplicables al proyecto y estos se enlazan con los aspectos más relevantes obtenidos de la investigación de demanda de potenciales clientes, obteniendo de esta manera la propuesta del anteproyecto inmobiliario e infraestructura de servicios complementarios a ofrecer.

Continuando con la secuencia lógica, se elabora la estructura de costos del proyecto, la Proyección de Actividades de Ejecución de Obra.

Ya teniendo los parámetros de mercado, análisis de estrategias, componentes técnicos, administrativos y de costos, se procede a indicar los parámetros requeridos para el diseño de la propuesta de Marketing de Medios, la venta del servicio y la correspondiente comercialización del producto y los servicios complementarios ofrecidos.

Finalmente, se procede a estructurar el análisis económico-financiero del proyecto, obteniendo los indicadores estáticos y dinámicos requeridos, requeridos para la toma de

decisiones, el respectivo cierre financiero del proyecto y gestionar la obtención de los fondos necesarios.

PALABRAS CLAVES

Senior Living, factibilidad de proyectos inmobiliarios, silver economy, adultos mayores, hospedaje mediana - larga estancia, rentabilidad inmobiliaria, valorización de inmuebles

3. ABSTRACT

In the development of the work proposed in this guide, there will be market research, defining the supply, demand and the most relevant aspects required by the potential market, for the optimal provision of lodging services and complementary services for the elderly population, interested in the medium and long term.

Subsequently, the strategic analysis of the project is carried out, determining the strengths and weaknesses, both from the internal and external approach of the project, thus creating the strategies to be followed, according to the eventual situations that may arise in the development of the project.

Then the technical and regulatory requirements applicable to the project are established and these are linked to the most relevant aspects obtained from the investigation of the demand of potential clients, thus obtaining the proposal of the real estate project and infrastructure of complementary services to be offered.

Continuing with the logical sequence, the cost structure of the project is elaborated, the Projection of Work Execution Activities.

Once the market parameters, strategy analysis, technical, administrative and cost components are available, we proceed to indicate the parameters required for the design of the Media Marketing proposal, the sale of the service and the corresponding commercialization of the product and the complementary services offered.

Finally, we proceed to structure the economic-financial analysis of the project, obtaining the required static and dynamic indicators, required for decision making, the respective financial closure of the project and to manage the obtaining of the necessary funds.

KEY WORDS

Senior Living, real estate project feasibility, silver economy, seniors, medium- and long-stay accommodations, real estate profitability, property valuation.

4. EL PROBLEMA: PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN

4.1. EL PROBLEMA U OPORTUNIDAD

El avance del envejecimiento mundial ha promovido que la **silver economy** atrajera cada vez más la atención de los actores de las políticas públicas, la academia y los negocios. Tanto así, que se estimaba que el 30% del crecimiento del consumo en América Latina y el Caribe provendría de esta población (Banco Interamericano de Desarrollo, 2022).

En Colombia, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE, 2024), se estima que en 2024 el país contará con aproximadamente 7,8 millones de personas mayores, lo que representa el 15% de la población. A medida que pasan los años, hay más personas mayores y menos nacimientos.

En Colombia, se espera que para 2031 haya 10 millones de personas mayores de 60 años, lo que representa una oportunidad de crecimiento en la «Silver Economy». Además, el mercado de senior living ganará reconocimiento como una opción de vivienda y estilo de vida para personas adultas mayores. La población de adultos mayores está creciendo exponencialmente, con un incremento anual promedio de 0.22% del total de la población (Ministerio de Salud, 2024). Actualmente, en nuestro país se observa una gran oportunidad en desarrollar proyectos inmobiliarios, dirigidos en atender la demanda creciente de alojamiento y atención de población de adultos mayores, operando servicios complementarios diferenciadores para uso y disfrute de los huéspedes.

4.2. LOS OBJETIVOS: GENERAL Y ESPECÍFICOS

Objetivo General

Realizar Estudio de factibilidad para el Desarrollo de un Proyecto Inmobiliario de Economy Silver y su posterior operación de alquiler de habitaciones y servicios complementarios, para media y larga estancia, en el municipio de Guatapé Antioquia.

Objetivos específicos:

- Realizar investigación de mercado, definiendo la oferta, la demanda y los aspectos más relevantes requeridos por el mercado potencial, para la óptima prestación de servicios de hospedaje y servicios complementarios para población de adultos mayores, interesados en la media y larga instancia en el Municipio de Guatapé Antioquia.
- Realizar el análisis estratégico del proyecto, determinando los puntos fuertes y débiles, tanto desde el enfoque del interior del proyecto como de manera externa, creando de esta manera las estrategias a seguir, según las eventuales situaciones que puedan presentarse en el desarrollo del proyecto.
- Establecer los requerimientos técnicos y normativos aplicables al proyecto, enlazarlos con los aspectos más relevantes obtenidos de la investigación de demanda de potenciales clientes, obteniendo de esta manera la propuesta del anteproyecto inmobiliario e infraestructura de servicios complementarios a ofrecer.
- Elaborar la estructura de costos del proyecto, la Proyección de Actividades de Ejecución de Obra, establecer los procesos y procedimientos de la Gestión de Calidad y la propuesta del Planteamiento Administrativo – Gerencial, requerido para organizar

las funciones y responsables de llevar a cabo el plan de trabajo establecido en el proyecto.

- Indicar los parámetros requeridos para el diseño de la propuesta de Marketing de Medios, la venta del servicio y la correspondiente comercialización del producto y los servicios complementarios ofrecidos.
- Estructurar el análisis económico-financiero del proyecto, obteniendo los indicadores estáticos y dinámicos requeridos, para gestionar la obtención de los fondos necesarios y el respectivo cierre financiero del proyecto.

4.3. JUSTIFICACIÓN

Disminuir la demanda de alquiler de habitaciones construidas y los servicios complementarios ofrecidos, a personas en edades superiores a los 60 años, proveyendo las condiciones de hábitat de espacios privados, sociales y servicios complementarios, requeridas por la población de adultos mayores en Colombia. Con base en las investigaciones realizadas y la información recopilada, la construcción y operación del proyecto Senior Living, satisface en alto porcentaje las solicitudes de hospedaje, manutención y esparcimiento en espacios sociales, en un mismo proyecto, sin requerir desplazamiento en búsqueda de estos.

4.4. MARCO REFERENCIAL

El desarrollo de proyectos inmobiliarios, destinados al hospedaje y operación de servicios complementarios, para media y larga estancia, destinados a la población de adultos mayores, se encuentra particularmente en Colombia en un 'Océano Azul' como lo denominaron en su teoría, los autores W. Chan Kim y Renée Mauborgne. Para ellos, un Océano Azul, representa a las ideas que buscan crear mercados que no aparezcan en la actualidad y, por lo tanto, sean viables

debido a que son oportunidades de generar un crecimiento rentable a futuro (Kim & Mauborgne, 2005)

El océano azul se define como aquel espacio perteneciente al mercado y que aún no ha sido explotado, lo que generará una oportunidad para el crecimiento rentable, que tiene muchas más ventajas.

Teniendo presente, que la construcción y operación de proyectos Senior Living, recientemente unos años atrás, está tomando fuerza dentro del portafolio de desarrollo de proyectos inmobiliarios, no se encuentra demasiada información sobre investigaciones académicas al respecto, sin embargo, se puede referenciar dos investigaciones que tratan sobre el tema en estudio.

De la autoría de SANINT G., Estudio de Factibilidad para la Formulación de un Plan de Negocios, que permita a la empresa TIPSA, la creación y puesta en marcha de un senior living, ubicado en Maracay ciudad campestre, zona de cerritos, Pereira, Colombia, trabajo de grado para optar por el título de Maestría en Administración de Empresas, Pontificia Universidad Javeriana, Cali – 2018. (Sanint, 2018).

En este trabajo investigativo, la autora busca generar lineamientos para la planificación, gestión y puesta en marcha de un Senior Living, para adultos mayores independientes, nivel socioeconómico medio y medio-alto. Para esto, identifica la demanda potencial para el Senior Living, factores que movilizan los adultos mayores para tomar la decisión de vivir en un Senior Living, las dinámicas de entretenimiento preferidas de los adultos mayores, los canales y medios con los cuales interactúan los adultos mayores y definir la estructura de comercialización idónea, la factibilidad financiera y éxito comercial y operativo del proyecto.

De la autoría de Gómez Ruíz-Sánchez, *Estudio de Factibilidad para la Creación de un Club House para el adulto mayor*, para optar al título de Maestría en Administración, Universidad

EAFIT MBA Bogotá – 2021. Los autores proponen evaluar la factibilidad de crear un Club House para el adulto mayor, con el propósito de ofrecer servicios sostenibles, en Bogotá o en un municipio cercano. La metodología utilizada fue desarrollar un estudio de mercado para determinar los servicios que se vayan a ofrecer y el potencial del segmento de clientes elegido, determinar el tamaño óptimo del negocio y su localización, a partir del estudio de la viabilidad técnica, identificar los procesos legales y el marco regulatorio requeridos para llevar a cabo el proyecto, desarrollar un análisis para determinar la estructura financiera necesaria tanto para poner en marcha el proyecto como para garantizar la rentabilidad mínima esperada y su crecimiento sostenible a futuro.

Los trabajos investigativos, como los referenciados arriba, se convierten en buen punto de partida, para la formulación y evaluación de futuros proyectos inmobiliarios enfocados a la Economía Silver en nuestro país. Referenciando proyectos inmobiliarios dedicados a Senior Living, ya construidos y en operación, en el área metropolitana de Medellín, se encontraron varios proyectos. Aquí resaltamos dos, con características similares del proyecto planeado en el presente estudio.

Proyecto: Girardota Colonial

- Ubicación: Girardota, Antioquia.
- Tipo Sub - Urbano
- Área Habitaciones (m²) 30
- Baño Personal
- 30 habitaciones
- Tipos de Estadía Permanente
- Servicios Médicos Asistencia 24 h.
- Centro Hospitalario (7 min.)

- Operador Girardota Seniors Club
- Torres 1
- Pisos 2
- Parqueadero Visitantes

Proyecto: Hábitat Adulto Mayor

- Ubicación: Medellín - Sede Los Bernal.
- Tipo Urbano
- Área Habitaciones (m²) 20 a 40
- Baño Personal
- Tipos de Estadía Permanente
- Servicios Médicos Asistencia 24 h.
- Cuidado en casa.
- Centro Hospitalario (3 min.)
- Torres 1
- Parqueadero Visitantes.

Los proyectos construidos y en funcionamiento, relacionados anteriormente, se convierten en muy buen referente para tener presente, por parte de promotores, inversionistas e interesados en incursionar en este “océano azul” de construir y operar proyectos de Senior Living, a nivel nacional e internacional.

4.5. MARCO TEÓRICO:

En el sector inmobiliario, en la actualidad, para lograr los objetivos de éxito proyectados, se hace necesario establecer y consolidar metodologías y procesos para la formulación y evaluación de proyectos, por parte de los promotores, constructores e inversionistas, principalmente debido a la globalización, la competitividad que cada día es mayor, la consecución de recursos y a otros

aspectos que exigen mayor efectividad. Los estudios integrales de factibilidad, cuentan con metodologías y procesos comprobados en el sector, por supuesto que con el pasar del tiempo estos procesos y metodologías van siendo mejorados, logrando un mayor grado de precisión o de menos incertidumbre, si se le quiere llamar de esa manera, en el logro de las metas propuestas por los interesados y participantes que emprenden inversiones inmobiliarias en nuestro país y fuera de él.

De igual manera, para los desarrollos de proyectos inmobiliarios, con modelos de negocio no tradicionales, como lo son los Senior Living, que, de cierta manera, están iniciando una fase de expansión de mercado en nuestro país, se requiere realizar la factibilidad integral del proyecto, e inclusive abrir caminos en investigación, para otros actores del sector, que se van a ir sumando al gremio de desarrolladores inmobiliarios, tanto nacionales como internacionales.

Según, experiencia propia como consultor, desarrollador inmobiliario y distintas investigaciones realizadas, se puede resumir que la Factibilidad Integral de un proyecto inmobiliario, contiene en su desenvolvimiento o división, las siguientes disciplinas o clases de factibilidades:

Factibilidad legal

La factibilidad legal es el punto de partida de cualquier proyecto, en el caso particular del desarrollo de proyectos inmobiliarios, ésta debe ir de la mano de la factibilidad técnica, ya que éstas son las que en primera instancia permiten determinar si un predio o lote es factible o no, entendiendo que contar con el predio es el punto de partida para el desarrollo de cualquier proyecto inmobiliario.

El primer paso es la obtención del Certificado de Tradición y Libertad, virtual o en la Oficina de Registro de Instrumentos Públicos, donde está asociada la matrícula inmobiliaria del lote en estudio. Otros documentos importantes a obtener son la cédula o certificado catastral del predio

y copia original de la escritura pública donde se tiene proyectado construir el proyecto. En los anteriores documentos citados, se encuentra consignada toda la información histórica de las transferencias de títulos del predio, como:

- Continuidad en la Tradición
- Existencia de hipotecas
- Limitaciones al dominio.
- Embargos, testamentos
- Existencia de sucesión
- Análisis y corroboración de linderos
- Revisión de atribuciones del representante legal (lotes de Sociedades, compañías)

Encontrándose detalladamente cada uno de estos factores, se determina así, el estado y las implicaciones jurídicas en el momento en que se vaya a realizar la transferencia de dominio a favor del realizador del proyecto.

Estudio de factibilidad de Mercado

Luego de realizar la factibilidad legal y confirmar que la materia prima esencial de todo desarrollo inmobiliario, el lote, se encuentra viable legalmente y/o jurídicamente puede resolverse algún posible inconveniente, se continuará con realización de las actividades que contiene un Estudio de Mercado.

De la elaboración del estudio de mercado, se obtendrá los insumos y la información que se analizarán y servirán para concluir:

- Estimativo del mercado potencial y efectivo en función de la capacidad económica de los futuros adquirientes del producto inmobiliario y del servicio complementario.
- Grado de aceptación de la ubicación del proyecto (Municipio, Centralidades).

- Características de los posibles demandantes (perfil del tomador del producto y los servicios complementarios).
- Características que deben reunir los inmuebles a construir (áreas, servicios complementarios y especificaciones).
- Análisis de la competencia (productos y servicios que ofrecen, tarifas, tasa de ocupación, entre otros)
- Precios y condiciones de pago que aceptarían los posibles adquirientes del producto inmobiliario y los servicios complementarios, incluyendo el tiempo a permanecer en el.

Además, de poder contar con las anteriores conclusiones, el estudio de Mercado servirá para transferirle información al siguiente estudio (Técnico), como son consideraciones numéricas (áreas, distribución de espacios, entre otros) y consideraciones cualitativas (aspiraciones o pretensiones que el mercado potencial espera, ejemplo amenidades que el proyecto debería tener o no tener) y de esta manera los profesionales encargados de las proyecciones arquitectónicas y urbanísticas, tendrán insumos de gran importancia, para conformar la cabida del proyecto en comunión con la Normatividad Urbanística, técnica y medio ambiental que rija en el predio en estudio.

Factibilidad técnica

La factibilidad técnica se encuentra enmarcada desde la normatividad, es decir dentro de las restricciones y normas contenidas en el Plan de Ordenamiento Territorial del municipio, así como las condiciones técnicas propias del lote, como la forma de éste, su topografía, la presencia de aguas superficiales, entre otros.

Resumiendo, la factibilidad técnica contendrá toda aquella información que permita establecer la infraestructura necesaria para poder desarrollar todos y cada uno de los objetivos del proyecto,

así como cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación del proyecto. Los principales estudios técnicos a realizar, son los siguientes:

- Estudio Topográfico
- Estudio de Geotécnico
- Estudio Ambiental
- Diseño Arquitectónico y Urbanístico
- Cálculos y Diseños Estructurales
- Revisión Estructural
- Cálculos y Diseños de Redes Hidráulicas, Sanitarias y de Gas
- Cálculos y Diseños Eléctricos e Iluminación
- Diseño de Equipos Especiales (Bombas, equipos mecánicos)
- Diseño de Procesos Constructivos
- Presupuesto de Obra
- Programación de Obra

Estudio de factibilidad económico financiero

Con la factibilidad económico financiero, culmina el proceso para identificar la viabilidad de un proyecto inmobiliario, ya que como se mencionó anteriormente un estudio de factibilidad es un proceso que se desarrolla por etapas a partir del análisis de variables propias según el tipo de proyecto a desarrollar, pero cuyo resultado final de éxito depende de su cohesión e integralidad en el análisis.

Este proceso es determinante para el adecuado desarrollo de cualquier proyecto, ya que éste es quien finalmente determina de dónde saldrán los fondos y en qué momento, y cuál será el valor

a pagar en caso de requerir créditos con entidades bancarias o particulares, entre otras opciones de financiación.

La factibilidad financiera del proyecto se determina proyectando todos los ingresos y egresos asociados al proyecto en un flujo de fondos o de caja, para lo cual deben hacerse estimativos sobre los ingresos que se espera recibir a partir de un cuadro de alquileres o venta de los servicios complementario, así como todos los gastos en que incurrirá el proyecto, y el tiempo en el cual ocurrirán éstos. Entre otros resultados, encontraremos:

- Presupuesto de efectivo o flujo de fondos (En pesos corrientes).
- Un análisis de la rentabilidad del proyecto sobre las ventas y sobre el capital de propio
- Un análisis de utilidad de periodo de recuperación económica
- Análisis de fuentes de recursos económicos (ingresos propios, ventas, financiación, aportes inversionistas).
- Criterios de evaluación considerados VPN, TIR.

4.6. MARCO LEGAL

A continuación, se lista las principales normas, leyes, decretos que pueden asociarse con el trabajo y/o sus resultados de este:

La Ley 388 de 1997 facilita la ejecución de actuaciones urbanas integrales, en las cuales confluyan en forma coordinada la iniciativa, la organización y la gestión municipales con la política urbana nacional, así como con los esfuerzos y recursos de las entidades encargadas del desarrollo de dicha política. El objeto de esta ley es el ordenamiento del territorio municipal y distrital, complementar la planificación económica y social con la dimensión territorial, racionalizar las intervenciones sobre el territorio y orientar su desarrollo y aprovechamiento sostenible (Ley 388, 1997, art. 1).

El Decreto Nacional 1077 de 2015 expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio. Formula, adopta, dirige, coordina y ejecuta la política pública, planes y proyectos en materia del desarrollo territorial y urbano planificado del país, la consolidación del sistema de ciudades, con patrones de uso eficiente y sostenible del suelo" (Decreto 1077, 2015, art. 1.1.1.1.1).

El Acuerdo Municipal No. 15 de 2018 adopta el ajuste del Esquema de Ordenamiento Territorial para el municipio de Guatapé, define los usos del suelo para las diferentes zonas de los sectores rural y urbano, establece las reglamentaciones urbanísticas correspondientes y plantea los planes y estudios complementarios para el futuro del municipio" (Acuerdo Municipal No. 15, 2018, pág. 1).

El Decreto 1076 de 2015 expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Ambiente y Desarrollo Sostenible. Orienta y regula el ordenamiento ambiental del territorio y define las políticas y regulaciones a las que se sujetarán la recuperación, conservación, protección, ordenamiento, manejo, uso y aprovechamiento sostenible de los recursos naturales renovables y del ambiente de la Nación, a fin de asegurar el desarrollo sostenible, sin perjuicio de las funciones asignadas a otros sectores" (Decreto 1076, 2015.).

5. ANÁLISIS DE MERCADO Y LOTE

5.1. Lote

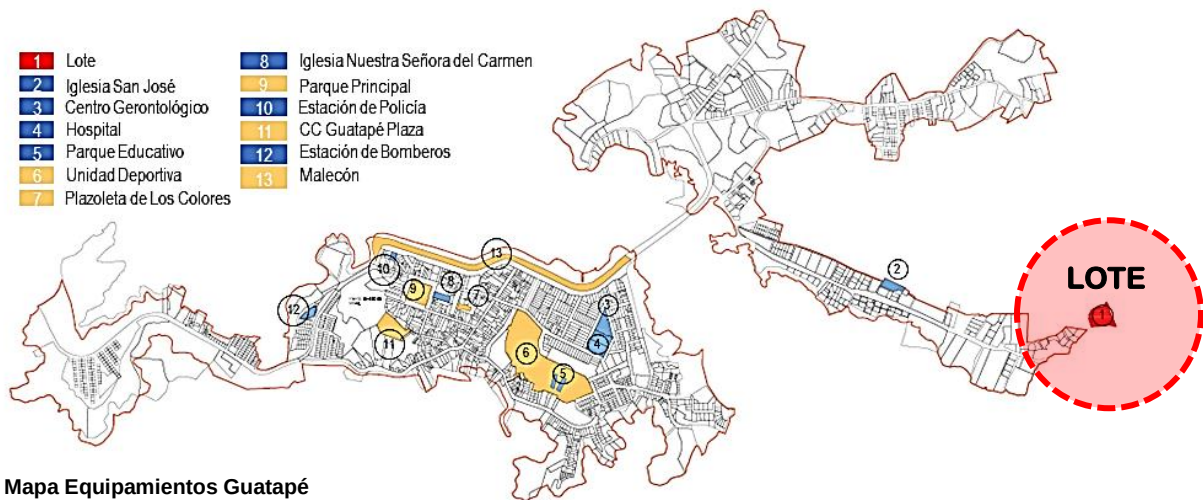


Ilustración 1 Lote

El lote está ubicado en el área rural del municipio de Guatapé colindante al área urbana de este. El Lote posee una ubicación estratégica ya que cuenta con vía principal de fácil acceso por la cual se garantiza estar en 5 minutos con El Hospital, bomberos, comercios, parque principal de Guatapé y otros servicios.

La ubicación del lote en un entorno privilegiado del municipio de Guatapé, caracterizado por su biodiversidad, paisajes verdes y aire puro, proporciona el escenario perfecto para fomentar el bienestar integral, combinando salud, tranquilidad y conexión con la naturaleza.

Equipamientos:



Mapa Equipamientos Guatapé
Fuente: Propia

Ilustración 2 Equipamientos

La proximidad del lote a diversos equipamientos y servicios es un aspecto fundamental para garantizar la funcionalidad. Contar con centros de salud, comercios, instituciones educativas, espacios recreativos y otros servicios cercanos permite satisfacer las necesidades.

Los equipamientos cercanos no solo añaden valor al lote, sino que también garantizan que el proyecto funcione de manera eficiente, accesible y orientada al bienestar integral de sus residentes.



Ilustración 3 Lote

En conclusión, la ubicación estratégica del lote permite satisfacer todas las necesidades cotidianas, consolidando un entorno ideal para el desarrollo del proyecto.



Ilustración 4 Lote

5.2 Mercado

5.2.1 Estimación de demanda

En Colombia, existe una demanda potencial importante de adultos mayores, la cual según ingresos (solo contabilizando pensiones), cuentan con la capacidad adquisitiva para pagar por los servicios ofrecidos en los Senior Living. En 2023, en nuestro país, había 118.484 pensionados (5,12%) que reciben entre 4 y 10 SMMLV, 29524 pensionados (1.28%) reciben entre 10 y 20 SMMLV y 7640 (0.33%) pensionados que reciben más de 20 SMMLV. (Fuente Ministerio del Trabajo)

En Colombia la población de adultos mayores está creciendo exponencialmente (promedio anual de incremento 0.22% del total de la población (fuente Ministerio de Salud)).

Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE, actualmente los mayores de 55 años representan el 13.9% de la población nacional y el DANE estima que para el 2030 este porcentaje alcance el 17%.

Según estas cifras mencionadas anteriormente, la demanda potencial actual, para proyectos que brinden estadía de medio a largo plazo y prestación de servicios complementarios para personas adultos mayores, se encuentra entre 30.000 y 40.000 personas.

5.2. Estudio de Generación o Validación de Demanda (puerta falsa).

Un "análisis de puerta falsa de prueba AB" se refiere al proceso de analizar datos de una prueba A/B donde una de las variaciones es una "puerta falsa" (esencialmente, un producto o característica simulada que parece funcional pero que en realidad no está disponible) y que se utiliza para medir el interés del usuario y la demanda potencial sin desarrollarlo completamente primero; la métrica clave para analizar suele ser la tasa de clics en la "puerta falsa" para comprender cuántos usuarios interactuarían con la característica potencial si existiera (búsqueda en Google: AB Test Fakedoor Analysis, resultado descripción general de la IA).

Para el presente trabajo, se realizó un análisis de puerta falsa, del cual se pudo extraer información relevante para la posterior toma de decisiones, respecto al alcance del proyecto, el mercadeo y las ventas.

Concepto Senior Living Guatapé

Ilustración 5 Concepto Senior Living Guatapé



AB Test Análisis de Puerta Falsa

Tabla 1. Test Análisis de Puerta Falsa

Anuncio	Leads	Gasto
Estancias	38%	50%
Residencia	60%	45%
Asesoría	2%	5%

Tabla 2. Test Análisis de Puerta Falsa

Métrica	FD	Esperado	Desempeño
Leads	63	50	126%
Frecuencia	1,68	2	84%
CPL	\$8.861	\$8.000	111%
Gasto	\$558.232	\$400.000	140%

Resultados Puerta Falsa (leads)

Tabla 3. Resultados Puerta Falsa (leads)

¿Cuál es el rango de edad del huésped?	Leads	
Menor de 60 años	10	16%
Entre 60 a 70 años	26	41%
Entre 70 a 80 años	14	22%
Más de 80 años	13	21%
Suma total	63	100%

Leads perfilados

Leads perfilados – Datos demográficos

Tabla 5. Datos demográficos

Rango de Edad	Hombres	Mujeres
25-34	2%	4%
35-44	8%	2%
45-54	4%	2%
55-64	21%	29%
65+	12%	17%
Total	47%	54%

Tabla 4. Datos demográficos

¿Para cuántas personas buscas el servicio?	Leads	
para una sola persona	39	62%
para una pareja	24	38%
Suma total	63	100%

Tabla 6. Datos demográficos

¿El servicio es para ti o para un familiar?	Leads	
como inversión	6	10%
para mi	35	56%
para mis abuelos	1	2%
para mis padres	12	19%
para otro familiar	9	14%
Suma total	63	100%

Leads perfilados – Datos financieros

Tabla 7. Leads perfilados- Datos financieros

¿Qué presupuesto mensual estaría dispuesto a destinar?	Leads	
Menos de 5 millones cop.	44	70%
De 5 a 9 millones cop.	18	29%
De 9 a 15 millones cop.	1	2%
Suma total	63	100%

Leads perfilados – Datos preferencias

Tabla 8. Datos preferencias

¿Qué nivel de asistencia necesita actualmente?	Leads	
a. ninguna	28	44%
b. asistencia mínima (e.j: control de medicamentos, limpieza)	21	33%
c. asistencia moderada (e.j: cuidado personal, transporte a citas médicas)	8	13%
d. asistencia completa (médica y personalizada)	6	10%
Suma total	63	100%

Tabla 9. Estimación de demanda

Indicador	
Estimado Camas Actual	1727
Estimado Camas en Construcción (5 años)	850
Suma total	2577

5.3. Resumen Generación o Validación de Demanda

- La demanda por huéspedes mujeres es mayor.
- El 78% de las personas requieren asistencia mínima o nula.
- El 76% de los consultados requiere una estancia superior a un año.
- El 38% buscan una estancia en pareja.

- El 75% de los consultados prefiere Guatapé a Medellín.
- El rango de edad con mayor representación es de 60 a 70 años.

5.4. Información obtenida sobre la Demanda Efectiva

Población Antioquia \$6,800,000 Personas

% Población estrato 5 y 6, 3% del total de la población de Antioquia

% Población mayor a 60 años, 16% del subtotal del estrato 5 y 6

Número de Personas mayores a 60 años estrato 5 y 6, 32,640 adultos mayores

Total, camas Senior Living 1727

Aumento anual población mayor a 60 años, 5 %

Conclusiones de la Demanda:

Según las consultas de demanda de mercado realizadas, se concluye que el 75% de los interesados encuestados, desearían vivir en un Senior Living en Guatapé y tendrían la capacidad económica de pago hasta \$5.000.000 por los servicios ofrecidos en el Senior Living Guatapé y un 29% de los interesados encuestados estarían dispuestos a pagar por los servicios ofrecidos, entre 5 a 9 millones mensual.

A continuación, se presenta el Buyer Persons, perfilado según la información obtenida en la investigación de mercado.

5.5. Resumen Buyer Persona

- Edad: 65 – 75 años
- Capacidad de pago mensual: Hasta 5 millones de pesos.
- Vive en Medellín o el oriente Antioqueño, le interesa vivir en Guatapé. Es soltero(a) o divorciado (a), sus hijos son mayores.

- Quiere vivir de forma permanente en un lugar que le permita sentirse cómodo(a) y seguro, con actividades sociales que le permitan mantenerse activo y conectado.
- Hobbies & Intereses: Lectura, caminar al aire libre, jardinería, yoga, música y baile.
- Sus canales: Facebook, WhatsApp, Radio y Televisión.

Preocupación: No saber cuál de todos los Senior Livings disponibles cumple con sus gustos y necesidades.

Deseo: Encontrar una vivienda permanente con comodidad, entretenimiento y seguridad.

5.6. OFERTA

El análisis de la oferta para desarrollo de proyectos inmobiliarios, se realizó teniendo en cuenta un radio de acción regional, en este caso el municipio de Medellín, su área metropolitana y el municipio de Rionegro y tomando como referencia investigación de fuente secundaria, como lo son páginas Web y redes sociales de los proyectos que ya se encuentran en operación. De igual manera, a estos proyectos se dirigió las consultas por medio de llamadas telefónicas, correo electrónico y mensajes de texto de por mensajería instantánea, especialmente por la plataforma WhatsApp.

A continuación, se presenta los resultados de dichas investigaciones:

5.7. Proyectos ofertados para Rentas

Tabla 10. Proyectos consultados.
proyecto

Ciudad		
Medellín	14	93%
Rio negro	1	7%
Suma total	15	100%

Tabla 11. Medellín y Antioquía-Tipo de

Tipo		
Club	7	47%
Hogar	3	20%
Hotel	3	20%
IPS	1	7%
Pasadía	1	7%
Suma total	15	100%

Tabla 12. Rentas en Medellín

Proyecto	Ciudad	Tipo	Precio mínimo (Millones COP)	Área mínima	Capacidad (huéspedes)	Ocupación
Nayib Seniors	Medellín	Club	2 a 4	10 a 20 m2	20 a 50	90% a 100%
Senior's Club El Vergel (Envigado)	Medellín	Club	2 a 4	30 a 40 m2	100 a 200	80% a 90%
Senior's Club San Lucas	Medellín	Club	2 a 4	30 a 40 m2	100 a 200	90% a 100%
Fizebad	Medellín	Club	2 a 4	>50 m2	100 a 200	70% a 80%
Casa Nua Country	Medellín	Club	6 a 10	20 a 30 m2	50 a 100	N/A
Casamalia / Vivienda Adulto Mayor	Medellín	Hotel	2 a 4	10 a 20 m2	20 a 50	90% a 100%
Hogar Santa maría	Medellín	Hotel	4 a 6	<10 m2	20 a 50	70% a 80%
Sonríe a la Vida	Medellín	Hogar	< 2	10 a 20 m2	10 a 20	70% a 80%
Hogar campestre el jardín de los abuelos	Medellín	Hogar	2 a 4	10 a 20 m2	20 a 50	80% a 90%
Origen de vida	Rio negro	Hogar	4 a 6	10 a 20 m2	10 a 20	70% a 80%
Vita Senior S.A.S	Medellín	Pasadía	N/A	N/A	N/A	N/A

5.8. Proyectos ofertados para Ventas

Tabla 13. Proyectos ofertados para Ventas

Senior Living	Ciudad	Tipo	Rango precio (millones COP)	Rango área	Rango capacidad (huéspedes)	Rango ocupación
Vitaly	Medellín	Club	100 mm	40 a 50 m2	100 a 200	80% a 90%
El Vergel Senior's Club	Medellín	Club	> 100 mm	40 a 50 m2	> 200	N/A
Serenity Senior's club	Medellín	Hotel	> 100 mm	>50m2	> 200	N/A

Tabla 14. Medellín y Antioquía- edad mínima de ingreso

Edad Mínima de ingreso		
50	12	80%
55	1	7%
57	1	7%
59	1	7%
Suma total	15	100%

Tabla 15. Rango precio competencia (Medellín- Rionegro)

Rango precio competencia (Medellín - Rionegro)		
a. Bajo	4	27%
b. Medio	5	33%
c. VIP	4	27%
d. N/A	2	13%
Suma total	15	100%

Podemos Dividir la competencia en los siguientes segmentos:

- VIP mayor a 10 millones
- Alto (entre 6 a 8 millones)
- Medio (entre 3 a 6 millones)
- Bajo (menor a 3 millones al mes)

Tabla 16. Rangos AREAS HABITACIONES

Rango área		
a. <10 m2	1	7%
b. 10 a 20 m2	5	33%
c. 20 a 30 m2	1	7%
d. 30 a 40 m2	2	13%
e. 40 a 50 m2	2	13%
f. >50m2	2	13%
g. N/A	2	13%
Suma total	15	100%

Tabla 17. Rangos capacidad de huéspedes

Rango capacidad (huéspedes)		
10 a 20	2	13%
20 a 50	4	27%
50 a 100	1	7%
100 a 200	4	27%
> 200	2	13%
N/A	2	13%
Suma total	15	100%

5.9. Servicios Ofrecidos

Tabla 18. Transporte a citas Médicas

Transporte a Citas Médicas		
Sí	1	7%
No	14	93%
Suma total	15	100%

Tabla 19. Acompañamiento a cita médica

Acompañamiento a Cita Médica		
Sí	1	7%
No	14	93%
Suma total	15	100%

Ilustración 7 Estadía y Servicios por día

Day Care

Medellín - Rionegro

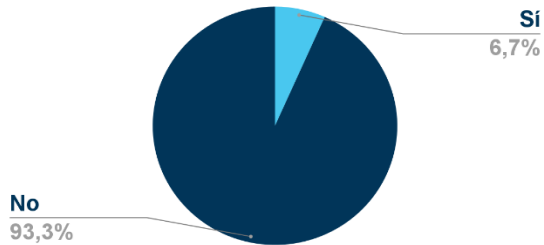


Ilustración 6 Permite mascotas

Permite mascotas

Medellín - Rionegro

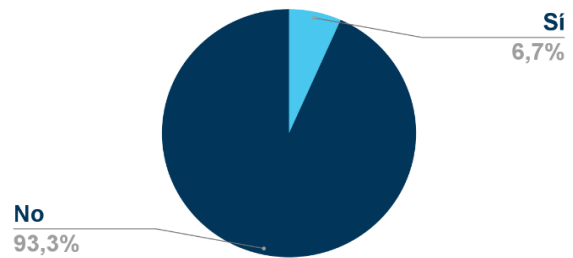


Ilustración 9 Ofrece fisioterapia

Ofrece Fisioterapia

Medellín - Rionegro

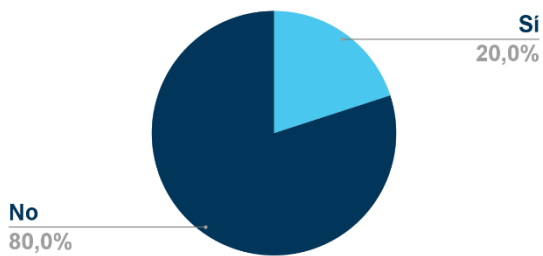


Ilustración 8 Baño y limpieza

Baño y limpieza

Medellín - Rionegro

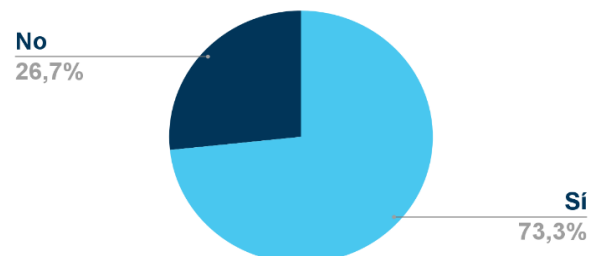


Ilustración 11 Control de medicamentos

Control de medicamentos

Medellín - Rionegro

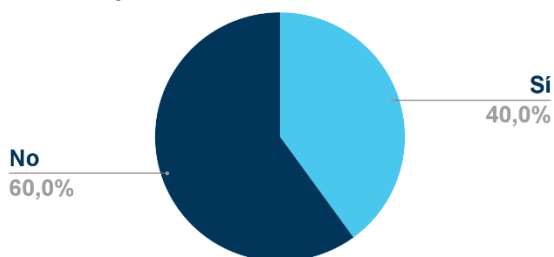


Ilustración 10 Parqueadero incluido

Parqueadero incluido

Medellín - Rionegro

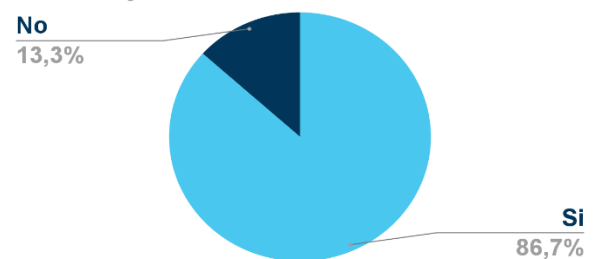


Ilustración 13 Médico 24 horas

Médico 24 horas

Medellín - Rionegro

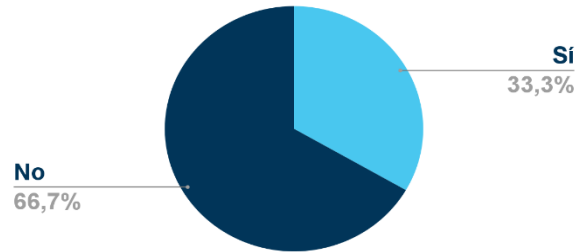
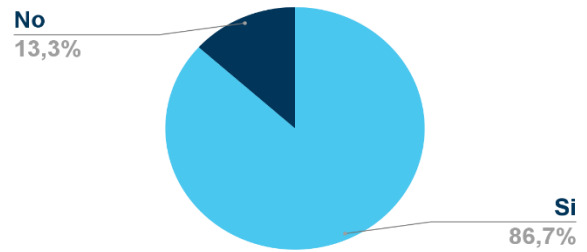


Ilustración 12 Parqueaderos visitantes

Tiene parqueadero visitantes

Medellín - Rionegro



5.10. Proyectos Competencia

SENIORS CLUB EL VERGEL ENVIGADO

Ilustración 14 Seniors Club El Vergel Envigado



Ubicación: Cra 24 Loma del

Escobero

Fuente: <https://seniorsclub.co/el-vergel/>

Fachada de Seniors Club el Vergel Envigado

Tabla 20 Seniors Club El Vergel Envigado

Tipo	Sub urbana
Tarifa Mensual desde (COP)	\$3.400.000
Área Habitaciones (m²)	30
Baño Personal	Si
Capacidad	110
Ocupación (%)	80%
Tipos de Estadía	Permanente
Actividades	9
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Clínica el rosario (21 min.)
Operador	Seniors Club



Ilustración 15 Seniors Club El Vergel Envigado

Torres	3
Pisos	4
Parqueadero	Si

SENIORS CLUB SAN LUCAS

Ilustración 16 Seniors Club San Lucas



Ubicación: Cra. 25B #18A sur-46

(El Poblado)

Fuente: <https://seniorsclub.co/san-lucas/>

Fachada de Club San Lucas

Tabla 21. Seniors Club San Lucas

Tipo	Urbana
Tarifa Mensual desde (COP)	\$ 3.300.000
Área Habitaciones (m²)	10
Baño Personal	Sí
Capacidad	21
Ocupación (%)	90%
Tipos de Estadía	Permanente - temporal
Actividades	6
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Clínica el rosario (9 min.)
Operador	Seniors Club

Ilustración 17 Seniors Club San Lucas



Torres	1
Pisos	12
Parqueadero	Si

ORIGEN DE VIDA – LUZ DE ORIENTE

Ilustración 18 Origen de vida - Luz de oriente



Fachada de Origen de vida - Luz de oriente

Ubicación: Vereda Cabeceras

Fuente: https://www.origendevida.net/?gad_source=1&gclid=CjwKCAiAgoq7BhBxEiwAVcW0LHfyT9py-S-itNv2wTy29xpa8tS3m7zaY8xgkY25vz6Jn7chedzUVRoCvU0QAvD_BwE

Tabla 22. Origen de vida - Luz de oriente

Tipo	Rural
Tarifa Mensual desde (COP)	\$5.600.000
Área Habitaciones (m²)	10
Baño Personal	Si
Capacidad	12
Ocupación (%)	70%
Tipos de Estadía	Permanente, Temporal y Diurna
Actividades	5
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Fundación san Vicente Rafael (16 min.)
Operador	Origen de Vida

Ilustración 19 Origen de vida - Luz de oriente



Torres	1
Pisos	1
Parqueadero	Visitantes.

CASA NUA

Ilustración 20 Casa Nua



Fachada de **Casa Nua**

Ubicación: Cl 20A Sur #22-394 (El Poblado)

Fuente: <https://profidmarket.com/producto/inversion-derechos-fiduciarios-casanua-san-lucas-medellin/>

Tabla 23. Casa Nua

Tipo	Urbano
Tarifa Mensual desde (COP)	\$9.900.000
Área Habitaciones (m²)	23
Baño Personal	Si
Capacidad	71
Ocupación (%)	69
Tipos de Estadía	Permanente
Actividades	20
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Clínica el rosario (8 min.)
Operador	Casa Nua

Ilustración 21 Fachada Casa Nua



Torres	1
Pisos	10
Parqueadero	Si

GIRARDOTA COLONIAL

Ilustración 22 Fachada Girardota Colonial



Fachada de Girardota Colonial

Ubicación: Girardota, Antioquia.

Obtenida de Instagram

@girardotacolonial

Tabla 24. Girardota Colonial

Tipo	Urbana
Tarifa Mensual desde (COP)	\$ 3.300.000
Área Habitaciones (m²)	10
Baño Personal	Sí
Capacidad	21
Ocupación (%)	90%
Tipos de Estadía	Permanente - temporal
Actividades	6
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Clínica el rosario (9 min.)
Operador	Seniors Club

Ilustración 23 Patio Girardota Colonial



Torres	1
Pisos	2
Parqueadero	Visitantes
Acabados	Sí

CALUCÉ SENIOR LIVING

Ilustración 24 Fachada Calucé Senior Living



Ubicación: Calle 2 # 25- 207

(Medellín)

Fuente: https://caluce.com.co/instalaciones/?gad_source=1&qclid=CjwKCAiAgoq7BhBxEiwAVc0HdSEMyMje

Fachada de Calucé Senior Living

Tabla 25. Calucé Senior Living.

Tipo	Urbano
Tarifa Mensual desde (COP)	8.100.000
Área Habitaciones (m²)	23 a 44
Baño Personal	Sí
Capacidad	102
Ocupación (%)	80%
Tipos de Estadía	Permanente, Temporal y Diurna
Actividades	57
Servicios Médicos	Asistencia 24 h.
Centro Hospitalario	Clínica El Rosario (6 min.)
Operador	Calucé Senior Living

Ilustración 25 Calucé Senior Living



Torres	1
Pisos	8
Parqueadero	Visitantes
Acabados	Sí

HÁBITAT ADULTO MAYOR

Ilustración 26 Fachada Hábitat Adulto Mayor



Ubicación: Medellín – Sede Los Bernal.

Fuente: <https://tuhabitat.co/>

Fachada de Hábitat Adulto Mayor

Tabla 26. Hábitat Adulto Mayor

Tipo	Urbano
Tarifa Mensual desde (COP)	\$6.800.000
Área Habitaciones (m²)	20 a 40
Baño Personal	Sí
Capacidad	338 (3 sedes)
Ocupación (%)	
Tipos de Estadía	Permanente
Actividades	14
Servicios Médicos	Asistencia 24 h. Cuidado en casa.
Centro Hospitalario	Clínica Vida (3 min.)
Operador	Hábitat

Ilustración 27 Hábitat Adulto Mayor



Torres	1
Pisos	6
Parqueadero	Visitantes.
Acabados	Sí

5.11. Conclusiones Oferta (Competencia)

- El (60%) de establecimientos tienen capacidad de menos de 60 huéspedes.
- Los servicios de Alimentación, limpieza y ejercicio, están presentes en todos los establecimientos
- El total de proyectos tienen una ocupación entre al 70% al 100%.
- Solo el 7% ofrecen servicio de “Estadía y Servicios por día para los adultos mayores”.
- El 93% de los proyectos, no brinda ni Transporte a citas Médicas, ni acompañamiento a estas

5.12. Conclusiones de la Investigación de Mercado:

Oportunidades

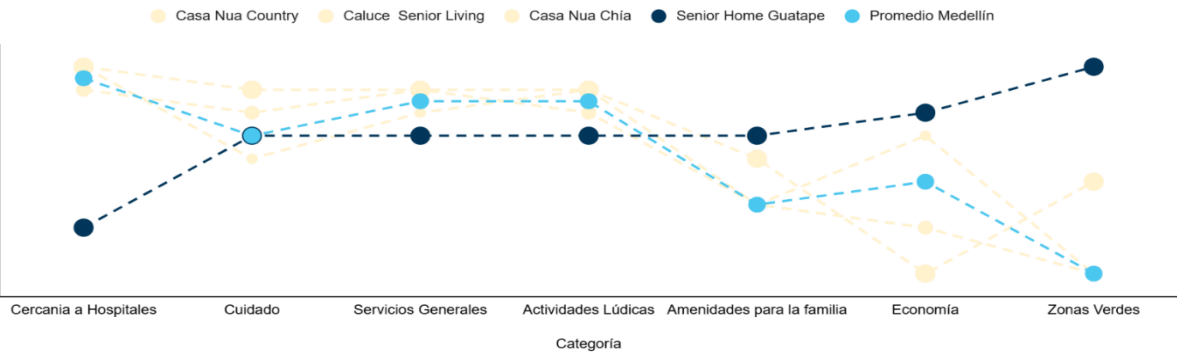
- El 60% busca estancias permanentes.
- Solo 10% de los encuestados buscan asistencia completa.
- El 72% de los establecimientos consultados tiene una ocupación superior al 70%
- 75% de los consultados prefirieron Guatapé a Medellín.
- Las personas empiezan a buscar estos servicios desde los 55 años.
- El 38% de las personas dice que busca el servicio para una pareja.
- El 68% de los establecimientos ofrece áreas menores a 30m²
- Es necesario ofertar servicio estandarizado o particularizado de transporte y acompañamiento a citas médicas.
- Ofrecer paquetes con modelos asistencia por niveles. Desde completa independencia hasta asistencia avanzada.
- Aliarse con servicios médicos, farmacias y transportes locales para cubrir necesidades adicionales sin incurrir en altos costos operativos.

Riesgos

- Solo el 25% de los encuestados dicen poder pagar un servicio de más de 5 millones.
- Alta Competencia en Medellín. Es necesario brindar atención diferenciadora al nicho de mercado que busca o elegiría tranquilidad sobre cercanía.

5.13. Resumen Gráfico Servicios Complementarios y Centralidades

Tabla 27. Resumen Gráfico Servicios Complementarios y Centralidades



6. ANÁLISIS DOFA DEL PROYECTO CON IDENTIFICACIÓN DE ESTRATEGIAS

6.1. Tabla 28. Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias

FORTALEZAS	DEBILIDADES
• PRODUCTO 1. Las instalaciones del proyecto, además del confortable y privado hospedaje, ofrece una oferta de 1. Servicios Complementarios diferenciadores para uso y disfrute de los huéspedes, como los son: Ascensor Restaurante bufet y a la carta Gimnasio (puede escoger sesiones grupales o particulares) Enfermería 24 horas y Primeros Auxilios Consultorio Médico Peluquería Biblioteca – coworking Capilla. Huerta Orgánica 2. Zonas de amenidades: Amplias Zonas Verdes Piscina climatizada Senderos peatonales Mirador a quebrada y Embalse Zona de Hidromasajes, Zona BBQ, Zona de Juego de niños 3. Diseño y Construcción de la Instalaciones del Senior Living, certificadas con Sistema de Certificación de Construcción Sostenible enfocada en hacer edificios más eficientes en ahorro en energía, agua y materiales de construcción. 4. El proyecto contará con una empresa con experiencia en la operación de los servicios complementarios ofrecidos en el Senior Living. • PRECIO: Muy exequible para los futuros usuarios, es menor 15% que en las ciudades y municipios donde se han construido y están operando actualmente proyectos similares y que son de radio de influencia de competencia (Área Metropolitana y Oriente cercano de Antioquia). • PLAZA: Ubicación privilegiada Zona Rural colindante con nueva zona urbana del municipio. 1. Entorno rodeado de naturaleza, lote con quebrada y embalse propios, pastos verdes, arboles nativos, multitud de aves. 2. Centralidades. Hospital municipal 5 minutos, Iglesias 3 minutos. Parque principal 8 minutos. Malecón embalse 4 minutos. Nuevo Centro Comercial 8 minutos. Piedra del Peñol 15 minutos.	• PRODUCTO: la normatividad en el Municipio de Guatapé, para el sector comercio, exige 1 parqueadero por cada 3 habitaciones. El proyecto supera este requerimiento, ya que al haber 33 habitaciones deben construirse 11 celdas de parqueo, y se cuentan con 17 celdas. Sin embargo, por convicción y competitividad del proyecto, la meta del desarrollo debería ser que cada usuario, pueda contar con una celda de parqueo de vehículos, especialmente para algunos fines de semana y algunos puentes festivos, donde los huéspedes tienden a recibir visitas de familiares y amistades. • PRECIO: No poder contar con tarifa unificada, ya que, según las necesidades de los clientes, se les ofrece la posibilidad de fraccionar la tarifa, según la escogencia de los servicios complementarios que los usuarios tomen, lo cual conlleva a proyecciones de ingresos sujetas a estas condiciones. • PLAZA: El lote al encontrarse en zona rural, hasta el momento no cuenta con servicio de alcantarillado de Aguas Residuales, ni con el servicio de gas natural. • PROMOCION: Por ser el primer desarrollo inmobiliario de esta índole para nuestra empresa, debemos iniciar el proceso de búsqueda, investigación y negociación para la escogencia de los profesionales o la empresa que se encargará del manejo del Marketing y Comercialización con los clientes, la cual debemos poner a prueba en este primer emprendimiento, esperando obtener los resultados deseados o superarlos, no siendo lo mismo si ya tuviésemos la experiencia de haber trabajado en compañía con esta empresa en proyectos similares.

3. Vías de acceso y medios de transporte. Vías Pavimentadas, fácil desplazamiento, transporte público con disponibilidad 24 horas (motos chivas). 4. Hospitales y Clínicas Primer Nivel. 50 a 60 minutos ubicadas en municipio de Rionegro. • PROMOCION: Enfoque de Marketing y Mercadeo, en apoyarnos utilizando la "marca" Guatapé, sus centralidades y sus sitios turísticos únicos en el país. Visualización del entorno de naturaleza que tiene el sitio, el agua propia que posee el predio, las amenidades y zonas de esparcimiento del proyecto y los espacios privados que ofrece, exponiendo los beneficios de pertenecer a esta comunidad senior living.	
OPORTUNIDADES • Producto: puesto que en Colombia la población de adultos mayores está creciendo exponencialmente (promedio anual de incremento 0.22% del total de la población, fuente Minsalud), se requiere de viviendas, espacios, productos y servicios, que brinden seguridad y comodidad, exclusivamente para este segmento de población, oportunidad esta, para diversificar activos, abriendo la posibilidad a la incursión de nuevos inversionistas en este mercado. • Precio: En Colombia, existe una demanda potencial importante de adultos mayores, la cual según ingresos (solo contabilizando pensiones), cuentan con la capacidad adquisitiva para pagar por los servicios ofrecidos en los Senior Living. Para inicios de 2023, en nuestro país, hay 118.484 pensionados (5,12%) que reciben entre 4 y 10 SMMLV, 29524 pensionados (1.28%) reciben entre 10 y 20 SMMLV y 7640 (0.33%) pensionados que reciben más de 20 SMMLV. Fuente MinTrabajo https://www.larepublica.co/economia/cinco-de-cada-diez-pensionados-en-colombia-reciben-un-salario-minimo-cada-mes-3504100. • Plaza: En Colombia, según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), se estima que en 2024 el país cuenta con aprox.	AMENAZAS • PRODUCTO: Como el proyecto se encuentra en fase de estudios y diseños, podrían presentarse cambios en la normatividad de Ordenamiento Territorial y/o Requerimientos Ambientales, pudiendo causar retrocesos o en lo peor de los casos un resultado negativo de la factibilidad Técnico - Legal. • PRECIO: Disminución de poder adquisitivo por parte de pensionados con pensiones de altos montos, debido a la aprobación de nuevas leyes que aprueben reformas tributarias que impongan o aumenten gravámenes a este grupo de jubilados, ejemplo como en el año 2022, que para pensiones superiores a \$10 millones mensuales, estas personas tendrían que pagar impuesto declarando renta por el 35%, y en ese sentido, cerca de 38.000 jubilados en el país, estarían en esta condición. https://www.larepublica.co/especiales/reforma-tributaria-2022/cerca-de-16-700-pensionados-reciben-una-mesada-de-mas-de-10-millones-mensuales-3420904 • PLAZA: Guatapé es uno de los municipios más visitados de Colombia, alcanzando en el año 2024 cifras de más 1 millón de vehículos y más de 3 millones de visitantes (Estudio Secretaría de Gobierno Guatapé). Lo anterior, hace que la movilidad se haya convertido en un problema,

7,8 millones de personas mayores, lo que representa el 15% de la población. A medida que pasan los años, hay más personas mayores y menos nacimientos. En Colombia, se espera que para 2031 haya 10 millones de personas mayores de 60 años, lo cual representa una oportunidad de crecimiento en la «Silver Economy». • Promoción: En Colombia, hay poca oferta relacionada con productos y servicios que atiendan las características de la población silver, por lo que es un segmento de grandes oportunidades para empresarios y emprendedores. Es así como surgen nuevas oportunidades desde el marketing, en sectores no tan explorados en Colombia como lo son la educación, salud, vivienda, orientados a las personas mayores. Las personas adultas mayores tienden a gastar significativamente más en: Salud Alojamiento Alimentación Información y comunicaciones La población silver está cada vez más inmersas en el mundo digital: Se informan por las redes sociales Siguen a sus líderes de opinión por medios digitales Info: Estudio realizado por Colpensiones - Universidad Javeriana https://econexia.com/es/contenidos-articulo/estilo-de-vida-y-consumo/1066/%C2%BFQue-esta-demandando-poblacion-silver-Colombia"	generando en las temporadas altas de turismo, grandes congestiones vehiculares, triplicando los tiempos de viajes usuales. Esta situación se agudizará en el futuro si no se toman las correspondientes medidas administrativas y técnicas al respecto. • PROMOCION: Redes sociales y Medios de comunicación escritos, visuales y radiales, difunden los problemas de movilidad existentes para el ingreso y salida de los visitantes a Guatapé, generando desistimientos u oposición de potenciales clientes de adquirir o acceder a los servicios ofrecidos en un establecimiento de Senior Living en Guatapé. Fuente Elcolombiano.com
---	--

6.2. Tabla 29. Análisis Dofa Del Proyecto Con Identificación De Estrategias

CRECIMIENTO FO	SUPERVIVENCIA DO
• Cautivar los interesados del producto y los servicios con la estrategia de promoción “marca Guatapé”, mostrando sus sitios turísticos, sus paisajes, sus lugares emblemáticos, la cercanía a centralidades con que cuenta el proyecto (hospitales, iglesias, parques, bomberos entre otros) y seguido a este enganche, dar a conocer todas las ventajas y particularidades del proyecto y los servicios ofrecidos. • Se promocionará las experiencias únicas que vivirán en el Senior Living Guatapé, como los es el acceso directo a fuentes naturales de agua con que cuenta el Proyecto (quebrada) y a mirador al Embalse, el mayor atractivo natural que tiene la región. • De igual manera, la estrategia de Marketing se centrará en el acceso a servicios Complementarios diferenciadores, que tendrán para uso y disfrute los huéspedes: Servicio médico, enfermería, Restaurante bufet y a la carta, gimnasio, capilla, zonas verdes, peluquería, Jacuzzi, amplias zonas verdes, Huerta orgánica, entre otros. • Se hará énfasis a los interesados en el proyecto, en que el precio final de los servicios ofrecidos, es inferior al promedio del mercado de proyectos similares que están operando actualmente en Antioquia. • A las personas atraídas al proyecto se les dará seguridad sobre la atención con que contarán, la cual será realizada por una empresa con experiencia en la operación de los servicios complementarios ofrecidos en el Senior Living. • Por los distintos medios de marketing se informará que el proyecto contará con Sistema de Certificación de Construcción Sostenible enfocada en hacer edificios más eficientes en ahorro en energía, agua y materiales de construcción, estando presente de esta manera en la acción de conciencia medio ambiental en la cual la sociedad en general ya ha entrado.	• En algunos puentes festivos y fines de semana de temporadas altas, donde los familiares y amistades de los huéspedes, concurrirán más al proyecto, se contratará el servicio de transporte particular de estos visitantes, para recogida ida y vuelta al parqueadero público más cercano del sitio, mitigando de esta manera un posible déficit de parqueaderos en temporadas altas de visitantes al proyecto. • El proyecto, mientras la Empresa Prestadora del servicio de Gas domiciliario, construye la red externa, utilizará una planta móvil de gas propano, solucionando la prestación del servicio necesario para el funcionamiento de todas las instalaciones y servicios complementarios. • El Proyecto construirá una estación de bombeo de aguas residuales, la cual conectará a la red de alcantarillado, solucionando la situación de no contar con conexión directa a la red de aguas residuales del municipio y la cual se encuentra a pocos metros del terreno donde funcionará el Senior Living. • Generar alianzas estratégicas de alquiler de nuestras instalaciones, con Clínicas, Centros de rehabilitación, entre otros y atraer los clientes ante una baja brusca de la tasa de ocupación y/o una baja escogencia de los servicios complementarios que los usuarios tomen, lo cual bajaría los ingresos.

SUPERVIVENCIA FA	FUGA O CIERRE DA
• Para reducir la amenaza de futuros cambios de normativa, como proyecto nos vincularemos a las socializaciones a que vayan habiendo lugar, y si en las socializaciones se van anunciando cambios en el EOT Municipal, el proyecto tendrá conocimiento con anticipación y podrá ir ajustando diseños, factibilidades, publicidad y otros tipos de trámites administrativos y técnicos. • Para reducir la amenaza, de disminución de poder adquisitivo por parte de pensionados con mesadas de altos montos, el proyecto cuenta con un precio muy asequible y competente, y contaría con contratos de hospedaje con mínimo duración de 1 año, amortiguando caída en la tasa de ocupación del proyecto. • Para reducir la amenaza del problema de la movilidad restringida en algunos de los puentes festivos, se reforzará en redes sociales del proyecto, el enfoque de los atractivos y las amenidades del proyecto y las centralidades del municipio de Guatapé.	• Si se llegase a presentar situaciones realmente impredecibles, como una nueva pandemia, un colapso económico a nivel nacional o internacional, una crisis política por elecciones u otro motivo externo de gran calado que pudiese afectar directa o indirectamente a este proyecto en estudio, Según la Investigación de mercado realizada, el desarrollo de proyectos inmobiliarios, destinados al hospedaje y operación de servicios complementarios, para media y larga estancia, destinados a la población de adultos mayores, se encuentra particularmente en Colombia y en la región, en un “Océano Azul”, o sea un mercado inmobiliario que aún no ha sido explotado y con alta demanda, por tanto la estrategia sería de aplazamiento, esperando nuevos signos positivos de reactivación de los mercados y la sociedad en general, para retomar el curso de las acciones tendientes a la puesta en marcha del proyecto de Senior Living Guatapé y el logro de los objetivos propuestos desde un inicio.

6.3 BRIEF del Proyecto

En publicidad, brief es un texto elaborado por el anunciante donde expresa las instrucciones indispensables de la campaña. Es decir, un conjunto de instrucciones en las que el anunciante define brevemente su producto, su mercado e indica los objetivos que espera alcanzar mediante la campaña, a la publicidad, a los medios. (tomado de presentación Clase Mercadeo. González, R. (s.f.). *Clase de mercadeo*. UNIVALLE - EADI.

Generalmente, el contenido del Brief consta de tres secciones con un resumen

ejecutivo por delante:

- Situación actual

- Marco para la creación

- Planificación.

Situación actual

- **Descripción del mercado, empresa, institución, producto o servicio.** proyecto inmobiliario destinado a población de adultos mayores (senior living), que incluye residencia de media y larga estancia y la prestación de servicios complementarios, proyecto ubicado en el municipio de Guatapé Antioquia.
- **Exposición del problema y objetivo.** En Colombia, la población de adultos mayores está creciendo exponencialmente. A medida que pasan los años, hay más personas mayores y menos nacimientos. Estas personas adultas mayores, demandan residencias y atención integral, con servicios complementarios diferenciadores, los cuales pueden encontrar en el Senior Living Guatapé.
- **Posicionamiento de la empresa y del producto o servicio.** En Colombia, los proyectos inmobiliarios dedicados al Senior Living, en pocos años de estar operando, están ganando reconocimiento como una muy buena opción de vivienda y estilo de vida para personas adultas mayores.
- **Característica del producto o servicio y sus diferencias respecto a la competencia.**
Identificación de atributos significativos.

Las instalaciones del proyecto, además de estar rodeado de naturaleza pura y tener un privado, seguro y confortable hospedaje, ofrece una oferta de Servicios Complementarios diferenciadores para uso y disfrute de los huéspedes, como los son:

Restaurante bufet y a la carta, Piscina climatizada, Zona de Hidromasajes, Gimnasio Enfermería 24 horas y Primeros Auxilios, Consultorio Médico, Peluquería, Biblioteca–coworking, Capilla, Huerta Orgánica, amplias Zonas Verdes, Senderos peatonales, Mirador a quebrada propia y Embalse, Zona BBQ, Zona de Juego de niños, Ascensor.

También, el proyecto Senior Living Guatapé, cuenta con el Diseño y la Construcción de sus Instalaciones, certificadas con Sistema de Certificación de Construcción Sostenible, enfocada en hacer edificios más eficientes en ahorro en energía, agua y materiales de construcción.

La prestación de los servicios complementarios ofrecidos en el proyecto, será operado por una empresa con experiencia comprobada en proyectos Senior Living.

- **Principales competidores:** SENIORS CLUB SAN LUCAS, CASA NUA, GIRARDOTA COLONIAL, CALUCÉ SENIOR LIVING, HÁBITAT ADULTO MAYOR

- **Descripción del Público objetivo de la campaña:**
 - ✓ Pensionados, con alto nivel educativo (profesionales o Independientes)
 - ✓ Edad: 65-75 años
 - ✓ Ocupación: Jubilados (profesionales o empresarios)
 - ✓ Ingreso Anual: Alto > 10 millones (con pensiones, ahorros y/o inversiones)
 - ✓ Ubicación: Buscan mudarse de áreas urbanas o semiurbanas (como Medellín) a zonas más tranquilas y naturales y de mucho bienestar (como Guatapé)

Marco para la creación

- **Objetivos de la campaña:** Vender el 100% de los contratos de arrendamiento disponibles de Residencia de media y larga estancia (con prestación de los servicios complementarios) entre 1 a 3 meses.
- **Tipo de campaña:** Buscador en internet (Google), Redes Sociales, Vallas publicitarias en sitios estratégicos (cercanía Aeropuerto)
- **Alcance geográfico:** Regional (Antioquia y región centro occidente del país)
- **Beneficio para el público objetivo:** Ubicación privilegiada con entorno rodeado de naturaleza, con quebrada propia y acceso al embalse, con Centralidades como el Hospital municipal a 5 minutos, Iglesias 3 minutos, Parque principal 8 minutos. Malecón embalse 4 minutos. Nuevo Centro Comercial 8 minutos. Piedra del Peñol 15 minutos.
- **Razón por la cual la promesa es cierta:** El proyecto cuenta con licencia de construcción aprobada e inicio de obras.
- **Ventajas adicionales:** el precio es muy accesible, es menor 15% comparado con proyectos similares, que están operando actualmente y que son de radio de influencia de competencia (Área Metropolitana y Oriente cercano de Antioquia).

Planificación

- **Calendario:** la campaña publicitaria estará activa durante 3 meses y solo por una vez, prorroga de 1 mes, si es necesario.
- **Presupuesto:** Máximo 1.5% del valor de ventas proyectadas
- **Anexos:** estudios de mercado, planos y render del proyecto

Supervisión

KPIs: número de interesados en el proyecto, Número de visitas al sitio del proyecto, tiempo de venta de los contratos de arrendamiento y prestación de los servicios complementarios.

7. ANTEPROYECTO

7.1. Ubicación del Lote:



Ilustración 28 Ubicación del Lote

Mapa de ubicación del Municipio de Guatapé
Obtenido de:

<https://www.municipiodeguatape.gov.co/galeria/18/mapas/>

LUGAR..... Zona Rural - Guatapé

BARRIO..... Vereda El Roble

LOTE..... 3.395 M2



Ilustración 29 Ubicación del Lote

Croquis Municipal de Guatapé -
conexiones

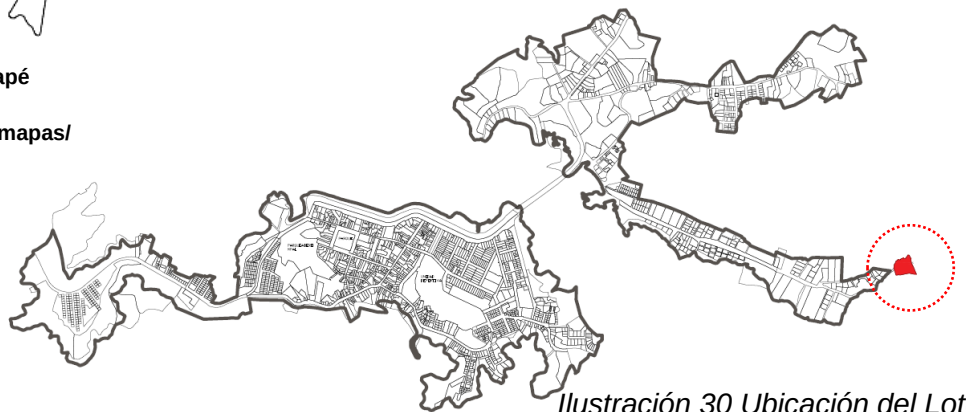


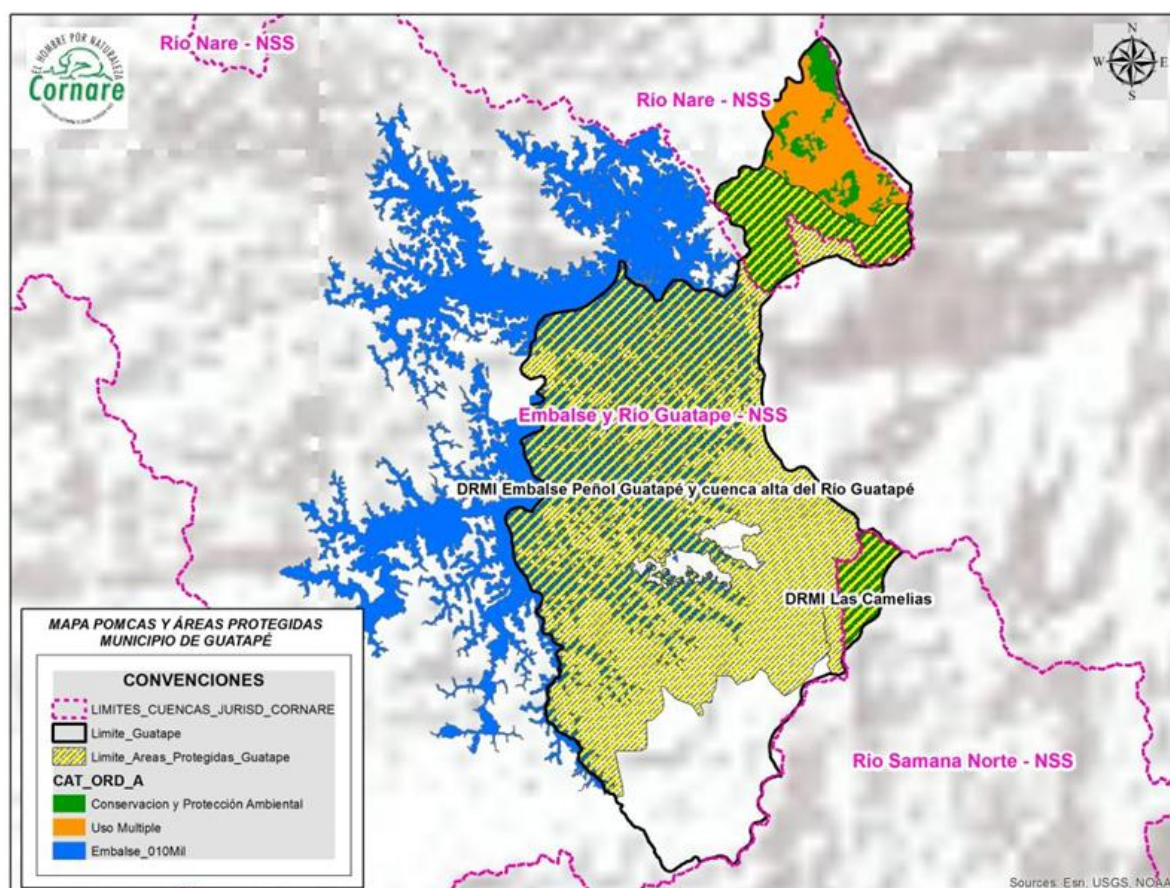
Ilustración 30 Ubicación del Lote

Plano Urbano del Municipio de Guatapé
Fuente:
Archivo DWG, Planeación Guatapé

El lote está ubicado en el área rural del municipio de Guatapé, con fácil acceso. Su posición estratégica cerca de una vía principal y cercanía al área Urbana garantiza una conexión eficiente con El Hospital, comercios y otros servicios.

Este terreno cuenta con un gran potencial, ya que posee características ideales para el desarrollo de un proyecto orientado a brindar bienestar, confort y calidad de vida a los adultos mayores.

7.2. Sistema Ambiental Del Lote:



Mapa Pomcas y áreas protegidas Municipio de Guatapé

Obtenido de:

https://www.cornare.gov.co/SIAR/REFERENTES_AMBIENTALES/20192023/Documento_Guatape.pdf

Ilustración 31 Sistema Ambiental Del Lote

El lote está ubicado en un área ambientalmente significativa que se resalta por su riqueza natural y paisajística. Este entorno rural del municipio de Guatapé contribuye a un ambiente ideal para el bienestar.

La zona se caracteriza por su biodiversidad, paisajes verdes y aire puro, factores que promueven la salud física y mental.

7.3. Sistema Vial:

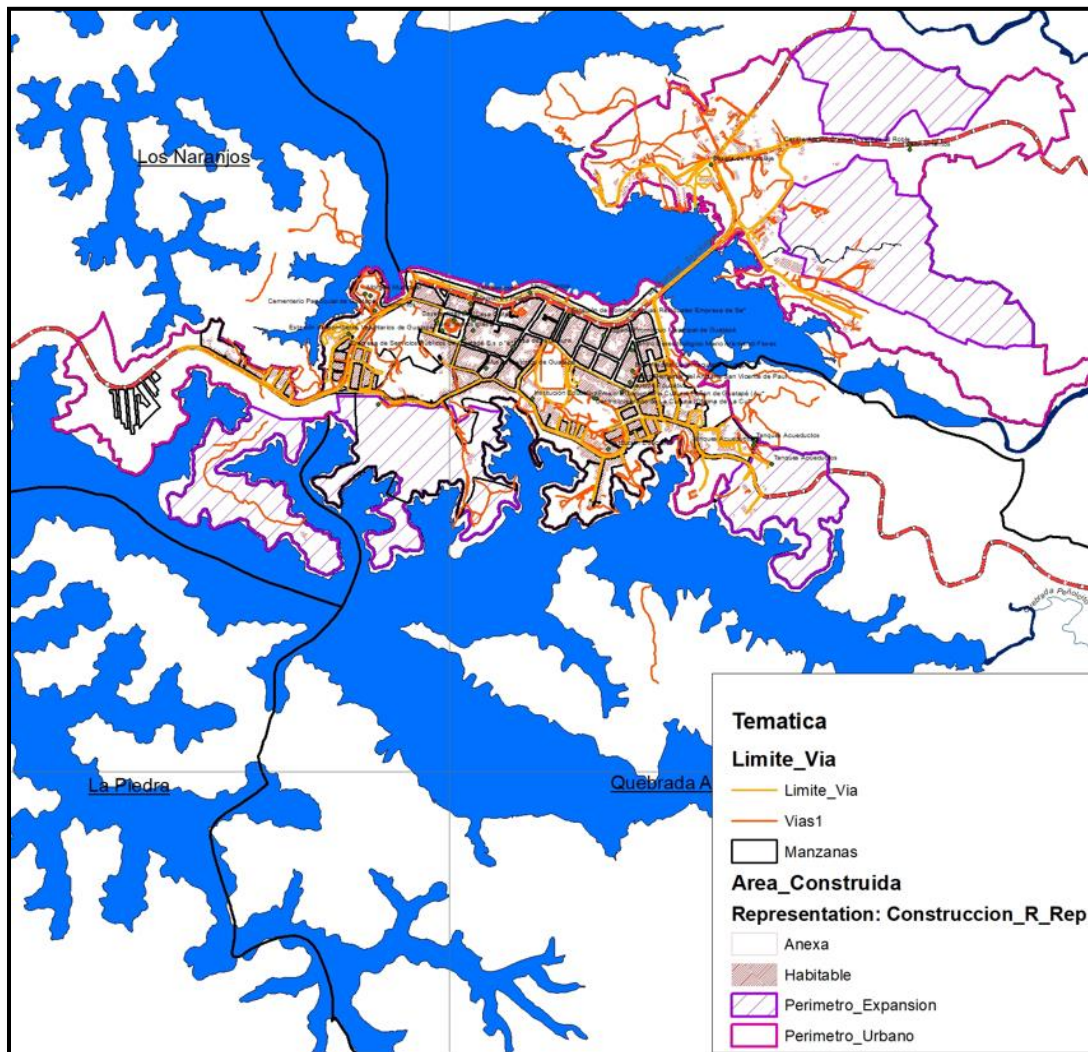


Ilustración 32 Sistema Vial

Mapa Ejes viales Municipio de Guatapé

Obtenido de:

<https://www.municipiodeguatape.gov.co/galeria/18/mapas/>

El lote cuenta con vías de acceso estratégicas que facilitan la conexión con las principales zonas urbanas y rurales del municipio de Guatapé. Estas vías garantizan una movilidad eficiente lo cual es fundamental para responder oportunamente a las necesidades.

El lote dispone de vías de acceso estratégicas que aseguran una conexión eficiente con las principales zonas urbanas y rurales del municipio de Guatapé. Estas rutas no solo facilitan la movilidad, sino que también garantizan una respuesta ágil a las necesidades, lo cual es esencial para el éxito del proyecto.

7.4. Caracterización del Lote:

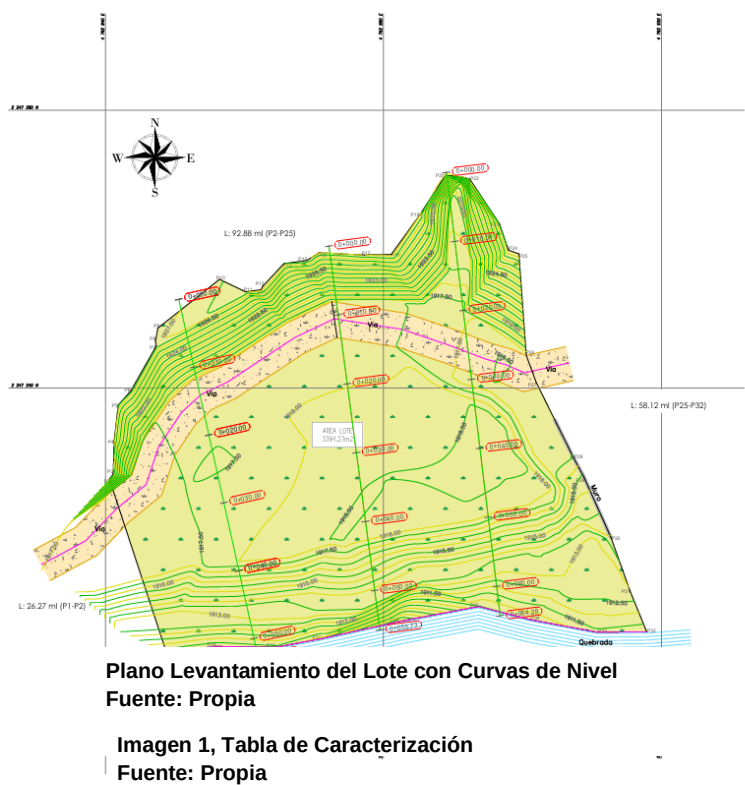


Ilustración 34 Caracterización del Lote



Ilustración 33 Caracterización del Lote

El lote presenta una topografía regular, que incluye una amplia sección plana donde ensambla técnicamente el proyecto.

Tabla 31. Caracterización del Lote

CARACTERIZACIÓN DEL LOTE	
DIRECCIÓN	Vereda El Roble - Guatapé
DEPARTAMENTO	Antioquia
CIUDAD	Guatapé
BARRIO	Vereda El Roble
AREA LOTE	3394,2 m ²
INDICE DE OCUPACIÓN	20% - 678,8m ²
N° DE PISOS	2 + Mansarda

7.5. Normativa del Lote:

El lote está ubicado en Zona Rural del Municipio de Guatapé, Considerado una Zona de desarrollo Sostenible según acuerdo corporativo del 30 de abril de 2020, por la

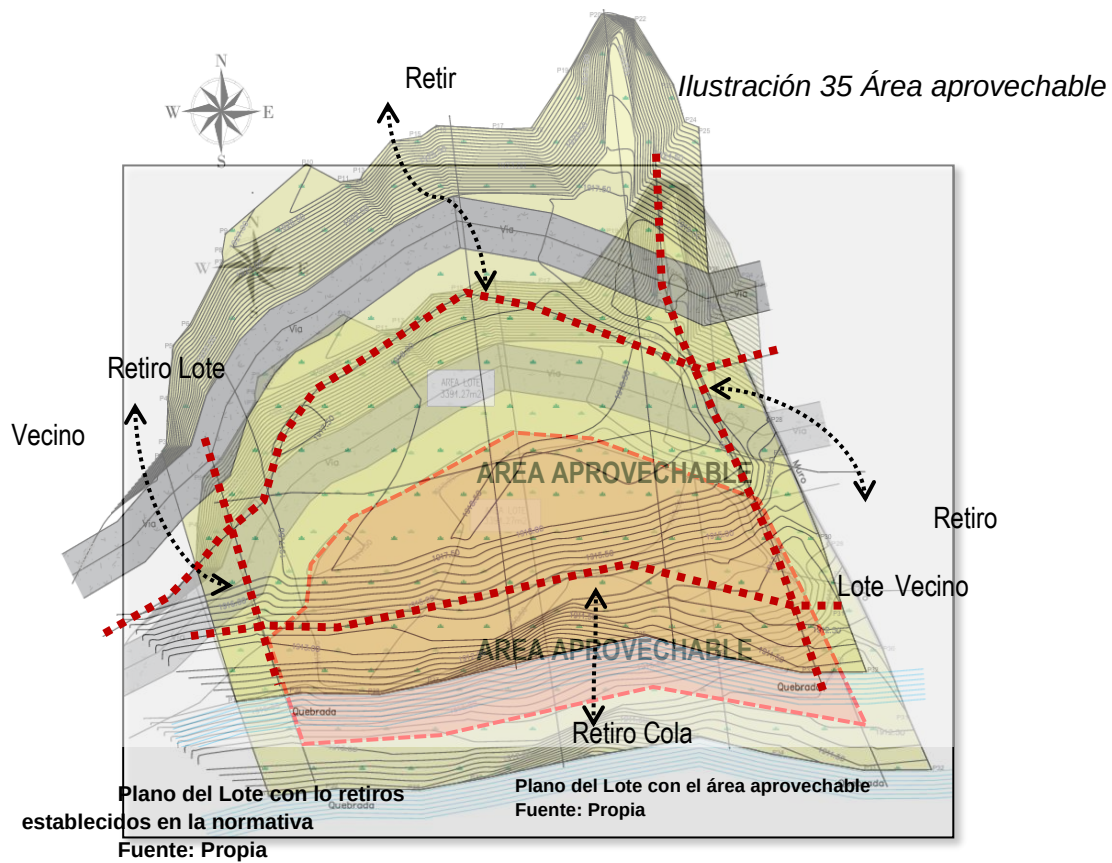
Tabla 34. Retiros

RETIROS		
DESCRIPCION	NORMATIVA	PROYECTO
Quebrada: Cola de La Represa	De La Cota 1.890 son 5 Metros	Cota 1.916 Retiro de 16 Metros
Vecinos Colindantes Derecho	5 metros	5.85 Metros
Vecinos Colindantes Izquierdo	5 metros	7.85 Metros
Eje de la vía	7 metros	7.25 Metros

Imagen 1, Tabla de Retiros
Fuente: Propia

CORPORACIÓN AUTÓNOMA REGIONAL DE LAS CUENCAS DE LOS RIO NEGRO Y NARE – **CORNARE** y dentro de la zonificación del EOT 2018.

Para la construcción del Senior Living, el lote debe cumplir con los retiros establecidos por la



normativa vigente. Este terreno cuenta con la quebrada la ceja, considerada como cola del embalse de Guatapé, por lo que se toma la cota 1890 MSNM y se establece un retiro de 5 metros. En los costados Este y Oeste, donde hay lotes colindantes, se requiere un retiro de 5 metros desde los linderos. En la parte Norte, el lote es atravesado por una vía de servidumbre que comunica con otros lotes de propiedad privada, lo que implica un retiro de 7 metros desde el eje de dicha vía. Estos parámetros permiten definir un área útil de 1.461,5 m² para la implantación del bloque destinado al Senior Living.

De esta manera, se logra delimitar un área útil de 1.461,5 m², adecuada para la implantación del bloque del Senior Living, cumpliendo con todas las normativas y garantizando un diseño que respeta estas normativas.

Tabla 37. Tabla Indicé de Ocupación

INDICE DE OCUPACION Área Lote 3394.2 m²		
DESCRIPCION	NORMATIVA	PROYECTO
I.O	20 % = 678.84 m ²	16.2% = 551.7 m ²
Altura en pisos	No superar 2 pisos + sótano + Mansarda	2 pisos + Mansarda
Área Mínima de Patio	4 m ²	87 m ²

Imagen 1, Tabla Indicé de Ocupación
Fuente: Propia

El índice de ocupación para este lote es del 20%, lo que equivale a 687,84 m², con una altura máxima de dos pisos más sótano y/o mansarda, además, el área de patio, garantiza que se cuente con iluminación y ventilación adecuadas.

El diseño y planificación del Senior Living en Guatapé es completamente factible de construir, cumpliendo con todas las normativas vigentes. La propuesta arquitectónica ha sido desarrollada considerando los estándares de accesibilidad, seguridad y habitabilidad exigidos por las regulaciones locales

Tabla 38. Parqueaderos

PARQUEADEROS 33 unidades Habitacionales		
DESCRIPCION	NORMATIVA	PROYECTO
Parqueaderos de vehículos	1 por cada 3 unidades = 11 parqueaderos	17 parqueaderos
Parqueaderos de Motos	1 por cada 5 unidades = 7 parqueaderos	11 parqueaderos
Parqueaderos de Bicicletas	1 por cada 5 unidades = 7 parqueaderos	11 parqueaderos

Imagen 1, Tabla Normativa Parqueaderos
Fuente: Propia

De acuerdo con la normativa vigente en relación con los parqueaderos, el proyecto cumple ampliamente con los requisitos establecidos. La regulación exige un parqueadero para vehículo por cada tres unidades habitacionales y uno para moto y bicicleta por cada cinco unidades. Con un total de 33 unidades habitacionales, esto implica un requerimiento normativo de 11 parqueaderos para vehículos, 7 para motos y 7 para bicicletas.

En los diseños propuestos, el proyecto supera estas exigencias, al contar con 17 parqueaderos para vehículos, 11 para motos y 11 para bicicletas. De esta manera, no solo cumplimos con lo estipulado por la normativa del lote, sino que ofrecemos una mayor capacidad de estacionamiento, asegurando comodidad y funcionalidad tanto para residentes como para visitantes.

Para la implantación del proyecto, se ha adaptado la forma del lote, respetando los retiros establecidos, y se ha maximizado el aprovechamiento del espacio elevando el bloque a tres pisos, conforme a lo permitido por la normativa. En el centro del bloque, se ha creado un vacío que genera un patio central, el cual no solo proporciona iluminación y ventilación natural al interior, sino que también ofrece un espacio de esparcimiento y contacto directo con la naturaleza, favoreciendo la recreación y el bienestar de los adultos mayores. Además, en la parte superior del bloque, se ha diseñado una apertura en la zona colindante con el paramento, cumpliendo con la normativa de mansarda.

7.6. Programa Arquitectónico

SENIOR LIVING GUATAPÉ

La distribución arquitectónica, ubicado en un ambiente campestre, ha sido diseñada para ofrecer una experiencia de vida cómoda y enriquecedora para los residentes, integrándose con el entorno natural. El proyecto cuenta con espacios amplios y funcionales que permiten la convivencia, el bienestar y la recreación en un entorno tranquilo y seguro.

PLANTA URBANA Primer Piso

Zonas Exteriores

- 17 parqueaderos de Carro
- 11 parqueadero de Moto
- 11 parqueadero de Bicicletas
- Zona BBQ
- Zonas Verdes
- Piscina
- Senderos
- Mirador
- Zona de Hidromasajes
- Quebrada

Planta General del Proyecto
Fuente: Propia

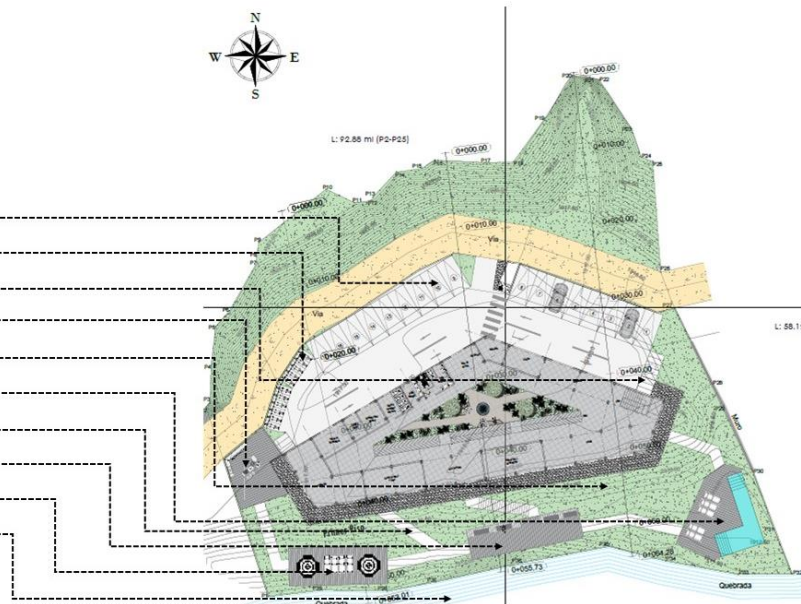
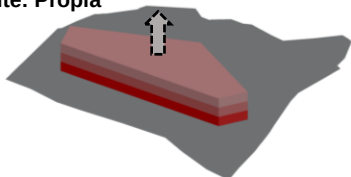


Ilustración 36 Planta General del Proyecto

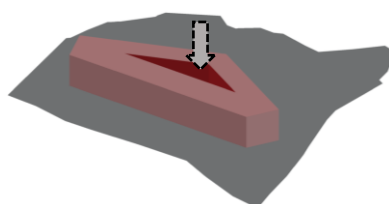
Ilustración 37 Esquemas de Emplazamiento del volumen

Esquemas de Emplazamiento del volumen
Fuente: Propia



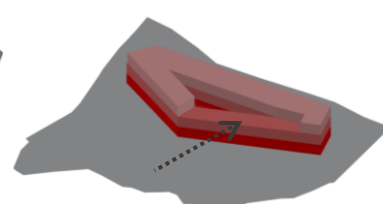
Extrusión de la zona

aprovechable



Horadación de vacío

Central/ Generar patio



Apertura/ Cumplimiento 2

pisos + retrasado

La disposición del bloque y las áreas comunes ha sido cuidadosamente pensada para aprovechar las vistas panorámicas hacia la naturaleza circundante, asegurando que los residentes puedan disfrutar del paisaje en todo momento. Las zonas de esparcimiento se ubican estratégicamente para fomentar la interacción social, ofreciendo áreas para reuniones y actividades recreativas.

En la primera planta se encuentran todas las zonas sociales, diseñadas para el disfrute tanto de los residentes como de los visitantes. El espacio cuenta con un programa completo de servicios que responde a diversas necesidades, asegurando una experiencia cómoda y placentera. Además, dispone de 17 parqueaderos para vehículos, 11 para motocicletas y 11 para bicicletas, facilitando el acceso a todos los usuarios.

Las zonas de recreación exteriores están perfectamente integradas con el entorno natural. Un sistema de senderos conecta todas las áreas de esparcimiento, como la zona de BBQ, el mirador, y las zonas húmedas que incluyen la piscina y los hidromasajes. También se han creado amplias zonas verdes donde se cultivarán huertas orgánicas, promoviendo la interacción con la naturaleza. A lo largo del proyecto, fluye una hermosa quebrada que aporta un sonido relajante, generando una atmósfera de tranquilidad que beneficia el bienestar de los huéspedes.



Ilustración 38 Render perspectiva Senior Living Guatapé

El primer piso, en su parte interior, está diseñado para ofrecer una amplia gama de actividades sociales, comenzando con un elegante hall de acceso, baños sociales, corredores y amplias zonas de circulación, incluyendo un ascensor para facilitar la movilidad. El comedor, espacioso y moderno, está equipado con una cocina profesional que ofrecerá a los huéspedes un menú variado y saludable, adaptado a sus necesidades y preferencias dietéticas.

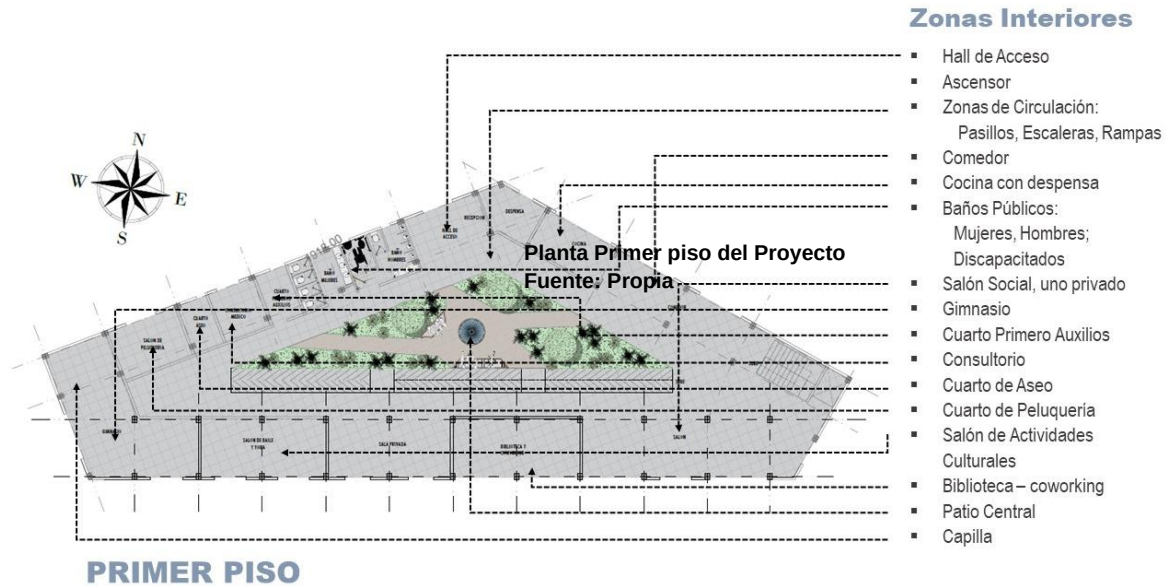


Ilustración 39 Primer piso del Proyecto

Además, el primer piso cuenta con un gimnasio completamente equipado, donde se implementarán programas especializados enfocados en el fortalecimiento físico y la salud general. Se dispone también de una enfermería y un consultorio que brindará atención médica integral, incluyendo consultas de psicología, medicina general, fisioterapia y otras especialidades, conforme a los requerimientos de los residentes. El espacio social se completa con un salón de belleza, donde los residentes podrán disfrutar de servicios de cuidado personal, así como salones dedicados a actividades manuales, baile, yoga y otras disciplinas que fomentan



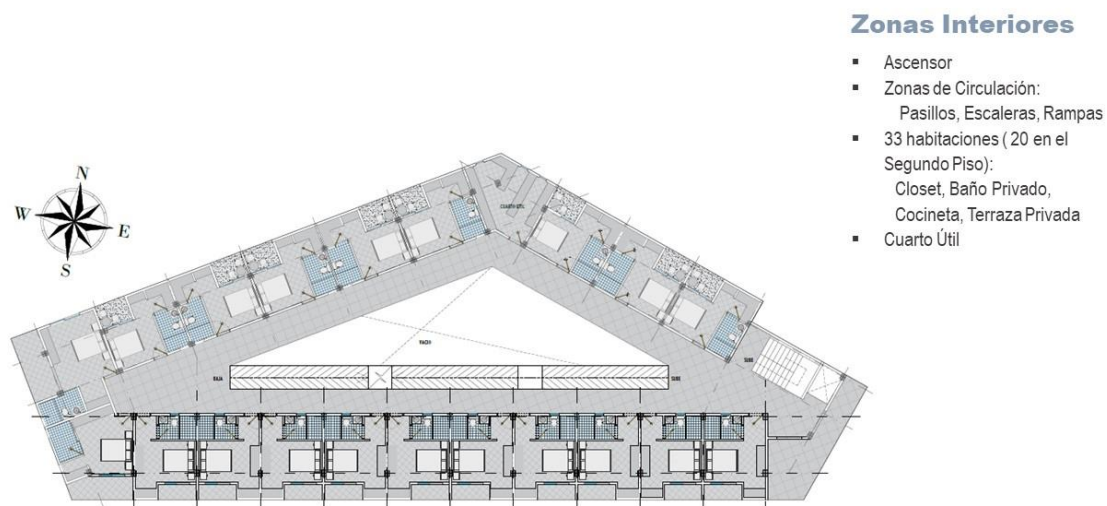
Ilustración 40 Render interior del patio central

el bienestar. También se encuentra una capilla de oración, un espacio tranquilo y espiritual para la reflexión, y una biblioteca que, además de promover la lectura, se podrá utilizar como un espacio de coworking para aquellos que deseen realizar actividades laborales o intelectuales.

El diseño del primer piso incluye un patio central integrador, un lugar acogedor y abierto que conecta todas estas áreas, creando un ambiente de convivencia y bienestar, promoviendo la interacción social y el equilibrio entre los diferentes aspectos de la vida diaria.

En los segundo y tercer pisos se encuentran las áreas privadas, diseñadas para ofrecer comodidad y privacidad a los residentes. Las habitaciones, que varían en tamaño entre 22 m² y

Ilustración 41 Planta segundo piso del proyecto



SEGUNDO PISO

Planta Segundo piso del Proyecto

Fuente: Propia

30 m², están completamente equipadas con baño privado, closet, cocineta y un balcón que permite la interacción con el exterior, brindando un espacio luminoso y ventilado. En total, el

edificio dispone de 33 habitaciones, de las cuales 20 están ubicadas en el segundo piso y 13 en el tercero.

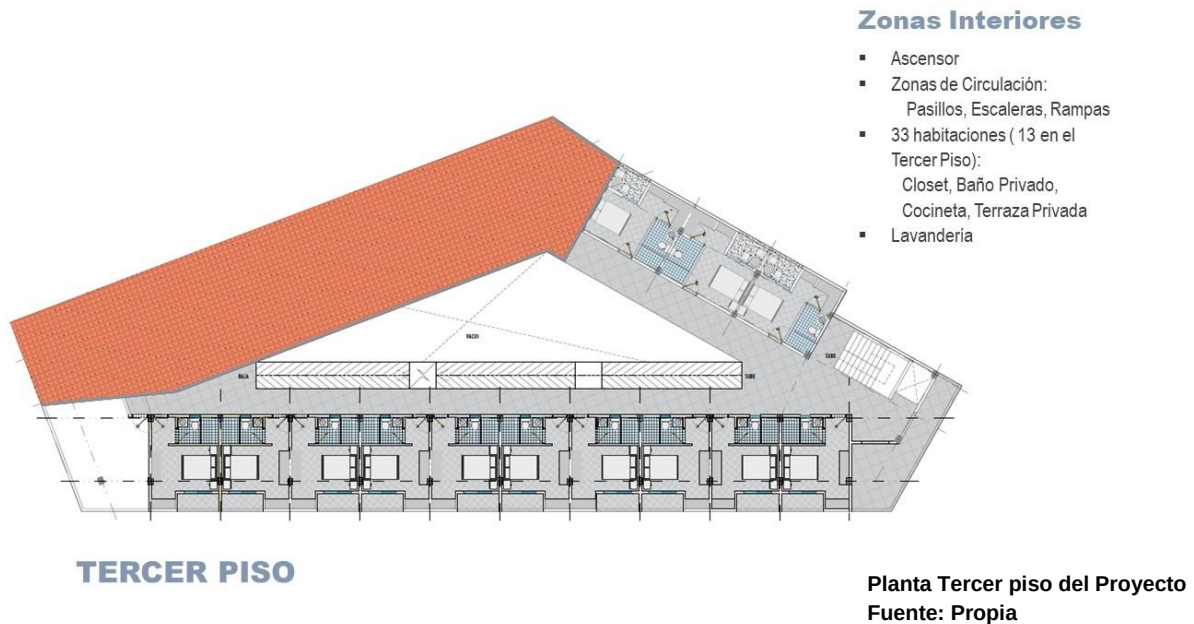


Ilustración 42 Planta tercer piso del proyecto

Adicionalmente, el diseño incluye un cuarto útil o de almacenamiento, así como una zona de lavandería totalmente equipada, proporcionando a los residentes todas las comodidades necesarias para una vida autónoma y confortable. Estas áreas privadas están pensadas para



Ilustración 43 Render Implantación Del Proyecto En El Lote

garantizar la tranquilidad y bienestar, ofreciendo un entorno íntimo y funcional dentro del complejo.

En general, el diseño del Senior Living en Guatapé ha sido concebido para ofrecer a los residentes un entorno integrado con la naturaleza y equipado con modernas comodidades, garantizando tanto su bienestar físico como emocional. Con una distribución que combina áreas sociales y privadas, el proyecto promueve la interacción social, el cuidado de la salud y el desarrollo personal a través de una variedad de servicios y actividades. Desde las amplias zonas comunes, como el comedor, gimnasio, y espacios recreativos, hasta las cómodas habitaciones privadas con todas las facilidades necesarias, cada detalle ha sido pensado para asegurar una experiencia de vida cómoda, saludable y enriquecedora. Además, la conexión constante con el entorno natural y la tranquilidad del paisaje de Guatapé brindan un ambiente único, que convierte este lugar no solo en un hogar, sino en un espacio de calidad de vida para los adultos mayores.

Resumen Cuadro de Áreas

El lote tiene un área total de **3.394,27 m²**.

- **Primer piso:** Cuenta con un área construida privada de **239,74 m²**, dejando un área libre de **3.178,92 m²**, destinada a zonas comunes y de recreación. Dentro de esta área libre se incluye un parqueadero de **575,11 m²**, con capacidad para:
 - ✓ **17 celdas** de parqueo para vehículos.
 - ✓ **11 celdas** para motocicletas.
 - ✓ **11 celdas** para bicicletas.

El resto del lote comprende áreas comunes de recreación, senderos, zonas verdes y un patio central.

- **Segundo piso:** Dispone de un área privada de **478,26 m²**, con habitaciones de aproximadamente **22 m² cada una**, complementadas por zonas de circulación que abarcan **243,72 m²**.
- **Tercer piso:** Cuenta con un área privada construida de **319,72 m²** y zonas de circulación que suman **198,75 m²**.

Ilustración 44 Cuadro áreas del proyecto

ÁREAS GENERALES		
ÁREA DE LOTE	3394,27	m2

ÁREAS PRIMER PISO		
RESTAURANTE (V)	56,1	m2
BAÑOS HOMBRES - MUJERES	27,6	m2
CONSULTORIO MÉDICO Y PRIMEROS AUXILIOS (V)	18,68	m2
CUARTO ASEO	7,35	m2
PELUQUERÍA (V)	16,19	m2
GIMNASIO (V)	52,31	m2
TALLER MANUALIDADES	32,33	m2
BIBLIOTECA - COWORKING (V)	30,8	m2
ÁREA PRIVADA - HABITACIONES (CUBIERTA) (V)	65,66	m2
SALÓN BAILE	33,2	m2
TOTAL ÁREA PRIVADA CUBIERTA VENDIBLE	239,74	m2
PARQUEADEROS Y CIRCULACIÓN VEHICULAR	575,11	m2
ÁREAS COMUNES/CIRCULACIONES CUBIERTAS	336,42	m2
ÁREAS COMUNES DESCUBIERTAS	356,23	m2
CIRCULACIONES DESCUBIERTAS	229,72	m2

ÁREAS SEGUNDO PISO		
ÁREA PRIVADA - HABITACIONES (CUBIERTA) (V)	478,26	m2
ÁREAS COMUNES/CIRCULACIONES CUBIERTAS	243,72	m2

ÁREAS TERCER PISO		
ÁREA PRIVADA (CUBIERTA) - (HABITACIONES) (V)	319,72	m2
ÁREAS COMUNES/CIRCULACIONES CUBIERTAS	198,75	m2

ÁREAS TOTALES		
TOTAL ÁREA PRIVADA CUBIERTA VENDIBLE	1037,72	m2
PARQUEADEROS Y CIRCULACION VEHICULAR	575,11	m2
ÁREAS COMUNES/CIRCULACIONES CUBIERTAS	778,89	m2
ÁREAS COMUNES DESCUBIERTAS (BBQ-PISCINA-ESTAR)	356,23	m2
CIRCULACIONES DESCUBIERTAS)	229,72	m2

* (V) ÁREA VENDIBLE

Cuadro de Áreas del Proyecto
Fuente: Elaboración Propia

El lote, con un área total de **3.394,27 m²**, está diseñado para optimizar tanto los espacios privados como las áreas comunes y de recreación, proporcionando funcionalidad y comodidad. Las distribuciones de cada nivel, junto con las amplias zonas verdes, senderos y áreas destinadas al parqueo, aseguran un equilibrio entre la practicidad y el disfrute de espacios abiertos. Este diseño integral ofrece una solución arquitectónica que combina habitabilidad, accesibilidad y esparcimiento.

8. FACTIBILIDAD TÉCNICO- ECONÓMICA

Tabla 41 Calculo prefactibilidad

PREFACTIBILIDAD MULTIFAMILY	UNIDAD	CANTIDAD	VALOR M2	TOTAL	INCIDENCIA
LOTE / Landlot	m2	3395	\$	200.295	\$ 680.000.000 12,1%
CONSTRUCCION CD / Construction Direct Costs	m2			\$ 4.017.260.000	71,3%
Área privada / Private area	m2	1014	\$	2500.000	\$ 2535.000.000 45,0%
Urbanismo / Outdoor areas	m2	1940	\$	325.000	\$ 630.500.000 11,2%
Mobiliario / Furniture	m2	1014	\$	840.000	\$ 851.760.000 15,1%
HONORARIOS / Fees * Incluyen IVA	%			\$ 340.000.000	6,0%
Gerencia / Management	%	4,6%		\$ 260.000.000	4,6%
Estructuración / Structuring	%	1,4%		\$ 80.000.000	1,4%
DISEÑOS TÉCNICOS / Technical Designs	m2			\$ 197.960.000	3,5%
Diseño arquitectónico / Architecture design	m2	2954	\$	55.000	\$ 162.470.000 2,9%
Diseño estructural / Structure design	m2	1014	\$	20.000	\$ 20.280.000 0,4%
Diseños técnicos / Technical design	m2	1014	\$	15.000	\$ 15.210.000 0,3%
GASTOS DE OPERACIÓN / Operative Expenses	mes			\$ 165.600.000	2,9%
Imprevistos / Unexpected Expenses	mes	16		\$ 115.000.000	2,0%
Fiducia Etapa Operativa	mes	16		\$ 28.000.000	0,5%
4xmil	mes	16		\$ 22.600.000	0,4%
LEGALES / Legal	mes	12	\$	5.200.000	\$ 62.400.000 1,1%
LICENCIAS Y OBLIGACIONES / Licenses	%			\$ 168.965.567	3,0%
CAPEX				\$ 5.632.185.567	100%

Tabla 44 Cierre financiero

CIERRE FINANCIERO			
TOTAL EGRESOS			
EQUITY			
	Lote	26%	\$ 1.449.325.567
	Honorarios	12%	\$ 680.000.000
	K Preoperativo	10%	\$ 537.960.000
		4%	\$ 231.365.567
CAPACIDAD MAXIMA DE DEUDA			
		70%	\$ 3.942.529.897
FINANCIACIÓN			
	Inversionistas	74%	\$ 4.182.860.000
	Fondo / Entidad bancaria	4%	\$ 250.971.600
		70%	\$ 3.931.888.400

Tabla 47 Modelo de renta

MODELO DE RENTA									
CAPEX		\$5.632.185.567	USD	1.280.042,17			TIPO	Senior 2	
TARIFAS GENERAL		\$ 4800.000,00	USD	1090,91			TRM	\$ 4.400,00	
TARIFAS COMPLEMENTARIA		\$ 7200.000,00	USD	1636,36					
OCUPACIÓN INICIAL		75%							
UNIDADES TOTALES		33							
OCUPACION PROYECTADA		92%							
	Unidades	Tarifas mes / Unidad	Tarifas mes USD / Un	Total mes	Total Month USD	TOTAL AÑO	TOTAL YEAR USD		
INGRESOS		25	\$ 12.000.000	USD 2.727	\$ 148.800.000	USD 33.818	\$ 1.785.600.000	USD 405.818	
50%	GENERAL	13	\$ 4800.000	USD 1090,91	\$ 62.400.000	USD 1418182	\$ 748.800.000	USD 17018182	
50%	COMPLEMENTARIA	12	\$ 7200.000	USD 1636,36	\$ 86.400.000	USD 19636,36	\$ 1036800.000	USD 235636,36	
		\$ -	USD -	\$ -	USD -	\$ -	USD -	USD -	
		\$ -	USD -	\$ -	USD -	\$ -	USD -	USD -	
		\$ -	USD -	\$ -	USD -	\$ -	USD -	USD -	
EGRESOS		47,0%		\$ 69.936.000	USD 15.895	\$ 839.232.000	USD 190.735		
100%	PERSONAL Y NOMINA / Staff and Payroll	15,0%		\$ 22.320.000	USD 5072,73	\$ 267840.000	USD 60812,73		
100%	MANTENIMIENTO / Maintenance	5,0%		\$ 7.440.000	USD 1690,91	\$ 89280.000	USD 20290,91		
100%	SERVICIOS PUBLICOS / Public Utilities	3,0%		\$ 4.464.000	USD 1014,55	\$ 53.568.000	USD 12174,55		
100%	SEGURIDAD / Security	2,0%		\$ 2.976.000	USD 676,36	\$ 35.712.000	USD 8116,36		
100%	MERCADEO Y PUBLICIDAD / Marketing and Advertising	3,0%		\$ 4.464.000	USD 1014,55	\$ 53.568.000	USD 12174,55		
100%	OTROS COSTOS DE OPERACIÓN / Other Operation Costs	2,0%		\$ 2.976.000	USD 676,36	\$ 35.712.000	USD 8116,36		
100%	INSUMOS / Supplies	10,0%		\$ 14.880.000	USD 3381,82	\$ 178.560.000	USD 40581,82		
100%	COMISIONES OTAS / Online Travel Agency Costs	5,0%		\$ 7.440.000	USD 1690,91	\$ 89280.000	USD 20290,91		
100%	REPOSICION DE ACTIVOS / Assets Replacement Expenses	2,0%		\$ 2.976.000	USD 676,36	\$ 35.712.000	USD 8116,36		
UTILIDAD OPERATIVA				\$ 78.864.000	\$ 17.924	\$ 946.368.000	USD 215.084		
FEE OPERADOR		10%		\$ 14.880.000	\$ 3.382	\$ 178.560.000	USD 40.582		
UTILIDAD				\$ 63.984.000	\$ 14.542	\$ 767.808.000	USD 174.502		
ROI								13,63%	
VALORIZACION ACTIVO								10%	
ROI TOTAL AÑO								24%	

COSTO DE CAPITAL (CK)	
EQUITY	\$ 1.448.925.567
DEUDA TOTAL	\$ 5632.185.567
WE	26%
KE	32,00%
PASIVOS	\$ 4.882.860.000
WD	742,7%
KD	2,00%
t	35%
PR	20%
WACC	14,03%

Tabla 50 Flujo de caja

		1.000.000,00	ANO 0	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5	ANO 6	ANO 7	ANO 8	ANO 9	ANO 10	ANO 11
INCREMENTO COSTOS			5,20%	4,92%	4,52%	3,39%	4,23%	7,46%	8,27%	6,93%	6,26%	5,63%	4,76%	4,64%
INCREMENTO PRECIOS			-	6,9%	6,5%	5,2%	6,2%	9,5%	10,2%	8,9%	8,3%	7,6%	6,8%	6,6%
INGRESO			1786	1909	2034	2499	2655	2906	3203	3489	3777	4066	4341	4630
EGRESO			839	881	920	1110	1157	1243	1345	1436	1526	1614	1691	1770
UTILIDAD OPERATIVA			946	1029	1113	1390	1499	1663	1858	2051	2249	2451	2650	2860
FEE OPERADOR	10%		179	81	203	250	266	291	320	349	378	407	434	463
UTILIDAD			766	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	1872	2045	2216	2397
INVERSION VALORIZACION ACTIVO			5632	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%	10%
VENTA ACTIVO			5632	6.65	6.845	7.496	8.246	9.071	9.976	10.976	12.073	13.280	14.606	16.069
TIREA. TIRME\$		29,38% - 2,17%	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	1872	2045	16.824	
ANO1		44,58% -	4864	7.033										
ANO2		34,92% -	4864	838	7725									
ANO3		32,49% -	4864	838	910	8.636								
ANO4		31,25% -	4864	838	910	1140	9.479							
ANO5		30,56% -	4864	838	910	1140	1233	10.444						
ANO6		30,15% -	4864	838	910	1140	1233	1373	11.516					
ANO7		29,87% -	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	12.676				
ANO8		29,67% -	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	10.945			
ANO9		29,51% -	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	1872	15.325		
ANO10		29,38% -	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	1872	2045	16.824	
ANO11		29,26% -	4864	838	910	1140	1233	1373	1538	1702	1872	2045	2216	16.466
VENTA FCL VAN			5.175	11.792	12.817	13.132	15.812	30.067	40.328	33.413	32.434	36.958	30.969	32.463
				5523	4861	8.965	21373	30.365	24.556	23.867	23.617	22.579	24.376	
VAN FCL IR			766	733	749	894	910	920	930	943	957	972	987	
			1,73											

9. PRESUPUESTO Y PROGRAMACIÓN

9.1. PRESUPUESTO PROYECTO: SENIOR LIVING GUATAPÉ

Tabla 51 Presupuesto Proyecto: Senior Living Guatapé

DESCRIPCIÓN	VALOR	% Incid / Ventas
Lote urbanizado	\$ 680.000.000,00	10,34%
Costo Directo: Construcción y Mobiliario	\$ 4.013.680.000,00	61,01%
Costo Indirecto: Honorarios Estudios y Diseños, Impuestos y Derechos Conexion Serv	\$ 535.160.000,00	8,14%
Costo Indirecto: Gerencia del proyecto	\$ 156.000.000,00	2,37%
Costo Indirecto: Promoción y publicidad, Comisión intermediac arrendam, Gastos Notariales	\$ 98.800.000,00	1,50%
Costos financieros	\$ 120.410.400,00	1,83%
TOTAL COSTOS	\$ 5.604.050.400,00	85,19%
VALOR VENTA PROYECTO	\$ 6.578.400.000,00	
UTILIDADES		
UTILIDAD	974.349.600	14,81%



9.2.

Tabla 54 Programación De Obra Proyecto Senior Living Guatapé

FECHA DE INICIO: MARZO 2025		FECHA FINAL: FEBRERO 2026		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
PROGRAMACION DE OBRA PROYECTO SENIOR LIVING GUATAPE	PRELIMINARES (LOCALIZACIÓN, INSTALACIONES PROVISIONALES, ALMACEN, CERRAMIENTO PROVISIONAL)														
	CIMENTACIONES														
	ESTRUCTURA 3 NIVELES														
	CONSTRUCCION MAMPOSTERIA 3 NIVELES														
	REDES ELECTRICAS, HIDROSANITARIAS, GAS														
	CUBIERTA														
	OBRA GRIS														
	CERRAJERIA Y CARPINTERIA (PUERTAS Y VENTANAS)														
	OBRA BLANCA (ESTUCOS, PISOS, ENCHAPES, PINTURAS)														
	EXTERIORES Y URBANISMO (EMPALMES ALCANTARILLADO, ACOMETIDAS, PISOS DUROS, JARDÍN, ZONAS SOCIALES)														
	TERMINACIÓN (RESANES Y DETALLES, ASEO FINAL, RECIBO ANTE ENTIDADES, ENTREGA)														
	SUMINISTRO E INSTALACION DE MOBILIARIO HABITACIONES Y ESPACIOS SOCIALES														

10. ESTRATEGIAS DE FINANCIAMIENTO

Tabla 57.Cierre financiero

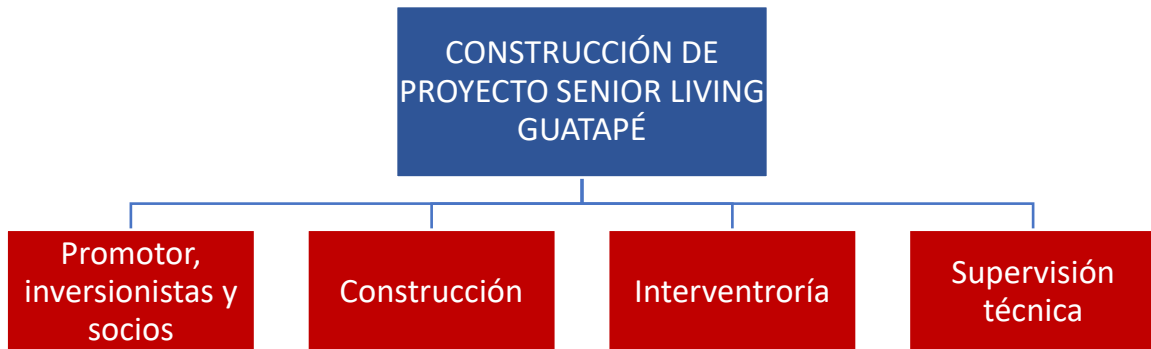
CIERRE FINANCIERO			
EQUITY	26%	\$	1.449.325.567
Lote	12%	\$	680.000.000
Honorarios	10%	\$	537.960.000
K Preoperativo	4%	\$	231.365.567
CAPACIDAD MAXIMA DE DEUDA	70%	\$	3.942.529.897
FINANCIACIÓN	74%	\$	4.182.860.000
Inversionistas	4%	\$	250.971.600
Fondo / Entidad bancaria	70%	\$	3.931.888.400
	Lote	12%	\$ 680.000.000
	Honorarios	10%	\$ 537.960.000
	K Preoperativo	4%	\$ 231.365.567
CAPACIDAD MAXIMA DE DEUDA	70%	\$	3.942.529.897
FINANCIACIÓN	74%	\$	4.182.860.000
	Inversionistas	4%	\$ 250.971.600
	Fondo / Entidad bancaria	70%	\$ 3.931.888.400

La estrategia de Financiamiento, para lograr el cierre financiero del Proyecto Inmobiliario Senior Living Guatapé, consiste en la compra del 100% del valor del lote de terreno donde se construirá la edificación, pago del valor total del costo de los estudios y pago total de permisos y licencias requeridas para la construcción, todos estos ítems cancelados con recursos propios. Estos valores equivalen al 26% del recurso económico requerido.

El 74% restante, se recaudará por medio del aporte de Socios Capitalistas, Inversionistas o Entidades Bancarias. Preferentemente, se optará que el dinero faltante solo lo aporte un socio capitalista, dedicado a las inversiones de Renta, debido a que los primeros años, el proyecto se encontrará en una etapa de despegue de sus tasas de ocupación, lo cual significa que hay que esperar para que se incremente los ingresos y empiece a devolver las rentabilidades esperadas por el Socio de Capital.

11. ESQUEMA ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO

Tabla 60. Construcción de proyecto senior living Guatapé



En el área de la construcción, aun siendo un campo con tantos años de existencia y que involucra tantas disciplinas y profesionales para su ejecución, se hace necesario establecer una ruta de trabajo como base para poder desarrollar sin mayores imprevistos un proyecto inmobiliario.

Es por esto que cada vez se requieren mayores herramientas de planificación detallada y precisa que permitan al constructor ver de manera amplia el campo al que a diario se enfrentan, pero con mayores especificaciones desde la etapa previa a su ejecución, hasta la etapa posterior a la misma, y es por esto que se presenta este EDT (Estructura de División de Trabajo), el cual permite, ya sea a un inversionista, desarrollador de proyectos o al mismo constructor; planificar y ejecutar un proyecto.

Tabla 62 Promotor, inversionista y socios

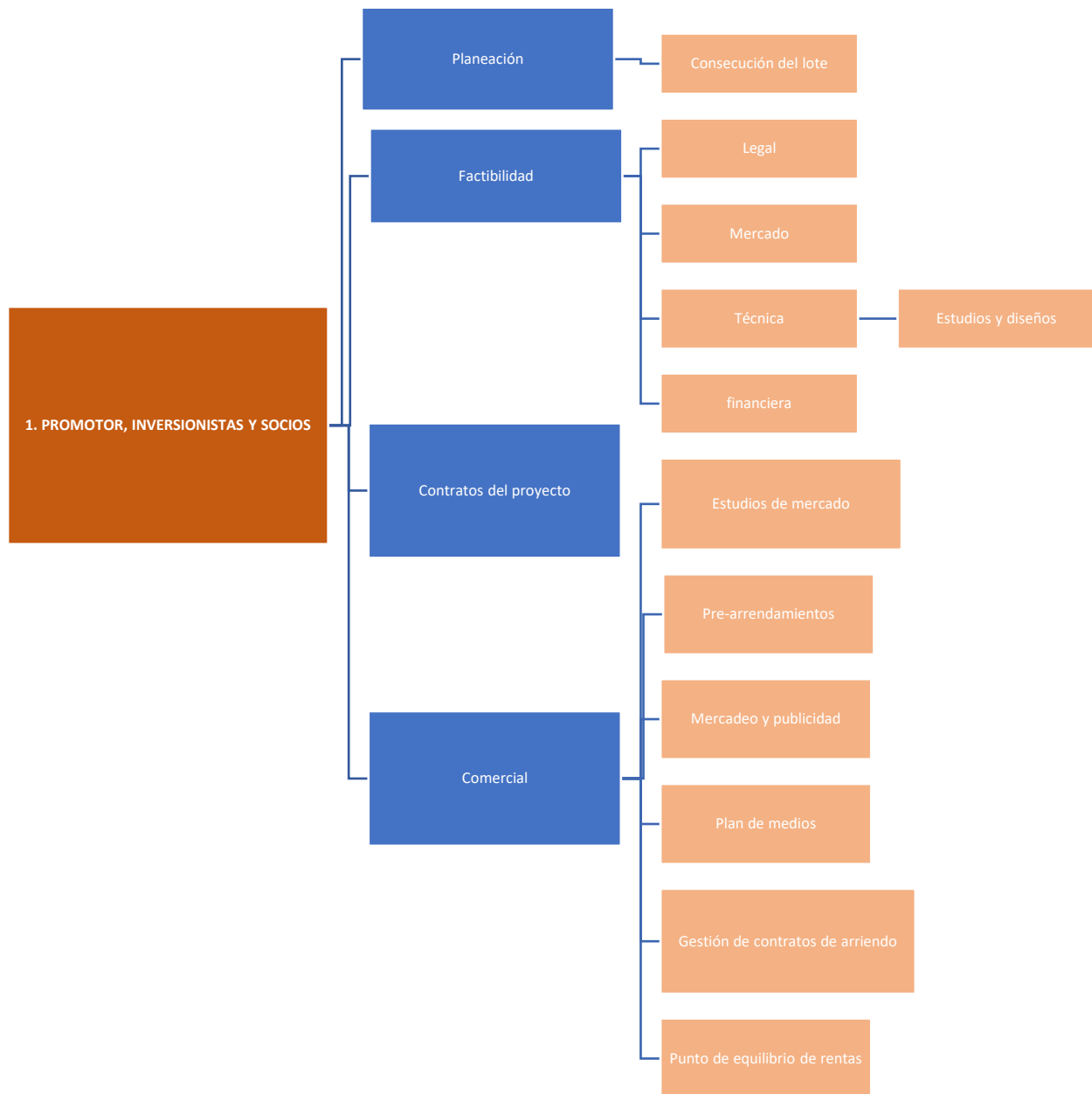
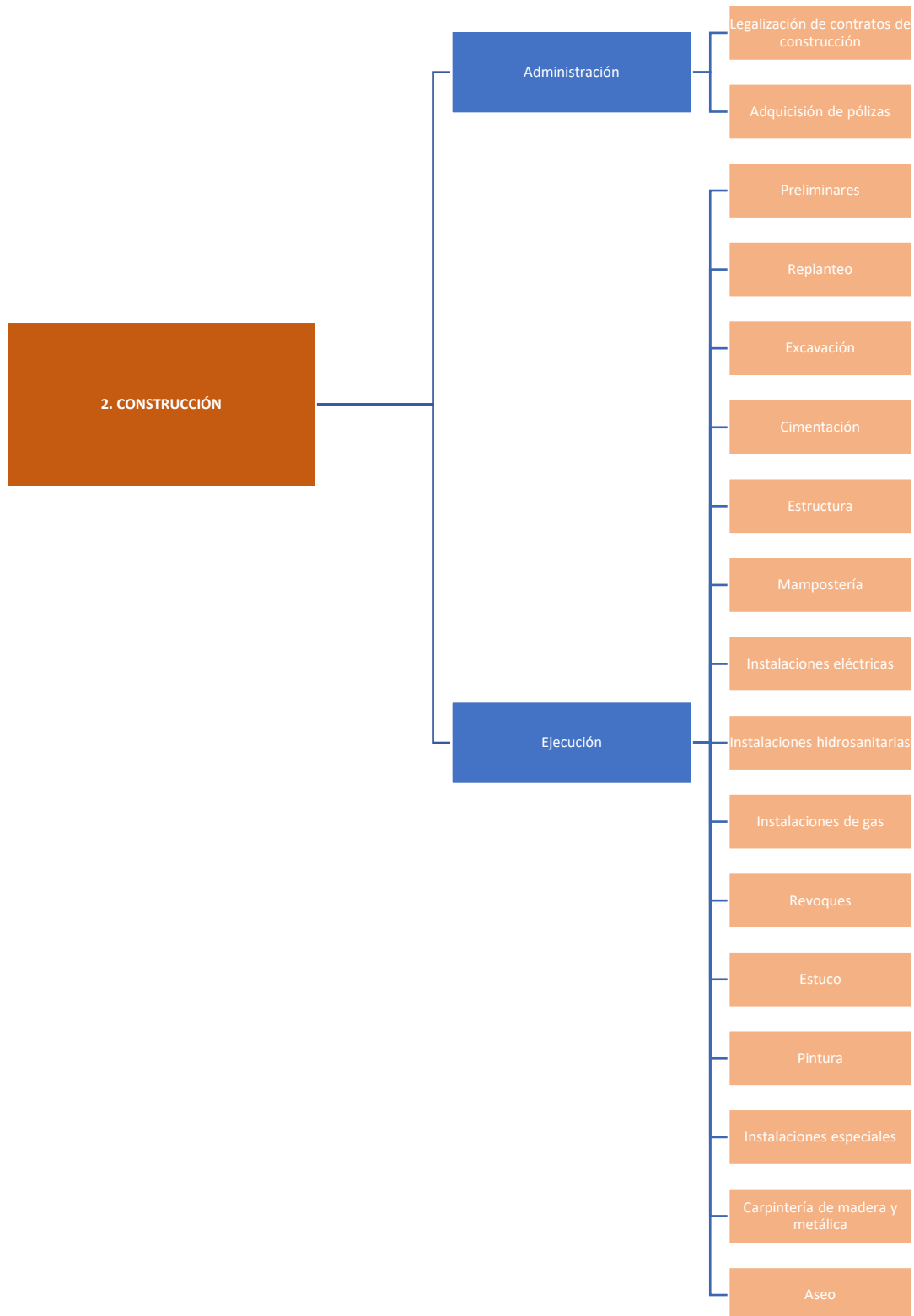


Tabla 63 Construcción



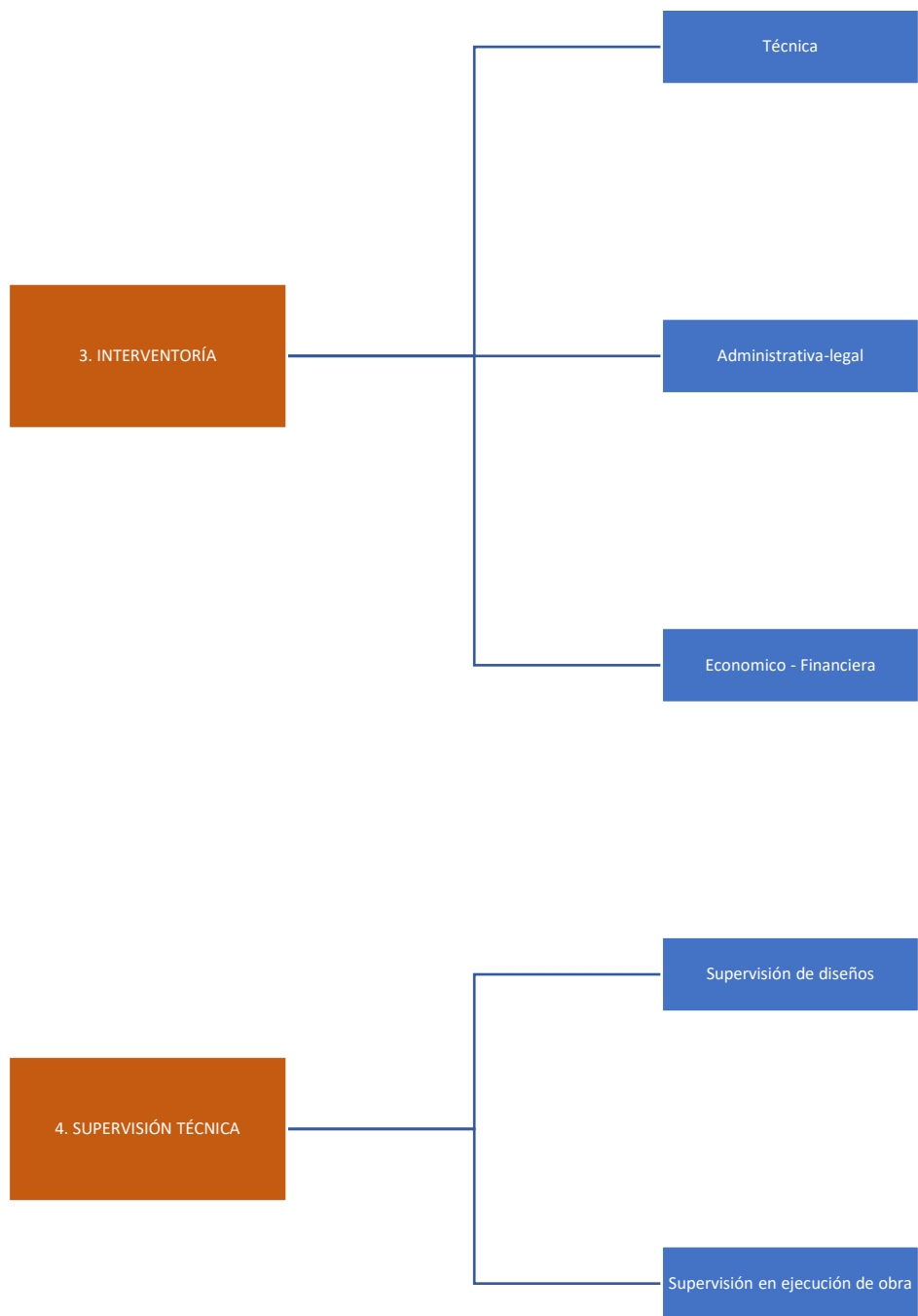


Tabla 64 Interventoría y supervisión técnica

12. ESTRUCTURA PRECIOS HOSPEDAJE Y SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

Para la determinación de los precios de tarifas de hospedaje y prestación de servicios complementarios, se utilizará la metodología estudiada en el posgrado Especialización en Administración y Desarrollo Inmobiliario: (tomado de presentación Clase Mercadeo. González, R. (s.f.). *Clase de mercadeo*. UNIVALLE - EADI.

Pm: Precios proyectados de acuerdo al estudio de mercado

P fact: Precios proyectados de acuerdo con estudio de factibilidad financiera

El precio definitivo debe cumplir con expectativas del mercado y con la factibilidad financiera las cuales se avalúan mediante el comparativo de las variables **Pm** vs **P fact** , así:

Caso No 1

Pm igual a **Pfact**, entonces viable

Caso No 2

Pm mayor a **Pfact**, entonces planear negocio gana - gana

Caso No 3

Pm menor a **Pfact**, entonces replantear proyecto

Tabla 65 Estructura precios hospedajes y servicios complementarios

OCUPACIÓN INICIAL	75%
UNIDADES TOTALES	33
OCUPACIÓN PROYECTADA	92%

Unidades	Unidad	Tarifa mes /	Tarifa mes USD / Un
----------	--------	--------------	---------------------

INGRESOS	25	\$ 12.000.000	USD 2.727
GENERAL	13	\$ 4.800.000	USD 1.090,91
COMPLEMENTARIA	12	\$ 7.200.000	USD 1.636,36

Tabla 66 Estructura precios hospedajes y servicios complementarios

Total, mes	Total Month USD	TOTAL AÑO	TOTAL YEAR USD
------------	--------------------	-----------	----------------

\$ 148.800.000	USD 33.818	\$ 1.785.600.000	USD 405.818
\$ 62.400.000	USD 14.181,82	\$ 748.800.000	USD 170.181,82
\$ 86.400.000	USD 19.636,36	\$ 1.036.800.000	USD 235.636,36

Luego de las investigaciones de mercado y cálculos realizados para obtener los precios de factibilidad, el proyecto se ubicó en el caso No 2, **Pm** mayor a **Pfact**, lo cual es una gran oportunidad para que el proyecto entre con excelentes precios para los clientes y con mejores márgenes de rentabilidad para los inversionistas y socios, y con un buen margen de maniobra de precios ante la competencia, que si se llegase a requerir por eventos externos al proyecto, pudiesen rebajarse más, estando siempre dentro de los márgenes de rentabilidades proyectados desde antes del inicio de la operación.

13. CAMPAÑA PUBLICITARIA

El concepto de la campaña se basa en la idea de “Vivir en la comodidad y la tranquilidad que siempre soñaste. Un lugar exclusivo en Guatapé, rodeado de naturaleza, con servicios de primer nivel para tu bienestar”. La campaña busca transmitir la sensación de confort, tranquilidad, y calidad de vida, con un enfoque hacia adultos mayores que buscan un espacio seguro, rodeado de naturaleza, con servicios que promuevan su bienestar y comodidad.

El desarrollo está enfocado en un estilo de vida tranquila y de confort, con amplias vistas al embalse y zonas verdes, pensado para personas que buscan disfrutar de su retiro con una vida activa en contacto con la naturaleza, pero con todas las comodidades modernas.

La campaña publicitaria va dirigida a dos tipos de público objetivo:

11.1. Grupo

Pensionados, con alto nivel educativo (profesionales o Independientes)

- Edad: 65-75 años
- Ocupación: Jubilados (profesionales o empresarios)
- Ingreso Anual: Alto > 10 millones (con pensiones, ahorros y/o inversiones)
- Ubicación: Buscan mudarse de áreas urbanas o semiurbanas (como Medellín) a zonas más tranquilas y naturales, como: Guatapé
- Tipo de Vivienda Actual: Casa o apartamento en una ciudad Capital o Intermedia, buscan mudarse a una propiedad exclusiva en un lugar tranquilo y de mucho bienestar.

Motivaciones Principales:

- Seguridad: Buscan un lugar con altos estándares de seguridad y vigilancia 24/7, donde puedan sentirse tranquilos y sin preocupaciones.

- **Comodidad:** El nivel de comodidad es importante; desean un entorno sofisticado y moderno, con instalaciones de alto estándar que les permitan disfrutar de una calidad de vida superior.
- **Bienestar físico y mental:** Les interesa un lugar que les permita mantenerse activos física y socialmente, por lo que buscan instalaciones como gimnasio, piscina, y zona de masajes o hidromasajes.
- **Conexión social:** Valoran la oportunidad de socializar con otras personas de su misma edad. Quieren un lugar donde puedan interactuar, compartir y disfrutar de actividades en grupo como cenas, juegos, etc.
- **Accesibilidad:** Desean vivir en un lugar que sea accesible y cómodo, con facilidades como ascensores, parqueaderos cercanos y servicios de lavandería.

Solución ofrecida en la campaña publicitaria:

Proyecto de alto nivel en Guatapé, que ofrece un entorno tranquilo y rodeado de naturaleza, con acceso a todas las comodidades modernas que necesitan. Desde un gimnasio para mantenerse activos, hasta una piscina y zonas de masajes e hidromasajes para relajarse. La biblioteca y el coworking permiten mantener su mente activa y productiva si así lo desean. La zona social, BBQ, y peluquería proporcionan oportunidades para socializar, relajarse y disfrutar de su tiempo libre en compañía de otros residentes.

En el salón de Yoga y Capilla, pueden encontrar espacios para la espiritualidad.

Además, se brinda servicio de vigilancia, seguridad las 24 horas, para mayor tranquilidad.

La ubicación, a poca distancia de Guatapé, les ofrece la paz y serenidad que buscan, pero también la posibilidad de disfrutar de actividades turísticas y de ocio en la zona y de cortos desplazamientos a centros médicos.

Solución ofrecida en la campaña publicitaria:

Senior Living en Guatapé, ayuda a que los hijos se concentren en su vida profesional y familiar, sabiendo que sus padres están siendo cuidados de la mejor manera posible.

Es la solución perfecta para los hijos, ya que ofrece un lugar exclusivo, rodeado de naturaleza, con todas las comodidades modernas y de confort que sus padres merecen.

Las instalaciones incluyen un gimnasio, piscina, zonas de masajes e hidromasajes, peluquería, biblioteca, coworking y salón social, lo que garantiza que sus padres puedan mantenerse activos y comprometidos socialmente.

Además, la seguridad 24/7, el acceso fácil a atención médica muy cercana al proyecto y el ambiente tranquilo ofrecen la paz mental a sus padres.

PRÓXIMAMENTE...

SENIOR LIVING

— GUATAPÉ —

Vive en la comodidad y la tranquilidad que siempre soñaste

Más información Escanea aquí



INFORMES   

321 850 9245

Proyecto en construcción - Imagen de referencia

Ilustración 45 campaña publicitaria

14. PLAN DE MEDIOS

Resultado de la investigación de mercado realizada, el plan de medios, se basa en el prototipo “Buyer persona” descrito en la campaña publicitaria. El proyecto inmobiliario Senior Living está dirigido a adultos mayores, de estratos 4, 5 y 6, atraídos por la belleza de sus paisajes y tranquilidad, al municipio de Guatapé, Antioquia.

Sin embargo, la estrategia de mercadeo va dirigida tanto a población adulta mayor de 65 años como futuros residentes del proyecto, como a población de 35 a 55 años que tengan el deseo de que sus padres tengan la mejor calidad de vida posible.

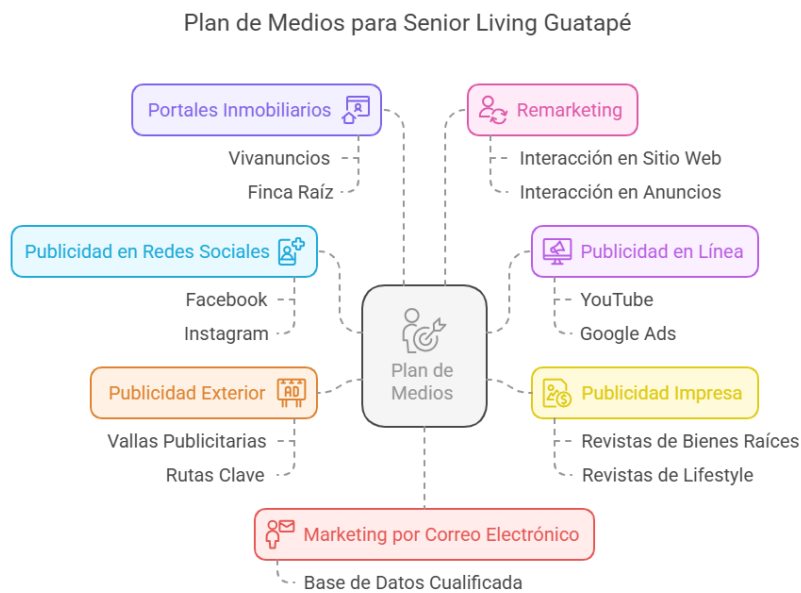
12.1. Medios Publicitarios a utilizar:

- **Diseñar y poner en funcionamiento la página Web del Senior Living Guatapé:** es de vital importancia que, a los interesados y potenciales clientes, se les brinde información, primero de la trayectoria y la experiencia que tiene la empresa desarrolladora del proyecto inmobiliario, pues, tendrán la oportunidad de investigar y corroborar quien está detrás de la inversión y la tranquilidad que buscan las personas adultas mayores. Por medio de la página Web, también pueden encontrar la oferta de servicios que ofrece el Proyecto, pudiendo aclarar inquietudes de forma ágil, visual, escrita, sin tener que desplazarse hasta el sitio para verificarlas. En la página Web, de igual manera podrán ser dirigidos a los contactos telefónicos y de mensajería instantánea, para aclarar dudas que todavía persistan o para solicitar reservas del servicio de hospedaje y servicios complementarios y cerrar los términos del contrato de arrendamiento.
- **Facebook e Instagram (Publicidad dirigida a adultos mayores):** Publicidad pagada en redes sociales con segmentación geográfica y por intereses (adultos mayores, estratos altos, naturaleza). El 40% de los adultos mayores de estratos 5, 6 y 7 usan Facebook, ideal para captar su atención.

- **YouTube (Anuncios en video)** Videos promocionales mostrando las instalaciones, el embalse y testimoniales de residentes. Anuncios de 30-45 segundos. Generación de contenido visual atractivo, mostrando el confort y la naturaleza que rodea el lugar.
- **Publicidad en Google Ads (Búsqueda y Display)** Anuncios de búsqueda segmentados por palabras clave relacionadas con "vivienda para adultos mayores", "retiro en Guatapé", "embalse" y "comunidad exclusiva". Captura de usuarios interesados en propiedades para adultos mayores.
- **Revistas de Bienes Raíces y Lifestyle (Publicidad Impresa):** Anuncios en revistas especializadas que se distribuyen en zonas de alto poder adquisitivo, público de estratos 5, 6 y 7, que suelen consumir este tipo de publicaciones.
- **Publicidad en páginas web de Emisoras de Radio Nivel Nacional:** Spots radiales de 10 segundos en emisoras con página web. Para alcanzar a audiencias que siguen líderes de opinión de medios de comunicación radiales, que transmiten sus programas por la página web de la emisora.
- **Vallas Publicitarias en Rutas Clave:** Publicidad exterior en carreteras que conectan Guatapé con otras ciudades de Antioquia, como Medellín, Llano grande o vía aeropuerto José María Córdova. Promocionar el desarrollo a las personas que viajan a Guatapé, destacando la ubicación y las vistas naturales.
- **Email Marketing a base de datos cualificada:** Envío de correos con detalles del proyecto, beneficios para adultos mayores y ubicación. Estrategia directa para llegar a clientes potenciales que ya han mostrado interés en propiedades similares.
- **Portales Inmobiliarios Especializados:** (Vivanuncios, Finca Raíz, etc.) Publicidad en plataformas especializadas en alquiler de inmuebles. Atraer clientes potenciales que buscan propiedades con confort y exclusivas para adultos mayores. El desarrollo del plan de medios está enfocado en ofrecer **un estilo de vida tranquila y de confort**, con

amplias vistas al embalse y zonas verdes, pensado para personas que buscan disfrutar de su retiro con una vida activa en contacto con la naturaleza, pero con todas las comodidades modernas.

- **Remarketing:** Estrategias de remarketing para llegar a personas que hayan mostrado interés en el sitio web o que hayan interactuado con los anuncios en redes sociales.



15. LECCIONES APRENDIDAS.

- Los estudios de factibilidad para proyectos inmobiliarios, son herramientas que le permiten a los desarrolladores y las empresas constructoras, integrar cada una de las variables que inciden en el éxito o fracaso de éste, y teniendo en cuenta este análisis, se pueden realizar los ajustes necesarios para que sean viables o definitivamente descartarlos, porque no son factibles aún desde la pre negociación del lote.
- Es determinante a la hora de hacer un estudio de factibilidad, integrar cada uno de los componentes que la componen de forma ordenada y coherente, tal como se ha desarrollado en esta metodología, para obtener mejores resultados y no generar re procesos o posibles pérdidas para los distintos actores que componen los desarrollos de proyectos inmobiliarios
- Aunque el componente técnico-legal tiene mucha importancia en la factibilidad y es el punto de partida de cualquier proyecto, los componentes de mercado – comerciales, se deben integrar a estos para lograr la adecuada formulación del proyecto inmobiliario. Este es el deber ser.
- Cada proyecto inmobiliario es único, y debe ser tratado de manera individual, acorde a sus condiciones de desarrollo, aunque sean muy similares a otros proyectos, es muy probable que se encuentren diferencias, dado que existe un variables que los hacen distintos; tales como el mercado, tiempo de comercialización y ejecución, los costos de los insumos y mano de obra, los ingresos del proyecto, el flujo de fondos, la valorización del proyecto vs los sobrecostos ocasionados por la inflación, los descuentos comerciales, impuestos, honorarios profesionales, etc.
- La metodología propuesta, es un punto de partida para actuales y futuros desarrolladores de proyectos inmobiliarios o empresas constructoras, que permite modificaciones acordes a la

organización de la empresa, su forma de trabajo, el tipo de proyecto a desarrollar, entre otros factores que son inherentes al proyecto y a la empresa.

REFERENCIAS

Función Pública. (2014, septiembre 5). *Ley 1617 de 2013: Por medio de la cual se crea la Comisión Intersectorial para la Implementación del Plan Nacional de Desarrollo Territorial*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77216>

Colombia. Congreso de la República. (1997). *Ley 388 de 1997, por la cual se dictan disposiciones en materia de ordenamiento territorial*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=339>

Colombia. Presidencia de la República. (2015). *Decreto 1077 de 2015, por el cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de la Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77216>

Guatapé. (2018). *Acuerdo Municipal No. 15 de 2018, por el cual se adopta el esquema de ordenamiento territorial y los estudios complementarios para el futuro*. <https://www.municipiodeguatape.gov.co/publicaciones/565/acuerdo-numero-15-del-11-de-agosto-de-2018-esquema-de-ordenamiento-territorial/#:~:text=Por%20el%20cual%20se%20adopta,estudios%20complementarios%20para%20el%20futuro>

Colombia. Presidencia de la República. (2015). *Decreto 1076 de 2015, por el cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Administrativo de la Función Pública*. <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=78153>

Girardotacolonial.com. (n.d.). *Página web oficial*. Recuperado el 30 de diciembre de 2024, de <https://www.girardotacolonial.com>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2022). *Informe del Plan de Acción Internacional sobre el Envejecimiento - Madrid, 2022*.
<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/informe-nal-plan-accion-internacional-madrid-envejecimiento-2022.pdf>

Tu Hábitat. (n.d.). *Bernal*. Recuperado el 30 de diciembre de 2024, de <https://tuhabitat.co/bernal/>