



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO**

**“FACTIBILIDAD DEL LEASING HABITACIONAL  
DENTRO DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE  
COOPERATIVA ELGA”**

**SUSTENTADO POR:**

**DENNIS ANTONIO ELVIR ELVIR**

**JOSUÉ RAFAEL FLORES NÚÑEZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**TEGUCIGALPA, M.D.C. HONDURAS C.A.**

**FEBRERO 2023**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO  
AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTORA**

**ROSALPINA RODRÍGUEZ**

**SECRETARIO GENERAL**

**RÓGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTOR ACADÉMICO NACIONAL**

**JAVIER ABRAHAM SALGADO LEZAMA**

**DIRECTORA NACIONAL DE POSTGRADO**

**ANA DEL CARMEN RETALLY VARGAS**

**FACTIBILIDAD DEL LEASING HABITACIONAL  
DENTRO DEL PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE  
COOPERATIVA ELGA**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS  
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN GESTIÓN Y DIRECCIÓN EMPRESARIAL**

**ASESOR METODOLÓGICO  
ABEL EDGARDO SALAZAR MEJÍA**

**ASESOR TEMÁTICO  
JIMY ORLANDO ROMERO JUAREZ**

**MIEMBROS DE LA TERNA:  
HENRY JAVIER OVIEDO  
NELSON RAFAEL DURÓN  
JAVIER DEL CID CARRASCO**



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**FACTIBILIDAD DE LEASING HABITACIONAL DENTRO DEL  
PORTAFOLIO DE PRODUCTOS DE COOPERATIVA ELGA.**

**AUTORES:**

**DENNIS ANTONIO ELVIR ELVIR.**

**JOSUÉ RAFAEL FLORES NÚÑEZ.**

**RESUMEN**

El presente trabajo de investigación tiene como propósito, incorporar como medio de financiamiento alternativo para acceso a vivienda el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA. Se presenta el problema de desconocimiento de saber si el leasing habitacional es atractivo para el mercado meta que se pretende alcanzar y si será financieramente viable para la cooperativa con este mercado potencial. Por lo que se estableció como objetivo principal determinar la prefactibilidad de implementar el leasing habitacional. La hipótesis de investigación indica que es económicamente rentable si genera una tasa interna de rendimiento que supera el costo capital. Se implementó una metodología con un enfoque cuantitativo y cualitativo con un diseño de muestra del tipo no experimental con un alcance descriptivo. Los resultados del estudio determinaron que la tasa interna de retorno resultante es de 23%, valor que supera el costo promedio ponderado de capital por lo que se concluye que el proyecto es financieramente rentable. Al aplicar el proyecto la cooperativa generará nuevos ingresos de L.38,534,714 millones acumulados para el quinto año. El presupuesto de ejecución para el proyecto es de L.15,475,826 con un tiempo de implementación de cuatro meses.

**Palabras claves:** Portafolio de productos, Leasing Habitacional, Crédito Hipotecario, Factibilidad, Costos Financieros.



## **POSTGRADUATE FACULTY**

# **FEASIBILITY OF HOUSING LEASING WITHIN THE PRODUCT PORTFOLIO OF COOPERATIVA ELGA.**

### **AUTHORS:**

**DENNIS ANTONIO ELVIR ELVIR.**

**JOSUÉ RAFAEL FLORES NÚÑEZ.**

### **ABSTRACT**

The purpose of this research work is to incorporate housing leasing as an alternative financing means for access to housing within the product portfolio of the ELGA cooperative. The problem of not knowing if housing leasing is attractive for the target market that is intended to be reached and if it will be financially viable for the cooperative with this potential market is presented. Therefore, the main objective was established to determine the feasibility of implementing housing leasing. The research hypothesis indicates that it is economically profitable if it generates an internal rate of return that exceeds the cost of capital. A methodology with a quantitative and qualitative approach was implemented with a non-experimental sample design with a descriptive scope. The results of the study determined that the resulting internal rate of return is 23%, a value that exceeds the weighted average cost of capital, therefore it is concluded that the project is financially profitable. By applying the project, the cooperative will generate new income of L. 38,534,714 million accumulated for the fifth year. The execution budget for the project is L. 15,475,826 with an implementation time of four months.

**Keywords:** Product portfolio, Housing Leasing, Mortgage Credit, Feasibility, Financial Costs.

## **DEDICATORIA**

A mis padres, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes hemos logrado llegar hasta aquí y transformarme en lo que hoy soy. Ha sido el orgullo y el privilegio de ser su hijo, son los mejores padres.

A mi esposa e hijo que han sido motivación en mi vida, quienes han demostrado su amor, y paciencia para poder culminar una meta más.

Y finalmente a mi compañero Josue Flores quien es una persona especial que me acompañó en toda esta etapa, aportando a mi formación profesional y personal.

DENNIS ANTONIO ELVIR ELVIR.

Primeramente, dedico este proyecto a mi Señor y Salvador Jesucristo, porque él da firmeza a cada uno de mis caminos y decisiones que tomé. (Proverbios 16:3).

A mi padre Carlos David Flores Cárcamo ya que siempre fue un ejemplo de superación y siempre veló porque tuviera una buena educación. A mi madre Diana Marlene Nuñez Irías por todas sus enseñanzas llenas de amor y por siempre levantarme cuando me sentía derrotado.

A mis amigos de colonia que siempre me animaron y me vieron crecer como profesional desde que éramos unos niños de igual forma a mi familia en la fe por estar ahí en este proceso de formación profesional.

A mi compañero de tesis, Dennis Elvir, por ser un excelente compañero de estudio durante todo este recorrido académico y sobre todo un buen amigo.

JOSUÉ RAFAEL FLORES NÚÑEZ

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Centroamericana, Campus Tegucigalpa, por darnos la oportunidad de poder realizar nuestros estudios de postgrado.

A los catedráticos que invirtieron tiempo y esfuerzo en nuestra formación, compartiendo todos sus conocimientos y experiencias.

A nuestros asesores Metodológico Abel Salazar y Temático Jimmy Romero, que hicieron posible la realización de esta investigación, mediante sus guías y consejos.

A la Cooperativa ELGA por darnos la oportunidad de realizar este trabajo de investigación en tan prestigiosa institución y por facilitar la información necesaria para la elaboración de este documento.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. INTRODUCCIÓN .....	1
1.2. ANTECEDENTES.....	2
1.2.1 DATOS DE ALQUILER DE VIVIENDAS EN TEGUCIGALPA.....	2
1.2.3. LIMITACIÓN DEL CRÉDITO HIPOTECARIO PARA VIVIENDA.....	3
1.2.4. DEMANDA DE VIVIENDA EN LA COOPERATIVA ELGA. ....	4
1.2.5. ESTUDIOS PREVIOS LEASING HABITACIONAL .....	5
1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA .....	7
1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	7
1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	8
1.3.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN .....	8
1.4. OBJETIVOS DEL PROBLEMA.....	9
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
1.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO .....	9
1.5. JUSTIFICACIÓN.....	9
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO .....	11
2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	11
2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO.....	11
2.1.1.1 EUROPA.....	11
2.1.1.2. ESPAÑA .....	11
2.1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO .....	13
2.1.2.1 COLOMBIA.....	13
2.1.2.2. CHILE.....	15
2.1.2.3. BRASIL.....	16
2.1.3. ANÁLISIS LOCAL.....	16



2.1.4 ANÁLISIS INTERNO.....	17
2.2. TEORÍA DE SUSTENTO.....	17
2.2.1 LEASING.....	17
2.2.1.1 DEFINICIÓN DE LEASING.....	17
2.2.1.2. TIPOS DE LEASING .....	18
2.2.1.2.1. LEASING FINANCIERO.....	18
2.2.1.2.2. LEASING OPERATIVO .....	19
2.2.1.2.3. LEASING HABITACIONAL .....	19
2.2.1.3. OPERACIÓN DEL LEASING .....	20
2.2.2. EL LEASING HABITACIONAL Y EL CRÉDITO HIPOTECARIO .....	21
2.2.2.1 GENERALIDAD DEL LEASING HABITACIONAL.....	21
2.2.2.2 GENERALIDAD DEL CRÉDITO HIPOTECARIO .....	22
2.2.2.3 VENTAJAS DEL LEASING HABITACIONAL.....	22
2.2.2.4 VENTAJAS DEL CRÉDITO HIPOTECARIO .....	23
2.2.2.5 DESVENTAJAS DEL LEASING HABITACIONAL.....	24
2.2.2.6. DESVENTAJAS DEL CRÉDITO HIPOTECARIO .....	24
2.2.3. EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN .....	25
2.2.3.1. ESTUDIO DE MERCADO.....	27
2.2.3.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	28
2.2.3.3. ESTUDIO ECONÓMICO.....	29
2.2.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR) .....	30
2.3. CONCEPTUALIZACIÓN.....	31
2.3.1. ESTUDIO DE MERCADO .....	31
2.3.1.1. DEMANDA.....	31
2.3.1.2. OFERTA .....	32

2.3.1.3. PRECIOS .....	33
2.3.1.4 COMERCIALIZACIÓN.....	34
2.3.2. ESTUDIO TÉCNICO .....	34
2.3.2.1 TAMAÑO .....	34
2.3.2.2. LOCALIZACIÓN.....	34
2.3.2.3. EQUIPO .....	35
2.3.2.4. PROCESOS.....	35
2.3.2.5. INSUMOS .....	35
2.3.2.6. ORGANIZACIÓN HUMANA.....	35
2.3.2.7. ORGANIZACIÓN JURÍDICA .....	35
2.3.3. ESTUDIO ECONÓMICO .....	36
2.3.3.1. INGRESOS .....	36
2.3.3.2. COSTOS FINANCIEROS .....	36
2.3.3.3 COSTOS TOTALES .....	36
2.3.3.4. INVERSIÓN INICIAL .....	37
2.3.3.5. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN.....	37
2.3.3.6 CAPITAL DE TRABAJO.....	37
2.3.3.7 COSTO CAPITAL .....	38
2.4. METODOLOGÍAS UTILIZADAS .....	38
2.4.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	38
2.4.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	38
2.4.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	38
2.4.1.3 ANÁLISIS DE PRECIOS.....	39
2.4.2 ESTUDIO TÉCNICO .....	40
2.4.2.1 ANALISIS DE CAPACIDADES.....	40

2.4.2.2 DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN HUMANA. ....	40
2.4.2.3 DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURIDICA .....	40
2.4.3 ESTUDIO ECONÓMICO .....	41
2.4.3.1 INVERSIÓN INICIAL .....	41
2.4.3.2 BALANCE GENERAL .....	41
2.4.3.3 ESTADO DE RESULTADO .....	41
2.4.3.4 INGRESOS .....	42
2.4.3.5 DETERMINACIÓN DE LA TMAR.....	42
2.4.3.6 CAPITAL DE TRABAJO.....	42
2.4.3.7 COSTO DE CAPITAL .....	43
2.4.3.8 VALOR PRESENTE NETO.....	43
2.4.3.9 TASA INTERNA DE RETORNO. ....	43
2.5. INSTRUMENTOS.....	43
2.5.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	43
2.5.1.1 ENCUESTA .....	44
2.5.1.1.1 CUESTIONARIO .....	44
2.5.2 ESTUDIO TÉCNICO.....	45
2.5.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL .....	45
2.5.2.2 CUMPLIMIENTO JURÍDICO .....	45
2.5.2. ESTUDIO ECONÓMICO .....	45
2.5.2.1 PRESUPUESTO.....	45
2.5.2.2 INVERSIÓN INICIAL .....	45
2.5.2.3 COSTO DE CAPITAL .....	46
2.5.2.4 FLUJOS PROYECTADOS.....	46
2.5.2.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN .....	46

2.5.2.6 VALOR PRESENTE NETO.....	47
2.5.2.7 TASA INTERNA DE RETORNO .....	47
2.6 MARCO LEGAL .....	48
2.6.1 ESTRUCTURA DEL CONTRATO DE LEASING INMOBILIARIO .....	48
2.6.2 FORMA DE TERMINACIÓN DEL LEASING INMOBILIARIO .....	49
CAPÍTULO III. METODOLOGÍAS .....	51
3.1 CONGRUENCIAS METODOLÓGICA.....	51
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA .....	51
3.1.2 ESQUEMA DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO .....	51
3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	54
3.1.4 HIPÓTESIS.....	58
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS .....	58
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	60
3.3.1 POBLACIÓN .....	61
3.3.2 MUESTRA.....	63
3.3.2.1 UNIDAD DE ANÁLISIS .....	64
3.3.2.2 UNIDAD DE RESPUESTA .....	64
3.3.3. TÉCNICAS DE MUESTREO .....	65
3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS .....	65
3.4.2 INSTRUMENTOS .....	65
3.4.2.1 TIPOS DE INSTRUMENTOS.....	65
3.4.2.2. PROCESO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS.....	66
3.4.3 TÉCNICAS .....	66
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	67
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS .....	67

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS .....	67
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....	69
4.1 PODER DE LOS CLIENTES.....	69
4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR.....	69
4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO.....	73
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	76
5.1 CONCLUSIONES .....	76
5.2 RECOMENDACIONES .....	77
CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD.....	78
6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	78
6.1.1 ESQUEMA OPERATIVO.....	79
6.1.2 ESQUEMA DE ATENCIÓN PARA LEASING INMOBILIARIO.....	80
6.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS .....	80
6.3 PROPIEDAD INTELECTUAL.....	82
6.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO.....	82
6.4.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	82
6.4.2 ANÁLISIS FODA.....	83
6.5 ESTUDIO DE MERCADO .....	84
6.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA .....	85
6.5.1.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES.....	85
6.5.1.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES.....	86
6.5.1.3 PODER DE LOS PROVEEDORES.....	86
6.5.1.4 AMENAZA DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	87
6.5.2 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS .....	87
6.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES .....	89
6.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	89

6.6.2	INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCTO.....	90
6.6.3	PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN .....	92
6.6.4	PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL.....	93
6.7	ESTUDIO FINANCIERO.....	97
6.7.1	PLAN DE INVERSIÓN .....	97
6.7.1.1	ESTRUCTURA Y COSTO DE CAPITAL .....	98
6.7.1.2	PRESUPUESTO DE INGRESOS.....	98
6.7.1.3	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.....	100
6.7.1.4	CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES .....	101
6.7.1.5	ESTADO DE RESULTADOS .....	101
6.7.1.6	PRESUPUESTO DE EFECTIVO .....	102
6.7.1.7	BALANCE GENERAL .....	102
6.7.1.8	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.....	103
6.7.1.9	TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL.....	103
6.7.1.10	PERÍODO DE RECUPERACIÓN .....	104
6.7.1.11	VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO. ....	104
6.7.1.12	INDICE DE RENTABILIDAD.....	105
6.8	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS .....	105
6.9	TÍTULO DE LA PROPUESTA.....	106
6.10	JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA .....	106
6.11	ALCANCE DE LA PROPUESTA .....	107
6.11.1	OBJETIVO GENERAL.....	107
6.11.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	107
6.12	DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTAS .....	108
6.12.1	DESCRIPCIÓN.....	108

6.12.2 DESARROLLO DE LOS ELEMENTOS .....	108
6.13 MEDIDAS DE CONTROL .....	109
6.14 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN .....	110
6.14.1 CRONOGRAMA .....	110
6.14.2 PRESUPUESTO.....	110
6.15 CONCORDANCIA DE SEGMENTOS DE TESIS CON LA PROPUESTA. ...	111
BIBLIOGRAFÍA .....	113
ANEXOS.....	119
ANEXO 1 CARTA DE COMPROMISO PARA ASESORÍA TEMA .....	119
ANEXO 2 CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	120
ANEXO 3 PRUEBA DE CONFIABILIDAD DE ENCUESTA PILOTO .....	121
ANEXO 4. ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO .....	123
ANEXO 5 SALARIO INCLUYENDO CARGOS SOCIALES Y BENEFICIOS .....	128
ANEXO 6 PERSONAS QUE CUENTAN CON UNA FUENTE DE INGRESO.....	129
ANEXO 7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO PESIMISTA.....	130
ANEXO 8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO OPTIMISTA .....	131

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Impacto distributivo del subsidio y leasing habitacional.....	15
Tabla 2. Matriz Metodológica. ....	51
Tabla 3. Operacionalización de las variables. ....	55
Tabla 4. Plan estratégico de la investigación .....	61
Tabla 5. Descripción de población meta.....	62
Tabla 6. Personas en el Distrito Central de 21-84 años. ....	62
Tabla 7. Cálculo de la muestra .....	64
Tabla 8 Cálculo del factor P aceptación leasing inmobiliario.....	72
Tabla 9. Nivel de demanda y alcance del proyecto. ....	73
Tabla 10. Cálculo del factor P interés por adquirir vivienda.....	74
Tabla 11. Lienzo del modelo de negocios.....	81
Tabla 12. Matriz FLOA Cooperativa ELGA.....	84
Tabla 13. Benchmarking financiamiento de préstamo hipotecario .....	85
Tabla 14. Posición del sistema de Bancos Comerciales .....	86
Tabla 15. Detalle del presupuesto para mercadeo .....	89
Tabla 16. Ficha técnica del leasing habitacional en Cooperativa Elga.....	89
Tabla 17. Diferencia crédito hipotecario y leasing habitacional .....	90
Tabla 18. Costos planificación Operativa. ....	91
Tabla 19. Captación de contratos por años .....	92
Tabla 20. Requerimientos contratos de leasing habitacional .....	92
Tabla 21. Descripción del puesto de coordinación de leasing inmobiliario.....	95
Tabla 22. Descripción del puesto de asistente administrativo.....	96
Tabla 23. Plan de Inversión Inicial .....	97
Tabla 24. Estructura y Costo de Capital Inicial.....	98
Tabla 25. Ingreso promedio de las personas encuestadas. ....	98
Tabla 26. Pago promedio por concepto de préstamo.....	99
Tabla 27. Pago promedio por alquiler de viviendas. ....	99
Tabla 28. Pago promedio ponderado entre alquiler y cuota de vivienda.....	99
Tabla 29. Ingresos proyectados por contratos acumulados de leasing. ....	100
Tabla 30. Presupuesto de costos y gastos proyectados. ....	100



Tabla 31. Depreciación del mobiliario y equipo .....	101
Tabla 32. Estado de resultados proyectados.....	101
Tabla 33. Presupuesto de efectivo proyectados a cinco años.....	102
Tabla 34. Balance General Proyectado. ....	103
Tabla 35. Flujo de efectivo proyectado a cinco años.....	103
Tabla 36. Período de recuperación de la inversión inicial. ....	104
Tabla 37. Cálculo del valor presente neto y tasa interna de rendimiento. ....	104
Tabla 38. Cálculo de índice de rentabilidad. ....	105
Tabla 39. Presupuesto de implementación leasing habitacional .....	110
Tabla 40. Tabla de Concordancia .....	111

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Tipos de viviendas y salarios recibidos en hogares hondureños. ....	3
Figura 2. Cartera de vivienda y el número de operaciones del 2018 a 2022.....	5
Figura 3. Brecha del enunciado del problema. ....	7
Figura 4. Leasing en España desglosado por sectores. ....	12
Figura 5. Crecimiento del Leasing 2020 Colombia.....	13
Figura 6. Saldo de Cartera y Número de Contratos y Clientes .....	14
Figura 7. Crecimiento anual de la cartera del leasing habitacional .....	14
Figura 8. Estructura general de la evaluación de un proyecto.....	26
Figura 9. Proceso de la evaluación de un proyecto.....	27
Figura 10. Estructura del análisis del mercado.....	28
Figura 11. Partes que conforman un estudio técnico. ....	29
Figura 12. Estructuración del análisis económico .....	30
Figura 13. Diagrama de los estudios que afectan la variable dependiente.....	52
Figura 14. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio de mercado. ....	52
Figura 15. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio técnico.....	53
Figura 16. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio económico. ....	54
Figura 17. Diseño del esquema metodológico .....	60
Figura 18 Formas comunes de adquisición de vivienda .....	69
Figura 19. Rigurosidad del crédito hipotecario. ....	70
Figura 20. Limitación de productos financieros para la adquisición de vivienda. ....	70
Figura 21. Grado de aceptación del leasing inmobiliario.....	71
Figura 22. Nivel de interés por adquirir una vivienda .....	73
Figura 23. Área de total construida en el sector residenciales .....	75
Figura 24. Portafolio de productos y servicios de Cooperativa ELGA. ....	78
Figura 25. Esquema Operativo de Leasing Inmobiliario. ....	79
Figura 26. Proceso de atención leasing inmobiliario cooperativa ELGA.....	80
Figura 27. Análisis de las cinco fuerzas de Porter.....	83
Figura 28. Estrategia de Mercadeo y Ventas.....	88
Figura 29. Planificación de Producto leasing habitacional .....	91
Figura 30. Logística y manejo en la elaboración de contratos de leasing.....	93

Figura 31. Organigrama de Cooperativa ELGA Ltda.....	94
Figura 32. Comparación entre TIR obtenida y Costo de Capital .....	106
Figura 33. Cronograma para puesta en marcha del leasing habitacional.....	110

# **CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN**

Este capítulo presenta de manera clara el origen y los antecedentes que fundamentan el trabajo de investigación. La importancia de la implementación del objeto en estudio donde se definirá el problema, el objetivo general y los objetivos específicos de la investigación para mayor comprensión del lector.

## **1.1. INTRODUCCIÓN**

El leasing habitacional ofrece una nueva forma de adquisición de vivienda mediante una cuota inicial (canon) y pagos mensuales estipulados mediante un contrato de arrendamiento donde al finalizar el contrato entre las partes (banco propietario del inmueble y el arrendador quien solicita el inmueble) el propietario del inmueble pone a las disposición del arrendatario la opción de compra del inmueble mediante un porcentaje proporcional del valor del inmueble pactado entre las partes (generalmente menor del 30%).

Este producto financiero ha tenido buena aceptación en otros países como ser Colombia con el cual han obtenido buenos resultados, por lo que es fundamental determinar si es financieramente viable lanzar este producto al mercado nacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA.

Actualmente la cooperativa cuenta con servicios de préstamos de vivienda hipotecarios con fondos propios y fondos redescontados del sector gubernamental, sin embargo, no todas las personas que solicitan este tipo de productos clasifican por múltiples factores como ser: carecen de una prima inicial, gastos de escrituración, honorarios profesionales, avalúos, comportamientos en buros de créditos, Ingresos presentados, limitación en el número de viviendas a financiar con fondos redescontados, entre otros.

Por tanto, el presente estudio de prefactibilidad se llevará a cabo, durante un periodo de tres meses comprendido entre octubre y diciembre del 2002 con la finalidad principal de determinar si es financieramente viable incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA como una nueva opción de adquisición de vivienda diferente al crédito hipotecario tradicional del mercado nacional y de esta manera brindar más opciones al usuario final.

Aplicando este nuevo modelo de adquisición de vivienda dentro de la Cooperativa ELGA por medio de Leasing habitacional se busca generar nuevos ingresos que contribuyan a los rendimientos institucionales, atendiendo nichos de mercado no satisfechos en la actualidad.

Para determinar la prefactibilidad del tema de investigación, se llevará a cabo un análisis de viabilidad y rentabilidad utilizando herramientas financieras como ser el Valor Actual Neto la Tasa Interna de Retorno (TIR).

La metodología a utilizar se hará bajo un enfoque de estudio cuantitativo de corte transversal, mediante la aplicación de encuestas, para estimar la demanda de adquisición de leasing habitacional en la ciudad de Tegucigalpa, D.C.

Dicho estudio pretende generar información útil que determine la viabilidad de la implementación del leasing habitacional dentro del portafolio de la Cooperativa ELGA y de esta manera tener una base sólida al momento de tomar la decisión de inversión.

## **1.2. ANTECEDENTES**

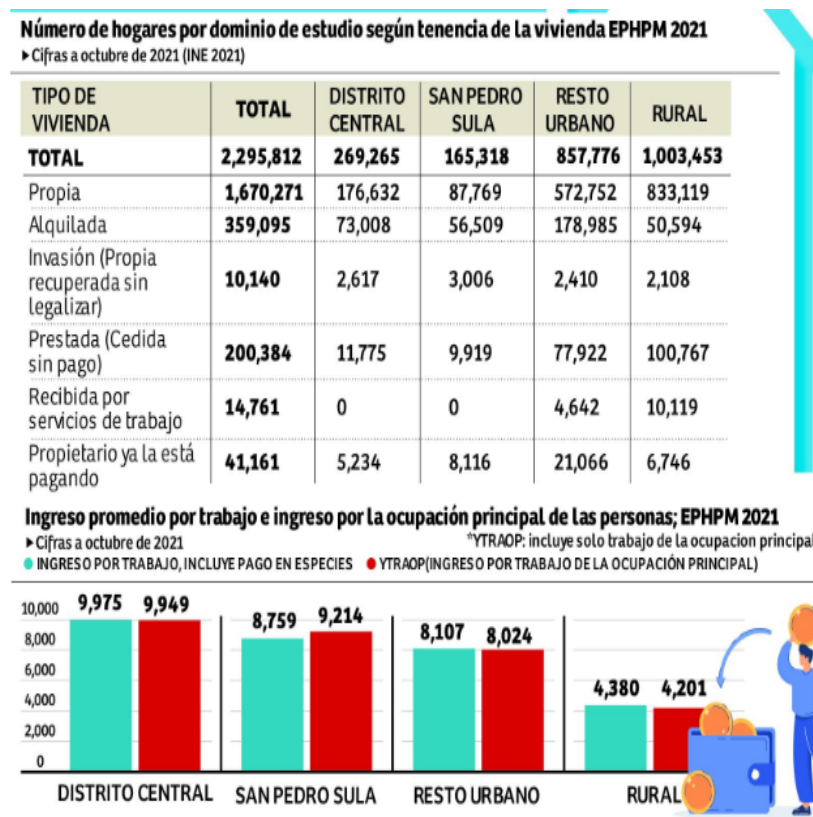
### **1.2.1 DATOS DE ALQUILER DE VIVIENDAS EN TEGUCIGALPA**

El 19% de la población capitalina no logra solventar la necesidad que se tiene sobre el acceso a la vivienda, se estima que unas 250 mil personas del Distrito Central viven en inmuebles alquilados. Actualmente se registran en la capital unas 270,185 casas, de las cuales 180,379 son habitadas por sus propietarios, y unas 65,000 son alquiladas bajo contratos de arrendamiento, unas 13,723 viviendas son pagadas por sus dueños a plazos largos, 9,872 han sido cedidas por familiares o herencias y 566 han sido canceladas mediante la prestación de servicios según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). (Argueta, 2017).

En el 2016 se atendieron 8,904 personas para conocer sus prohibiciones y obligaciones como inquilino y arrendatario en el Departamento Administrativo de Inquilinato (DAI), en ese mismo año se registraron 11,039 contratos de arrendamiento, de los cuales 4,551 pertenecen a la ciudad capital y 6,488 en San Pedro Sula. (Argueta, 2017).

Según datos del Instituto Nacional de Estadística de Honduras (INE) para octubre del 2021, solo en San Pedro Sula un total de 87,769 familias tenían casa propia, y 56,509 residían en casa

alquilada. En tanto, en el Distrito Central 176,632 tenían casa propia y 73,008 vivían alquilando según se muestra en la figura 1. (La Prensa, 2022).



**Figura 1. Tipos de viviendas y salarios recibidos en hogares hondureños.**

Fuente: (La Prensa, 2022)

### 1.2.3. LIMITACIÓN DEL CRÉDITO HIPOTECARIO PARA VIVIENDA.

Existen limitaciones por parte de la población de bajos ingresos para acceder a los mercados de capital e hipotecarios. Usualmente la población de ingresos medios o bajos suelen financiar la adquisición o mejoras de vivienda por medio de créditos de largo plazo. (González, 2005)

Uno de los factores que explica este tipo de exclusión son las políticas crediticias institucionales, usualmente pueden discriminar el tipo de cliente de acuerdo con las condiciones previas de calificación de la institución y así escoger quienes son o no sujeto a crédito. (González, 2005)

Otro factor que limita como una opción al crédito hipotecario son los altos costos en los que se incurre al realizar un préstamo hipotecario como ser: primas iniciales que van desde un 10%

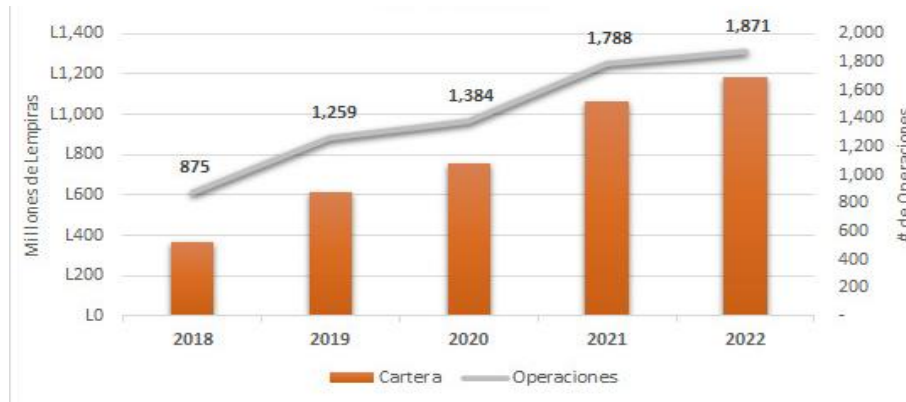
a un 30% del valor del bien, gastos de escrituración, honorarios profesionales, impuestos por derechos registrales, impuestos de tradición, costos de avalúos, ingresos presentados, seguros de daños, entre otros.

En Honduras el mercado de préstamos hipotecarios está sesgado a favor de la clase media alta y con un mayor poder adquisitivo y no para la población en general de menores recursos o recursos más limitados, por lo que quizá el sistema financiero hondureño no considera a estos segmentos como sujetos a créditos y con ello se les niega el derecho y la oportunidad de mejorar su calidad de vida.

Pese a que los bancos comerciales poseen una fuerte liquidez acumulada a lo largo de los años, su práctica ha sido y es de total resistencia a facilitar el acceso al crédito a familias más bajos ingresos, bajo el argumento que no se dispone de recursos suficientes para cubrir obligaciones a largo plazo, sin embargo, si se otorgan financiamientos hipotecarios para la vivienda a clientes que ostentan una posición económica favorable. Solo un ajuste preciso a los parámetros actuales podría subsanar la situación actual, adoptando nuevos modelos que se ajusten a un segmento de la población más amplio y menos discriminatorio como lo ha sido en leasing habitacional en otros países de América del Sur.

#### 1.2.4. DEMANDA DE VIVIENDA EN LA COOPERATIVA ELGA.

La Cooperativa ELGA ha ofrecido a lo largo del tiempo productos financieros destinados a la adquisición de vivienda, sin embargo, en los últimos cinco años la demanda se ha incrementado en este segmento como se observa en la figura 2. Por tal motivo es de suma importancia innovar nuevos productos que se ajusten a las necesidades del mercado actual, como una opción de adquisición de vivienda para clientes que no pueden optar por un préstamo hipotecario para dicho fin y que en la actualidad pagan una renta mensual por concepto de alquiler de vivienda, bajo este esquema atender este nicho de mercado que contribuya a generar mayores rendimientos institucionales.



**Figura 2. Cartera de vivienda y el número de operaciones del 2018 a 2022.**

Fuente: (Cooperativa ELGA, 2022)

### 1.2.5. ESTUDIOS PREVIOS LEASING HABITACIONAL

Sejas (2010) en su estudio “Marco Legal para la implementación del leasing habitacional en las mutuales de ahorro y préstamo para la vivienda” considero que se deben de brindar más opciones para el financiamiento de viviendas para las personas que aún no contaban con una vivienda propia, para determinar la factibilidad del leasing habitacional realizó una encuesta a 40 personas donde los 40 entrevistados respondieron que debía implementarse otras formas de financiamiento de vivienda.

Rodríguez (2012) en su estudio “Financiamiento de vivienda en Colombia: El leasing habitacional como alternativa al crédito hipotecarios” afirma que, como solución a la falta de ahorro de algunas familias, el gobierno legalizó el leasing habitacional, donde no hace falta tener el dinero para el pago de cuota inicial que se necesita para el crédito hipotecario, solamente se necesita la capacidad de poder pagar los cánones mensuales.

Rodríguez (2012) en su estudio “Financiamiento de vivienda en Colombia: El leasing habitacional como alternativa al crédito hipotecarios” también demostró en sus cálculos financieros realizados lo siguiente:

1. El leasing habitacional tiene tasas de interés un poco más bajas a las acostumbradas por los créditos hipotecarios.
2. Los resultados de su simulación muestran que el leasing habitacional es una mejor opción para una familia de ingresos inferiores a cuatro salarios mínimos.



3. Al final del crédito se paga menos que el crédito hipotecario.

Rodríguez (2012) para su objeto de estudio utilizó una metodología basada en la simulación de financiación de vivienda y la metodología de vector autorregresivo VAR para inversión en vivienda y PIB desagregado del sector constructor.

Giraldo (2015) en los resultados obtenidos de su estudio “Leasing Habitacional: Un mecanismo para que las personas de escasos recursos adquieran vivienda en Medellín” muestran que el leasing habitacional es una mejor opción de financiación para familias de ingresos bajos, debido a que al final del contrato paga menos que en el crédito hipotecario; sin embargo, las condiciones bajo las cuales las entidades financieras ofrecen esta alternativa de financiación no son factibles para las familias de bajos recurso ya que el pago de un canon inicial, no se diferencia en nada a la cuota inicial que se exige en el crédito hipotecario.

Giraldo (2015) también afirma que las viviendas que se financian mediante el leasing habitacional, exceden el valor comercial que una persona de bajos recursos podría aspirar a obtener, lo que se convierte en un obstáculo, ya que, si el valor del inmueble es muy alto, las cuotas mensuales son proporcionales a este.

Fernández (2013) en su estudio Análisis Comparativo y Financiero del Leasing Habitacional y el Crédito Hipotecario en Barranquilla, Distrito Industrial, Especial y Portuario, “2008 - 2011”, realizó una comparación entre dos entidades financieras, aplicando datos en los resultados, se observaron diferentes entre el crédito hipotecario y el leasing habitacional.

Fernández (2013) observó que, en una misma entidad financiera, se manejan las mismas tasas de interés tanto para el uno, como para el otro y a pesar de que la cuota inicial del leasing habitacional en la mayoría de las entidades es del 20% y la del crédito hipotecario es del 30%, los requisitos para el leasing son mucho más exigentes en cuanto a los ingresos requeridos. De igual forma el valor del canon resultó siendo mayor que la cuota del crédito en dos de las tres entidades que se estudió.

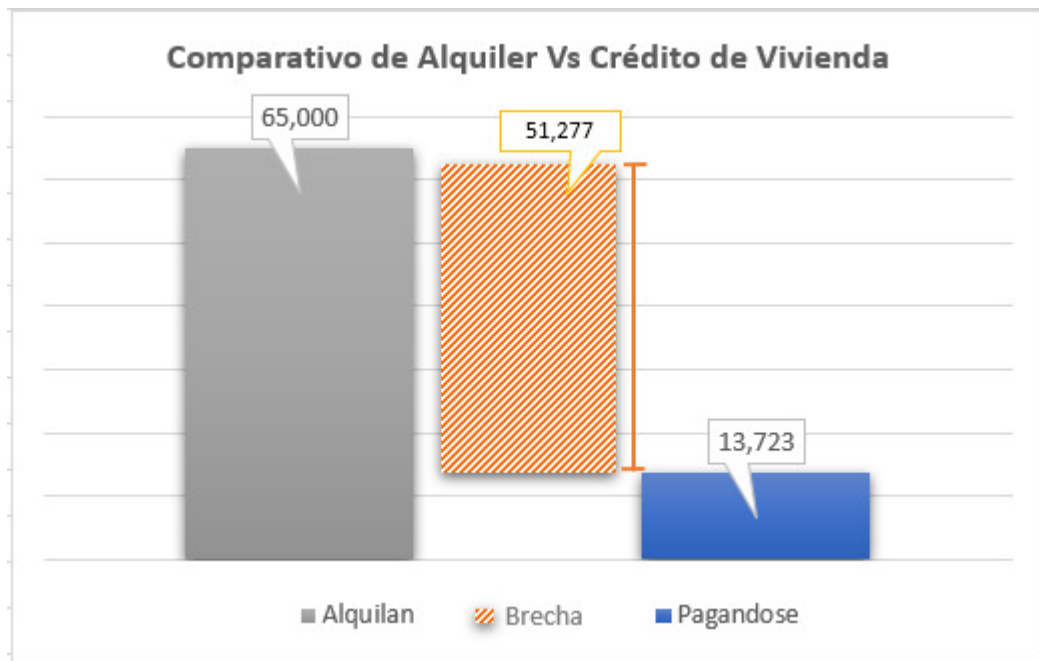
### 1.3. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

#### 1.3.1. ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Considerando que el 24 % que representa 65,000 inmuebles habitacionales en la ciudad capital son alquiladas por familias que aún no cuentan con vivienda propia, pero con capacidad de pagar un alquiler, muchas familias intentan optar por una vivienda por medio de préstamos, sin embargo, por múltiples razones no pueden optar a financiamiento por lo que se plantea la brecha mostrada en la figura 3.

Actualmente Cooperativa ELGA atiende el segmento de vivienda por medio de préstamos hipotecarios, sin embargo, queda descubierto este nicho de mercado potencial por atender por parte de la cooperativa.

Se desconoce si la cooperativa ELGA al ofrecer un nuevo producto financiero al mercado por medio de leasing habitacional para la adquisición de vivienda, tendrá un mercado aceptable, para determinar si es financieramente viable para la cooperativa.



**Figura 3. Brecha del enunciado del problema.**

Fuente: (Argueta, 2017)

Una de las posibles causas de esta brecha es debido a que cuando se brinda los servicios de préstamos de vivienda hipotecarios no todas las personas que solicitan este tipo de préstamos tienen la capacidad de pagar los costos y gastos iniciales en los que se incurren los cuales van desde un 10% a un 30 % del valor de financiamiento por lo que optan a alquilar viviendas.

En cambio, que en el modelo del leasing habitacional según el valor del monto de la prima por estrenó (conocido también como canon inicial) varía entre el 5% al 10 % del valor de la vivienda lo cual puede ser atractivo para la brecha en estudio además de que se les brinda una opción de compra.

Con respecto al valor del financiamiento del inmueble en el crédito hipotecario este valor de financiamiento ronda en un 70% del valor del inmueble mientras que el leasing habitacional puede llegar a un 100 % del valor del inmueble lo cual también puede resultar atractivo para la brecha en estudio.

Para captar la atención de este mercado significativo mostrado como brecha en la figura 3, se propone adoptar el leasing habitacional que muestra una disminución de las cuotas iniciales y un aumento en el monto de financiamiento para posteriormente determinar si es financieramente viable con el mercado potencial.

### 1.3.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Debido a que no existe un producto financiero de leasing habitacional en el ámbito nacional, se pretende analizar la prefactibilidad de incorporar esta nueva opción en el portafolio de productos y servicios que Cooperativa ELGA ofrece, formulando la siguiente pregunta:

¿Es factible incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de Cooperativa ELGA?

### 1.3.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuál es el mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA?
2. ¿Cuáles son las posibles condiciones administrativas y legales que requiere la cooperativa ELGA para que esta pueda implementar dentro de su portafolio el leasing habitacional?
3. ¿Cuál es la diferencia entre un crédito hipotecario y un leasing habitacional?

4. ¿Cuál será la aceptación de la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA mediante encuestas?
5. ¿Cuál es la proyección financiera del leasing habitacional mediante análisis de la TIR?

## **1.4. OBJETIVOS DEL PROBLEMA**

### **1.4.1 OBJETIVO GENERAL**

Determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA por medio de análisis financieros y estudio de mercado para brindar una nueva opción de adquisición de vivienda dentro del mercado nacional.

### **1.4.2. OBJETIVO ESPECÍFICO**

1. Determinar el mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA.
2. Indicar las condiciones administrativas y legales que requiere la cooperativa ELGA para que esta pueda implementar el leasing habitacional dentro de su portafolio.
3. Analizar la diferencia entre un crédito hipotecario y un leasing habitacional.
4. Determinar la aceptación de la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA mediante encuestas.
5. Establecer las proyecciones financieras del leasing habitacional mediante análisis de la TIR.

## **1.5. JUSTIFICACIÓN**

Actualmente en la cooperativa existen personas que desean adquirir préstamos para la adquisición de vivienda, pero muchos de ellos que solicitan este tipo de préstamos no califican o tienen limitaciones en los gastos en los que se incurren como ser carencia de una prima inicial, gastos de escrituración, honorarios profesionales, avalúos, comportamientos en buros de créditos, entre otros. Debido a ello surge la necesidad de brindar esta nueva opción de acceso a la vivienda mediante el leasing habitacional para que la cooperativa pueda atender la demanda del acceso a la vivienda mediante una segunda opción.

De esta manera aplicando este nuevo modelo de adquisición de vivienda dentro de la Cooperativa ELGA por medio de leasing, se busca generar nuevos ingresos que contribuyan a los rendimientos institucionales, atendiendo nichos de mercados no satisfechos en la actualidad.

Es conveniente realizar la investigación debido a la rentabilidad que este puede generar a la cooperativa debido a que los posibles competidores no cuentan con este tipo de producto para atender este mercado no satisfecho lo que aumentaría la cantidad de afiliados en la cooperativa.

Tiene valor para la sociedad debido a que se pondrá a la disposición una nueva opción de adquisición de vivienda a aquellas personas con limitaciones al préstamo hipotecario y de esta manera hacer que entren a un mecanismo que los faculta con la posibilidad de tener una vivienda propia y así tener un impacto en el déficit habitacional del país.

## **CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO**

En el presente capítulo muestra la recopilación bibliográfica relacionada con el tema de investigación. Se comienza con el análisis de la situación actual, para luego pasar a conocer y conceptualizar las teorías que sustentan la investigación, los instrumentos con los que se ejecutarán y el marco legal que existe.

### **2.1. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

A continuación, se presenta una recopilación de información sobre los resultados de la implementación del leasing habitacional como medio de financiamiento inmobiliario en el entorno global, regional y local, la cual servirá de referencia para el desarrollo de la investigación.

#### **2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO**

##### **2.1.1.1 EUROPA**

En Europa el leasing ha ido en crecimiento, aunque a un ritmo más lento que en años anteriores. De las modalidades del leasing en Europa el que ha tenido mayor crecimiento se ha dado en el arrendamiento financiero inmobiliario. (Guiafimen, 2020)

De acuerdo a los datos proporcionados por Leaseurope, la asociación que representa a las industrias europeas de leasing y alquiler de automóviles, en el año 2020 el leasing presentó una desaceleración debido a la cautela como característica principal, aunque el arrendamiento inmobiliario viene experimentando mejoras, eso sí, con grandes variaciones geográficas en los distintos países del área euro. (Guiafimen, 2020)

##### **2.1.1.2. ESPAÑA**

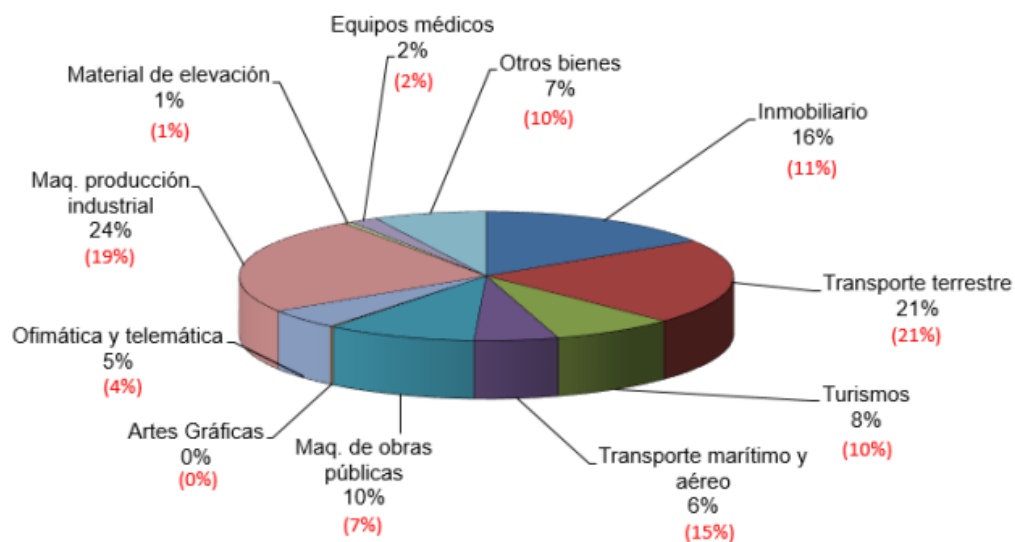
España es uno de los países que ocupa el cuarto puesto en el índice europeo de países con mayor volumen de inversión en leasing inmobiliario y el quinto lugar en lo que a arrendamientos financieros mobiliarios se refiere, de acuerdo a la Asociación Española de Leasing. (Burger, 2008)

Idealista (2021) en su artículo afirma:

“La inversión de las empresas españolas en la famosa fórmula del leasing para financiar activos inmobiliarios marcó mínimos en el año de la pandemia.”

Desde la Asociación Española de Leasing se considera que falta mucho camino para alcanzar la convergencia real con el resto de los países europeos, en donde el 'leasing' es una herramienta habitual para el tejido empresarial y administrativo. (Burger, 2008)

De acuerdo a la Asociación Española de Leasing y Renting (AELR), en 2020 la nueva inversión se situó en 728,63 millones de euros, la cifra anual más baja desde que arrancó la serie histórica en 2003. La figura 4 muestra una disminución en el leasing inmobiliario de 11% con respecto al año anterior debido a la crisis sanitaria. (Idealista, 2021).



**Figura 4. Leasing en España desglosado por sectores.**

Fuente: (AELR, 2020)

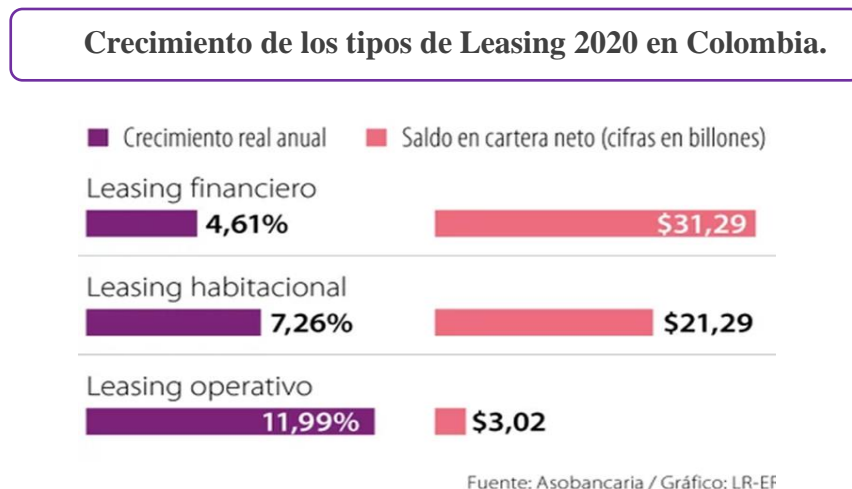
A pesar de lo antes expuesto, entre enero y febrero se pudo observar que el 'leasing' de inmuebles se incrementó 31,7%, hasta quedarse en 178,7 millones de euros contratados según reportes brindados por AELR. Se pronosticaba que, al mantenerse la tendencia en esos dos meses, el año podría terminar con más de 1,000 millones de euros en inversión, cifra que no se alcanzaba desde 2017. (Idealista, 2021)

## 2.1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

### 2.1.2.1 COLOMBIA

Debido a las crisis que atacaban al país como ser el déficit habitacional, el Gobierno Colombiano implementó un sistema de financiamiento de vivienda que estudiará la implementación de un modelo financiero de vivienda que considere la capacidad de pago de los ciudadanos colombianos y que diera derecho a la vivienda digna. De esta manera el gobierno colombiano incluye el Leasing Habitacional como una nueva opción para la adquisición de vivienda a largo plazo. (Giraldo, 2015)

De acuerdo a datos presentados por la Asociación Bancaria y de Entidades Financieras de Colombia (ASOBANCARIA), el leasing habitacional tuvo un crecimiento considerado como se muestra en la figura 5. En el mercado colombiano en el año 2020 el leasing habitacional tuvo un alza cerca del 2.14% de PIB y se convirtió en un modelo rentable en cifras de ventas de vivienda en el mercado. Este tipo de productos ha sido de beneficio para la reactivación económica y del bienestar social debido a que representa una alternativa de financiamiento idónea. (Feria & Ortiz, 2021)



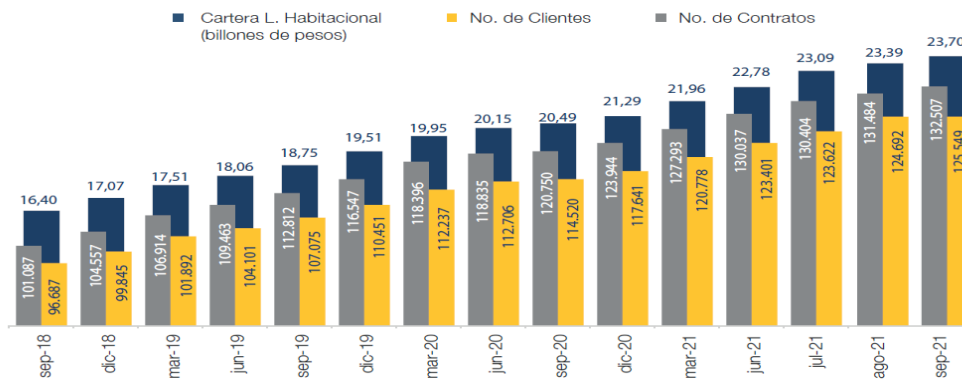
**Figura 5. Crecimiento del Leasing 2020 Colombia**

Fuente: (Feria & Ortiz, 2021)



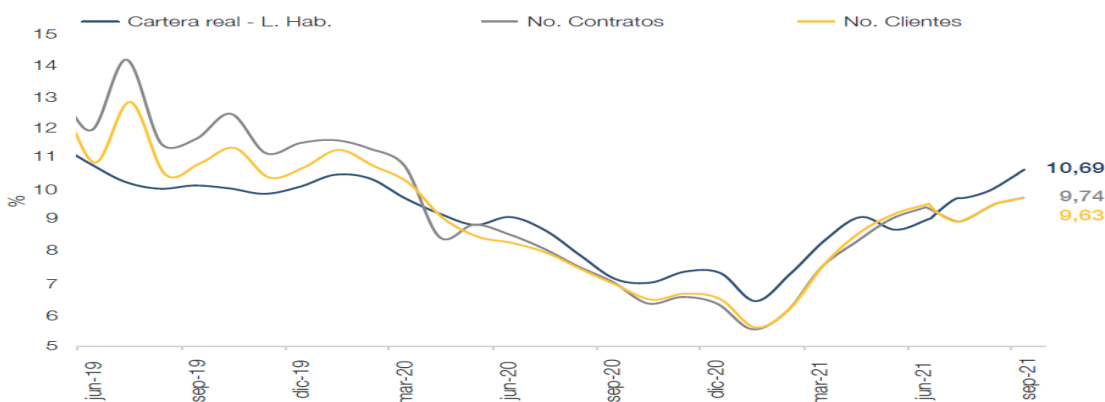
Asobancaria (2021) en su informe trimestral del mercado de leasing destacó esta modalidad de financiamiento expresando lo siguiente:

El leasing habitacional también tuvo una dinámica destacada. Creció 10,69% en términos reales anuales, un crecimiento de dos dígitos que no se registraba desde febrero de 2020 como se muestra en la figura 7; incluso, aumentó 2,55 pp. de participación en el total de la cartera en el último año. La cartera en sep-21 fue de \$23,70 billones de pesos, tal como se muestra en la figura 6. (p. 7)



**Figura 6. Saldo de Cartera y Número de Contratos y Clientes**

Fuente: (Asobancaria, 2021).



**Figura 7. Crecimiento anual de la cartera del leasing habitacional**

Fuente: (Asobancaria, 2021).

### 2.1.2.2. CHILE

El leasing habitacional en Chile se creó observando que la población para que pudiera ahorrar una cuota inicial se tardaría muchos años o inclusive nunca podría llegar a tener el suficiente ahorro para una cuota inicial, lo que los dejaba por fuera no sólo del crédito hipotecario sino de los subsidios que daba el gobierno. (Rodríguez, 2012)

Para acceder a este programa del leasing habitacional las familias deben tener una cuenta o contrato con alguna entidad donde se pueda hacer el ahorro por parte de las familias para el pago de la opción de compra, de esta forma el pago mensual del locatario será una parte para el pago del arrendamiento y otra un ahorro para hacerse propietarios del inmueble. También existe la posibilidad de recibir un subsidio para las cuotas mensuales dependiendo del tipo de vivienda y ciertos requisitos que se deben cumplir. Aunque esta alternativa fue creada desde 1996 no ha tenido gran acogida debido a que el pago de intereses es mayor que en el caso del financiamiento tradicional. (Rodríguez, 2012, p.28)

De acuerdo a Simian (2010), anualmente se financian 4,000 viviendas con leasing habitacional, y el porcentaje del presupuesto nacional de subsidios para vivienda que se destina a este programa es de tan solo el 4%. de los recursos que el Ministerio de Vivienda y Urbanismo (MINVU) gasta anualmente en Subsidios.

Como se observa en la tabla 1 el leasing habitacional es utilizado principalmente en Chile por hogares de dos quintales superiores del ingreso.

**Tabla 1. Impacto distributivo del subsidio y leasing habitacional**

Quintil de Ingreso	I	II	III	IV	V	
Subsidio habitacional	7,7	26,2	20,8	27,7	17,7	100,0
Subsidio Rural	47,6	24,6	15,4	8,5	3,9	100,0
PET	6,2	21,5	27,7	27,7	16,9	100,0
Leasing Habitacional	16,7	22,9	12,5	18,8	29,2	100,0

Fuente: (Simian, 2010)

### 2.1.2.3. BRASIL

Esta opción nació en 1999 bajo el Programa de Arrendamiento Residencial PAR, del cual son beneficiarias familias con escasos recursos. Uno de los objetivos del PAR era motivar la construcción de viviendas para sectores de bajos recursos por parte de inmobiliarias privadas, que podían ser compradas al final de 15 años de arriendo consecutivo. (Rodríguez, 2012)

Esta propuesta, aunque innovadora tiene dos problemas importantes, la primera de ella él era que el valor de las viviendas debía ser muy bajo, aproximadamente 25,000 dólares, y por la tanto se debían ubicar a las afueras de las grandes ciudades donde la tierra es más barata, haciendo que la distancia del hogar provocará que las personas se movilizaran grandes distancias para trasladarse a sus trabajos, además haciendo que el acceso a tiendas y otros servicios fuera muy difícil por la periferia. El segundo problema era el tamaño que tenían las viviendas y el uso que se les podía dar, ya que muchas de las unidades eran muy pequeñas, encerradas y no tenían áreas para tener plantas o animales. En diez años de funcionamiento el PAR ha beneficiado a 1.109.059 personas con cerca de 273,000 unidades habitacionales. (Rodríguez, 2012)

A diferencia de Colombia la experiencia de Brasil y Chile no han sido como se esperaba en cuanto a disminución de déficit habitacional, debido a que tienen un enfoque más social y con una participación importante del gobierno, no sólo en cuanto a regulaciones sino subsidios y construcción de viviendas. Este tipo de programas son en realidad una opción de arrendamiento para familias de ingresos económicos bajos que les permite hacer una compra al finalizar el contrato de leasing habitacional, en ninguno de los dos países se exige una cuota inicial elevada, y es dirigida exclusivamente a sectores menos favorecidos del país. (Rodríguez, 2012)

### 2.1.3. ANÁLISIS LOCAL.

En el mercado nacional no cuenta con un servicio bajo este esquema para el sector; los actuales están destinados a los esquemas operativos de las empresas como ser: Leasing de Vehículos, Maquinaria Industrial, Equipo Médico, Maquinaria de Construcción, Maquinaria Agrícola, Tecnología, Equipo de Oficina, Aeronaves. Pero estos esquemas de leasing a nivel nacional son muy bien vistos por los inversionistas extranjeros debido al buen manejo de las instituciones bancarias.

La empresa CSI Leasing es una de ella la cual destaca que Honduras es el mercado con el tercer mayor crecimiento en el istmo, sobre todo en el sector de tecnología, maquila, agro y bebidas. CSI leasing es una de las principales empresas de arrendamiento de equipos en el mundo la cual tuvo un crecimiento regional del 13% entre los cierres fiscales 2015 y 2016. (La Prensa, 2022)

En cuanto a los niveles de inversión en 2015 y 2016, la compañía CSI informó que lograron superar en cada año los 50 millones de dólares en activos en arrendamiento. Para el año en curso esperan “superar los 60 millones de dólares por año, siendo sus principales mercados Costa Rica (30%), Guatemala (21%) y Honduras (17%)”. (La Prensa, 2022)

#### 2.1.4 ANÁLISIS INTERNO

Actualmente Cooperativa ELGA no cuenta con un servicio de leasing habitacional, los productos actuales para este destino se realizan por medio de préstamos hipotecarios con fondos propios a tasas que van desde un 8.7% anual escalonada hasta llegar a un 10% y plazos de 20 años a pagar. ELGA cuenta con un portafolio de vivienda activo de 1,871 operaciones de crédito a septiembre del 2020 de los cuales 43 casos que están en un proceso de demanda para ejecución de garantía que representan el 2.9% del portafolio de vivienda, cuenta con un total de activos eventuales de 9 específicamente de vivienda. Adicionalmente tiene un total de 43 expedientes en proceso de adjudicación por medio de demanda al incumplir el pago de sus cuotas.

Al cierre de octubre del 2022, la cartera de este sector vivienda presentaba una mora mayor a 30 días del 8% del total de operaciones representando un total de L. 89,871,587.00

## 2.2. TEORÍA DE SUSTENTO

### 2.2.1 LEASING

#### 2.2.1.1 DEFINICIÓN DE LEASING

Aquel negocio jurídico en virtud del cual una entidad especializada obrando a petición y de conformidad de las instrucciones impartidas por un cliente, se obliga a adquirir de un productor o

fabricante, o constructor o distribuidor, ya sea nacional o extranjero, uno o más bienes previamente determinados o especificados por aquel, y a entregarlos a título de leasing, financiando su uso y goce a cambio del pago de unas cuotas periódicas que se causarán durante un plazo determinado, y pactándose para el cliente la facultad de ejercer al final del periodo una opción de adquisición. (García, 2003, p.18)

## 2.2.1.2. TIPOS DE LEASING

### 2.2.1.2.1. LEASING FINANCIERO

El arrendamiento financiero configura una operación de financiación de mediano o largo plazo que se materializa entre una entidad financiera autorizada y una persona natural o jurídica para la facilitación del uso de un bien, con la opción de adquirir la propiedad de dicho bien al vencimiento contractual. (Sejas, 2010)

También se puede determinar como un “un contrato de locación financiera que tiene por objeto la cesión en goce a un sujeto de bienes muebles o inmuebles por parte de otro sujeto (empresa de leasing) que los adquiere o los hace construir bajo expresa indicación del primero, al solo fin de cederlos en locación o, de cualquier forma, en goce. El arrendatario se compromete a corresponder un canon periódico como equivalente de dicho goce. Es facultad del arrendatario convertirse en propietario de los bienes, al vencimiento del periodo convenido, contra el pago de un precio residual predeterminado. (Sejas, 2010).

García (2003) define las características principales del leasing financiero de la siguiente manera:

1. La entrega de un bien por parte de un arrendador que puede ser una persona jurídica, vigilada por la Superintendencia Bancaria.
2. El pago de un canon periódico, que puede llevar implícito el precio del derecho a ejercer una opción de adquisición.
3. La existencia, en favor del locatario o usuario, de una opción de adquisición al terminarse el plazo pactado en el contrato, que podrá ejercer siempre y cuando cumpla con la totalidad de las prestaciones a su cargo.

#### 4. La posibilidad del bien para producir renta.

En este tipo de negocio, la empresa del leasing actúa como proveedor de los recursos necesarios para la adquisición del bien seleccionado por el usuario, por lo tanto, los riesgos asociados a la propiedad del bien son transferidos al usuario. (García, 2003).

##### 2.2.1.2.2. LEASING OPERATIVO

Es una modalidad contractual anterior al leasing financiero, puesta en práctica por los fabricantes y proveedores de equipos. Se desarrolla cuando un fabricante o proveedor destina un bien de su propiedad para darlo en locación garantizando su calidad y funcionamiento. Constituye una operación comercial en virtud de la cual únicamente intervienen el fabricante que actúa como proveedor o sociedad de leasing y el usuario o tomador. (Sejas, 2010).

García (2003) define las características principales del leasing operativo de la siguiente manera:

1. La entrega de un bien por parte de un arrendador que puede ser una persona natural o jurídica, vigilada o no por la Superintendencia Bancaria.
2. El pago de un canon o precio del arrendamiento de la persona que goza del bien hacia el arrendador.
3. La posibilidad del bien para producir renta.

El leasing operativo se asimila a un arrendamiento normal, en donde la obsolescencia de los bienes objetos del mismo lo asume la empresa de leasing, por lo que dichos bienes deberán ser recolocados o vendidos al final del contrato de leasing operativo, para lograr la recuperación de la inversión realizada. (García, 2003).

##### 2.2.1.2.3. LEASING HABITACIONAL

Es un sistema mediante el cual una persona natural arrienda una propiedad (vivienda) a una empresa (sociedad inmobiliaria), con una renta fija durante todo el contrato y con el compromiso de adquirirla para sí, una vez cumplido lo el tiempo pactado de antemano y una vez ahorrado el valor de la propiedad que se fijó al momento de firmar el contrato de arriendo. (Sejas, 2010).

García (2003) define las características principales del leasing habitacional de la siguiente manera:

1. El leasing habitacional se puede asociar a un leasing financiero y por lo tanto mantiene las características expuestas anteriormente.
2. En un contrato de leasing habitacional, los bienes objeto de financiación son bienes inmuebles únicamente que deberán ser destinados exclusivamente a vivienda. Por tanto, no son susceptibles de generar renta.

### 2.2.1.3. OPERACIÓN DEL LEASING

López (2004) el concepto de leasing puede llegarse a entender más fácilmente a través de la presentación descriptiva de la operación. También se piensa que después de una descripción del concepto de leasing, se entiende mejor la operación del mismo de acuerdo a las siguientes etapas:

#### A. Operaciones preparatorias

- I. Elección del bien y del proveedor por parte del usuario.
- II. Presentación de la solicitud del Leasing
- III. Examen y estudio de la solicitud por parte de la sociedad de leasing

#### B. Operaciones Básicas.

- I. Acuerdo y firma del contrato de leasing por ambas partes.
- II. Entrega del bien objeto del contrato.
- III. El arrendamiento tiene un determinado plazo de carácter irrevocable. Al cumplirse, el locatario tiene generalmente la posibilidad de ejercer su opción de compra, también puede devolver el bien o bien renovar el contrato.

#### C. Operaciones complementarias

- I. La sociedad de leasing adquiere el bien del proveedor escogido por el empresario o futuro locatario.

## 2.2.2. EL LEASING HABITACIONAL Y EL CRÉDITO HIPOTECARIO

### 2.2.2.1 GENERALIDAD DEL LEASING HABITACIONAL

Surge como una alternativa de financiación para la adquisición de vivienda nueva o usada, casa o departamento; este mecanismo de financiación se desarrolla a partir de un contrato de arriendo que permite al solicitante de este servicio vivir en calidad de arrendatario mientras que sucesivamente en el mismo lapso de tiempo este aporta una parte del precio de la vivienda, con el pago de un canon mensual; en este sentido al adquirir este método de financiación no hay necesidad de cancelar la cuota inicial, pues se cancela un valor al final, cuando se ejecute la opción de compra. (Fernández, 2013)

Fernández (2013) considera que es preciso destacar que este contrato financiero está constituido por los siguientes tres elementos:

- A. La entrega de un bien para su uso y goce.
- B. El establecimiento de un canon periódico que lleva implícito el precio del derecho a ejercer una opción de adquisición.
- C. La existencia, en favor del locatario, de una opción de adquisición.

Fernández (2013) considera que en este contrato se identifican dos figuras por un lado el propietario que para tales efectos es la entidad bancaria y el locatario que es la persona que habitara el bien inmueble.

Asimismo, se tiene que la operación se ejecuta basada en los siguientes aspectos:

- A. Garantías ofrecidas.
- B. Ingresos del locatario.
- C. Valor del inmueble
- D. Valor del canon
- E. Plazo del contrato



### 2.2.2.2 GENERALIDAD DEL CRÉDITO HIPOTECARIO

Este modelo de financiamiento es un préstamo que se hace a largo plazo, que lo respalda la hipoteca de la casa que se compra. Este tipo de financiación presenta ciertas condiciones o características en lo que respecta a las tasas de interés y su pago en sí. (Fernández, 2013)

Si bien en el mercado interbancario en Colombia para este tipo de servicios ofrecen alternativas de financiación tales y como son en pesos. El Crédito Hipotecario puede liquidarse con intereses variables si se liquida teniendo en cuenta la inflación y por otro lado se tiene la liquidación con intereses fijos, lo cual implica que las características contractuales definirán su coste a largo plazo. Por ejemplo, si una persona adquiere un crédito hipotecario a una tasa de interés fija en pesos, se da por hecho que la tasa de interés será constante durante el plazo de la hipoteca, y que siempre el cliente tendrá conocimiento del saldo a pagar mensualmente acorde al contrato que suscribió. (Fernández, 2013)

Fernández (2013) menciona que el Crédito Hipotecario puede liquidarse además con intereses variables y este criterio supone que al ejecutarse el contrato inicialmente se define o se pacta la tasa de interés que debe pagar por el préstamo otorgado, pero este requerimiento de interés variable implica que durante el resto de la vida del contrato los intereses fluctúan según las tendencias del mercado lo cual implica que no se podrá prever por anticipado la cuota a pagar en fechas futuras.

### 2.2.2.3 VENTAJAS DEL LEASING HABITACIONAL

Fernández (2013) menciona que el leasing habitacional otorga ventajas que ostentan para los usuarios y los proveedores de este servicio una alternativa tentadora al momento de determinar las garantías ligadas al factor riesgo, entre éstas se mencionan las siguientes:

1. La cuota mensual es constante durante todo el plazo.
2. El Leasing Habitacional tiene menor exigencia con los requisitos solicitados por los demás sistemas de financiación hipotecaria.
3. El porcentaje de financiación del Leasing Habitacional es mayor que el del Crédito Hipotecario.

4. Deducir la parte correspondiente a los intereses y/o corrección monetaria o costo financiero que haya pagado durante el respectivo año.
5. Los asalariados pueden optar por disminuir la base mensual de retención en la fuente por concepto de pago de intereses y corrección monetaria.
6. Se pueden constituir cuentas AFC para el pago de los cánones de Leasing Habitacional.
7. Este tipo de financiación es considerada como un contrato de arrendamiento operativo, lo que supone que la persona que suscribe un contrato de este tipo el Leasing (arrendatario) no registra activo ni pasivo en su contabilidad.
8. El Leasing Habitacional se encuentra exento de Impuesto de Timbre, siempre y cuando el arrendatario ejerza la opción de compra
9. Se puede ceder el contrato a otra persona, sin ningún tipo de gastos de escritura o registró.
10. Se puede acceder con este servicio a los beneficios de tasas de interés otorgados por el gobierno.

#### 2.2.2.4 VENTAJAS DEL CRÉDITO HIPOTECARIO

Fernández (2013) menciona que el crédito hipotecario como producto del mercado financiero presenta por sus características propias beneficios y ventajas que se ajustan a las necesidades de los clientes que aplican para este contrato con una entidad financiera.

A continuación, se mencionan algunas de las ventajas del crédito hipotecario:

1. Una ventaja que provee este servicio financiero va determinado entorno a la amortización, ya que el usuario podrá escoger los plazos en los que desea pagar su crédito, que van desde cinco años hasta veinte, esto con el fin de proveer alternativas que se ajusten a las necesidades de quien adquiere este servicio.
2. Otra ventaja que va ligada a este servicio es que quien suscriba un contrato de Crédito Hipotecario tiene la garantía de asegurar su patrimonio contra siniestros.
3. El Crédito Hipotecario permite que las personas hagan uso de los subsidios que entrega el gobierno lo cual facilita y disminuye el coste a favor de los usuarios.

4. Si debe declarar renta o le descuentan retención en la fuente, el Crédito Hipotecario permite a los usuarios disminuir estos impuestos, lo cual supone beneficios tributarios.

#### 2.2.2.5 DESVENTAJAS DEL LEASING HABITACIONAL

Fernández (2013) al igual que cualquier otro servicio financiero para la adquisición de vivienda el Leasing Habitacional no está exento de presentar ciertas desventajas que son trasladadas para el usuario que adquiere o piensa adquirir esta alternativa para financiar la compra de su vivienda. Las principales desventajas que se pueden presentar en torno a este servicio financiero son:

En primer lugar, se tiene que al igual que cualquier tipo de crédito si el usuario no cumple a cabalidad los términos del contrato, en lo que respecta al pago de los cánones, al final del contrato el usuario podrá perder la opción de compra del inmueble. (Fernández, 2013)

Otra desventaja a considerar del leasing habitacional también puede estar ligadas a la falta de información y comprensión por parte del usuario, frente a cómo opera este servicio y los aspectos que hay que tener en cuenta para que el contrato funcione de acuerdo a los intereses de las partes. (Fernández, 2013).

También se evidencia que el inmueble durante todo el tiempo del contrato pertenece al arrendatario es decir la entidad financiera, y solo el usuario puede optar por hacerse dueño del inmueble al final del contrato si se ejerce la opción de compra. (Fernández, 2013)

#### 2.2.2.6. DESVENTAJAS DEL CRÉDITO HIPOTECARIO

Fernández (2013) menciona que el crédito hipotecario además de ofrecer beneficios también supone ciertas desventajas que salen a la luz al tener en cuenta el factor riesgo, en el transcurso del préstamo, a continuación, se describen algunas de ellas:

La primera desventaja parte del hecho que esta alternativa de financiación desde la suscripción del contrato implica que se tendrá una deuda susceptible a transformación, es decir puede pasar de una deuda común a una deuda. (Fernández, 2013).

Tiene una desventaja hipotecaria, lo que quiere decir que existe un alto riesgo de pérdida del patrimonio adquirido, Se aclara que esta desventaja va ligada al ritmo con el cual se ejecuten

los pagos, ya que si se incumple uno de estos se corre el riesgo de perder la vivienda. (Fernández, 2013).

Existen desventajas que van relacionadas al factor tiempo; puesto que, si bien este servicio financiero ofrece tasas de intereses relativamente bajas, el término en cuanto a la vigencia del crédito se torna como un arma de doble filo ya que, por su característica de largo plazo, los pagos se extienden en el tiempo y al final se terminará pagando un saldo mayor al de los intereses. (Fernández, 2013).

### 2.2.3. EVALUACIÓN DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN

Se puede definir como un plan que, si se le asigna determinada cantidad de capital y se le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio para la persona o el ente que lo requiera. (Baca Urbina, 2010).

La evaluación de proyectos inversión involucra modificar una situación existente, como la inversión que realizan las compañías para su modernización, esto requiere consideraciones muy particulares y procedimientos de trabajo específicos y diferentes. (Chain, 2011)

Donde quiera que estemos siempre vemos a nuestro alrededor que hay a disposición una serie de productos o servicios proporcionados por el ser humano mismos. Desde la ropa, los alimentos procesados que consumimos hasta las modernas computadoras. Todos estos bienes y servicios antes de salir al comercio para el consumo fueron evaluados desde varios puntos de vista, siempre con el objetivo final de satisfacer una necesidad humana antes de realizar la inversión económica para el producto o servicio. (Baca Urbina, 2010)

Baca Urbina (2010) expresa lo siguiente:

“Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o servicio”. (p.2)

Baca Urbina (2010) menciona que cada estudio de inversión tiene características únicas y distintas de cualquier otro, la metodología que se aplicará a cada uno de ellos tiene la particularidad de poder adaptarse a cualquier proyecto. La estructura general de la metodología de evaluación de un proyecto puede ser representada como se muestra en la figura 8. (Baca Urbina, 2010)



**Figura 8. Estructura general de la evaluación de un proyecto.**

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

En una evaluación de un proyecto de acuerdo con Baca Urbina (2010) se distinguen tres niveles de profundidad:

1. Perfil, gran visión o identificación de la idea: se elabora a partir de la información existente, el juicio común y la opinión que da la experiencia. Solo presenta cálculos globales de la inversión, los costos y los ingresos, sin entrar a investigaciones de terreno.
2. Estudio de prefactibilidad o anteproyecto: profundiza la investigación de mercados, detalla la tecnología que se emplea, determina los costos totales y la rentabilidad económica del proyecto y es la base para que los inversionistas tomen una decisión.
3. Proyecto definitivo: contiene toda la información del anteproyecto o factibilidad, pero aquí son tratados los puntos finos.

A continuación, en la figura 9 se muestra el proceso de evaluación de un proyecto



**Figura 9. Proceso de la evaluación de un proyecto**

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

Debido al alcance de la investigación el nivel de profundidad a determinar es la prefactibilidad del proyecto de inversión analizando cada una de sus partes las cuales se definen a continuación.

#### 2.2.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

El objetivo principal del estudio de mercado es elegir la mejor forma de asignar recursos limitados a la producción de bienes y servicios que cumplan con las necesidades y los deseos limitados de las personas y empresas. Para decidir respecto a la mejor opción de inversión, la empresa deberá indagar en las relaciones económicas actuales y sus tendencias para proyectar un comportamiento futuro de los agentes económicos que se relacionan con su mercado meta. (Chain, 2011)

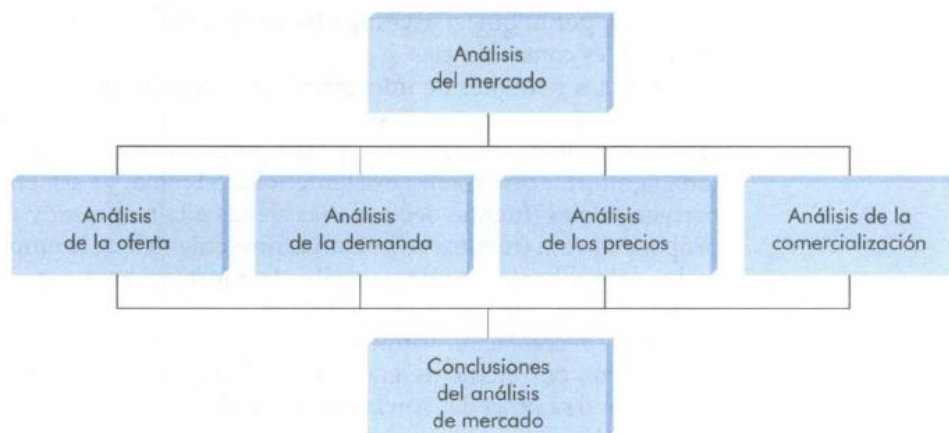
Malhotra (2008) define el estudio de mercado como:

La función que conecta al consumidor, al cliente y al público con el vendedor mediante la información, la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas del marketing; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; para monitorear el

desempeño del marketing y mejorar su comprensión como un proceso. La investigación de mercados especifica la información que se requiere para analizar esos temas, diseña las técnicas para recabar la información, dirige y aplica el proceso de recopilación de datos, analiza los resultados, y comunica los hallazgos y sus implicaciones. (p.7)

El estudio de mercado también ayuda a prevenir políticas adecuadas de precios, estudiar la mejor forma de comercialización del producto o servicio y contestar la primera pregunta importante del estudio ¿existe un mercado viable para el producto que se pretende elaborar? Cuando la respuesta es positiva el estudio continuo, si la respuesta es negativa se plantea un nuevo estudio más preciso y confiable. (Baca Urbina, 2010)

Para realizar el análisis del mercado se deben reconocer cuatro variables fundamentales que conforman la estructura del estudio tal como se muestra en la figura 10:



**Figura 10. Estructura del análisis del mercado**

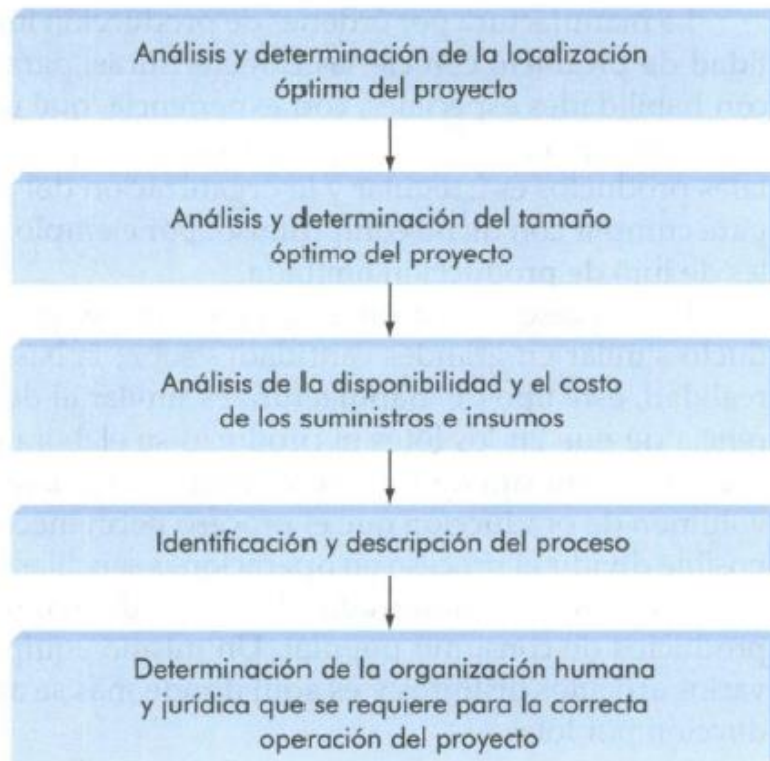
Fuente: (Baca Urbina, 2010)

### 2.2.3.2. ESTUDIO TÉCNICO

Este tiene como finalidad determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien o ser servicio se logre de forma eficaz y eficientemente. (Chain, 2011)

Baca Urbina (2010) hace referencia a las partes que conforman un estudio técnico mediante el siguiente esquema mostrado en la figura 11. donde el primer nivel responde el dónde, el segundo

nivel responde el cuánto, el tercer nivel se refiere a la logística para poder producir el cuarto nivel corresponde al cómo y el último nivel es un análisis organizacional que determina cómo se gerencia el proyecto.



**Figura 11. Partes que conforman un estudio técnico.**

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

#### 2.2.3.3. ESTUDIO ECONÓMICO

Su finalidad es ordenar y sintetizar la información monetaria que proporcionan los estudios de mercado y estudio técnico, elaborando cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica. Comenzando con los costos totales y la inversión inicial, cuya referencia son los estudios de ingeniería ya que tanto los costos como la inversión inicial dependen de la tecnología utilizada. (Baca Urbina, 2010)

Dicho de otra manera, una vez realizado el estudio de la parte técnica, se podrá determinar si existe un mercado potencial por cubrir y que tecnológicamente no existe impedimento para llevar a cabo el proyecto. De esta manera el estudio económico determinará cuál es el costo de los



recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de operación de la planta, así como otra serie de indicadores. (Baca Urbina, 2010).

En la figura 12 se muestra la estructura general de un estudio económico, las flechas indican donde se utiliza la información obtenida en ese cuadro, dicha información sirve para para realizar el siguiente paso, la evaluación económica la cual determina la rentabilidad



**Figura 12. Estructuración del análisis económico**

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

#### 2.2.4. TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La TIR es un indicador que mide la rentabilidad de una inversión, indicando de esta manera que entre más alto sea este indicador, más alta será la rentabilidad, lo cual facilita la toma de decisiones sobre la inversión realizada. (Fernández, 2021).

De forma simple podríamos definir la TIR como el porcentaje de ingresos o pérdidas que se obtiene como consecuencia de una inversión. (Fernández, 2021).

## 2.3. CONCEPTUALIZACIÓN

Una vez analizada la teoría que sustenta la investigación, se procede a conceptualizar cada una de las variables identificadas en la dimensión de la teoría de sustento. Se definirá las variables independientes relacionadas con su respectiva variable dependiente.

### 2.3.1. ESTUDIO DE MERCADO

Baca Urbina (2010) menciona que para poder analizar el estudio de mercado se reconocen las siguientes variables fundamentales que conforman la estructura del estudio de mercado mostrado en la Figura 10 las cuales están relacionadas a la variable dependiente.

#### 2.3.1.1. DEMANDA

“La búsqueda de la satisfacción de un requerimiento o necesidad que realizan los consumidores, aunque sujeta a diversas restricciones, se conoce como demanda del mercado” (Chain, 2011, p. 46).

Analizar la demanda tiene como propósito determinar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como determinar la posibilidad de aceptación del producto o servicio en la satisfacción de dicha demanda. (Baca Urbina, 2010).

Baca Urbina (2010) expresa que existen varios tipos de demanda que se pueden clasificar como sigue:

En relación con su oportunidad, existen dos tipos:

- A. Demanda insatisfecha en donde lo que se produce u ofrece no es suficiente para cubrir los requerimientos del mercado.
- B. Demanda satisfecha en donde lo que se ofrece al mercado es exactamente lo que requiere. De acuerdo con Baca Urbina (2010) se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
  - 1. Demanda satisfecha saturada en donde no se puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado pues se está usando plenamente.

2. Demanda Satisfecha no saturada en donde se encuentra aparentemente satisfecha pero que podría crecer mediante el uso correcto de herramientas mercadotécnicas como las ofertas y las publicidades.

En relación con su necesidad se encuentran dos tipos:

- A. Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios los cuales son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento.
- B. Demanda de bienes no necesarios que son prácticamente el llamado consumo suntuario.

En relación con su temporalidad se encuentran dos tipos:

- A. Demanda continua donde permanece durante largos periodos normalmente en crecimiento como ser los alimentos.
- B. Demanda cíclica o estacional donde alguna forma se relaciona con los periodos del año, ya sea por circunstancias climatológicas o comerciales como por ejemplo regalos en época de navidad, paraguas para épocas lluviosas.

De acuerdo con su destino se reconocen dos tipos.

- A. demanda de bienes finales, estos son adquiridos directamente por el consumidor para su uso.
- B. Demanda de bienes intermedios o industriales, estos son los que requieren algún procedimiento para ser bienes de consumo final.

#### 2.3.1.2. OFERTA

“Mientras que la demanda del mercado estudia el comportamiento de los consumidores, la oferta del mercado corresponde a la conducta de los empresarios, es decir, a la relación entre la cantidad ofertada de un producto y su precio de transacción” (Chain, 2011, p. 55)

El propósito del análisis de la oferta es determinar o medir la cantidad y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. Tanto la oferta como la demanda dependen de una serie de factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales de la producción, entre otros. (Baca Urbina, 2010).

Para analizar la oferta es necesario conocer los factores cuantitativos y cualitativos que influyen en la oferta. Se sigue el mismo procedimiento que en la investigación de la demanda donde se recaba datos de fuentes primarias y secundarias. (Baca Urbina, 2010)

Baca Urbina (2010) menciona que al igual que la demanda en la oferta es necesario hacer un ajuste con tres variables siguiendo los mismos criterios, como pueden ser el PIB, la inflación o el índice de precios donde se obtenga el coeficiente de correlación correspondiente. Para realizar la proyección de la oferta se tomará aquella variable cuyo coeficiente de correlación sea más cercano a uno. (Baca Urbina, 2010).

### 2.3.1.3. PRECIOS

“Es la cantidad monetaria a la que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y demanda están en equilibrio.” (Baca Urbina, 2010, p.48)

Definir el precio es importante debido a que es la base para calcular los ingresos futuros y hay que distinguir exactamente qué tipo de precio se trata y cómo se verá afectado al querer cambiar las condiciones en que se encuentra, principalmente el sitio de venta. (Baca Urbina, 2010)

Baca Urbina (2010) determinar que para definir el precio de venta se sigue una serie de consideraciones:

1. la base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y venta, más una ganancia.
2. Se debe considerar la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
3. Se debe considerar la posible reacción de la competencia.
4. El comportamiento del reventador es otro factor a considerar.
5. La estrategia de mercado es una consideración importante al momento de fijar el precio.
6. Por último, se debe considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la llamada canasta básica.

#### 2.3.1.4 COMERCIALIZACIÓN

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”. (Baca Urbina, 2010, p.52).

La comercialización es el aspecto de la mercadotecnia más descuidado. Al poner en marcha la etapa de la prefactibilidad en la evaluación de un proyecto, muchos simplemente informan en un estudio que la empresa podrá vender de forma directa el producto al público, con lo cual dejan a un lado la parte de la comercialización. A pesar de ser un aspecto poco favorable en los estudios, la comercialización es parte vital en el funcionamiento de una empresa. (Baca Urbina, 2010).

#### 2.3.2. ESTUDIO TÉCNICO

Las variables identificadas que conforman la estructura del estudio técnico mostradas en la figura 11 se mencionan a continuación.

##### 2.3.2.1 TAMAÑO

“El tamaño de un proyecto muestra su relación con el número de unidades a producir, el número de consultas médicas que atender, la cantidad de empresas a las que prestar servicios contables o el número de cursos a dictar en un periodo de tiempo.” (Chain, 2011, p. 134)

Chain (2011) manifiesta que el tamaño de un proyecto es fundamental para determinar el monto de las inversiones y el nivel de operación que, a su vez, permitirá cuantificar los costos de funcionamiento y los ingresos proyectados.

##### 2.3.2.2. LOCALIZACIÓN.

La localización que se seleccione para un proyecto es aquella que determina el éxito o su fracaso, por cuanto de ello dependerá la aceptación o el rechazo tanto de los clientes por usarlo como del personal ejecutivo por trasladarse a una localidad que carece de incentivo para su grupo familiar, o los costos de acopio de la materia prima. (Chain, 2011)

El objetivo de la localización es simple y se basa en determinar el sitio óptimo donde se instalará la planta. (Baca Urbina, 2010).

#### 2.3.2.3. EQUIPO

Baca Urbina (2010) determina a los equipos como un conjunto de maquinaria necesaria para llevar a cabo los procesos de transformación. Estos equipos forman parte de los procesos que intervienen en la obtención de servicios y las cantidades requeridas dependen de los resultados del estudio de mercado. Lo más importante al seleccionar un equipo es su eficiencia.

#### 2.3.2.4. PROCESOS

“Es la fase en que una serie de materiales o insumos son transformados en productos manufacturados mediante la participación de la tecnología, los materiales y las fuerzas de trabajo.” (Córdoba, 2011, p.123)

En esta etapa se debe seleccionar una determinada tecnología de fabricación es decir un conjunto de conocimientos técnicos, equipos y procesos que se emplean para desarrollar una determinada función. (Baca Urbina, 2010)

#### 2.3.2.5. INSUMOS

“Son aquellos elementos sobre los cuales se efectuará el proceso de transformación para obtener el producto final” (Baca Urbina, 2010, p.102)

#### 2.3.2.6. ORGANIZACIÓN HUMANA

Para toda actividad organizada se plantea una división de trabajo y una coordinación de esas tareas para poder lograr el trabajo final. Esto nos lleva a distribuir, asignar y coordinar las tareas dentro de la organización. (Córdoba, 2011)

Consiste en una cuantificación y administración eficiente del personal que tomará las riendas del proyecto una vez que entre en operación, determinando también la naturaleza de la contratación de dicho personal, es decir si será interno o externo. (Baca Urbina, 2010)

#### 2.3.2.7. ORGANIZACIÓN JURÍDICA

“Es el andamiaje jurídico que regula las relaciones de los diferentes miembros de la organización, las cuales deben estar enmarcadas en la Constitución y la Ley.” (Córdoba, 2011, p. 165)

Se debe señalar que tanto la constitución como la mayoría de los códigos y reglamentos locales, regionales y nacionales, afectan de alguna manera sobre los proyectos y por lo tanto no deben dejarse a un lado ya que toda actividad empresarial se encuentra incorporada a determinado marco jurídico. No se debe olvidar que un proyecto por muy rentable que sea antes de ponerse en marcha debe acatar e incorporar las disposiciones jurídicas. (Baca Urbina, 2010)

### 2.3.3. ESTUDIO ECONÓMICO

Las variables del análisis económico pretenden determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores. (Baca Urbina, 2010)

#### 2.3.3.1. INGRESOS

Los ingresos son los resultados por ventas de producto o servicio que genera un proyecto debido a mejoras en los procesos o ampliación de estos. Los ingresos por venta de activos por ejemplo son cuando el proyecto involucra el reemplazo de alguno de los activos o por otro lado los ingresos por venta de material son los relacionados con la realización de los productos que el proyecto efectúa. (Chain, 2011).

#### 2.3.3.2. COSTOS FINANCIEROS

Son los intereses que se deben pagar en relación con el capital adquirido en el préstamo. A veces, estos costos están incluidos en los cargos generales y administrativos, pero lo correcto es registrarlos por separado, ya que los fondos prestados pueden tener usos muy diferentes. Variedad, no hay razón para subirlo a una región específica. (Baca Urbina, 2010).

#### 2.3.3.3 COSTOS TOTALES

Costo “es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado (costos hundidos), en el presente (inversión), en el futuro (costos futuros) o en forma virtual (costo de oportunidad)” (Baca Urbina, 2010)

Hay diferentes tipos de costos; costos operativos por servicio, estos están ligados al estudio técnico, que incluye: pagos de local, electricidad, mantenimiento, seguridad.

Los costos administrativos incluyen: pago de salario por el recurso humano, costos de marketing, que son gastos incurridos en la formulación de estrategias de publicidad, investigación y desarrollo de nuevos productos.

El costo tiene un impacto negativo en la variable dependiente porque el costo es mayor lo que significa un menor ingreso neto y, por lo tanto, una menor rentabilidad.

#### 2.3.3.4. INVERSIÓN INICIAL

De acuerdo con Baca Urbina (2010) consiste en la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”

Se refiere a la sumatoria del valor en moneda local de todos los bienes propiedad de la empresa adquiridos para iniciar operaciones. Los activos fijos se relacionan con los bienes necesarios para ejercer las actividades de los servicios, como ser el mobiliario, equipo, insumos, entre otros. Los activos diferidos se relacionan con los bienes necesarios para el funcionamiento del negocio, como ser el diseño, licencia de marcas, diversos contratos, la puesta en marcha, entre otros. (Baca Urbina, 2010)

#### 2.3.3.5. DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN

Baca Urbina (2010) relaciona el término depreciación con amortización mencionando que tiene exactamente la misma connotación ya que la depreciación solo se aplica al activo fijo, ya que con el uso los bienes valen menos, en otras palabras, se deprecia por el contrario en la amortización solo se aplica a los activos diferidos o intangibles. Debido a esto el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar la inversión.

#### 2.3.3.6 CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo, que contablemente se define como la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante, está representado por el capital adicional necesario para que funcione una empresa, es decir los medios financieros necesarios para la primera producción mientras se perciben ingresos. (Córdoba, 2011, p. 192)



### 2.3.3.7 COSTO CAPITAL

Todo proyecto o funcionamiento de una empresa requiere de una inversión inicial, misma que puede provenir de diferentes fuentes de ser necesario, personas naturales, jurídicas y cada uno de ellos tendrá un costo asociado a la participación del capital aportado, y la nueva empresa también tendrá un nuevo costo de capital propio. (Baca Urbina, 2010)

## 2.4. METODOLOGÍAS UTILIZADAS

### 2.4.1 ESTUDIO DE MERCADO

#### 2.4.1.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.

Es la cantidad de bienes y servicios que demanda el mercado para satisfacer una necesidad particular a un precio determinado. El objetivo principal del análisis de la demanda es identificar y medir las fuerzas que afectan la demanda del mercado por un bien o servicio, y determinar la probabilidad de que el producto del proyecto participe en la satisfacción de dicha demanda. (Baca Urbina, 2010).

La demanda se basa en una serie de factores como la demanda real de bienes o servicios, los precios, los niveles de ingresos de la población, etc., por lo que la investigación debe considerar información de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etc. (Baca Urbina, 2010).

Para identificar las necesidades, se utilizaron las herramientas de investigación de mercado mencionadas en otros lugares (principalmente investigación estadística e investigación de campo). (Baca Urbina, 2010).

#### 2.4.1.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA.

“Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.” (Baca Urbina, 2010).

Pretende determinar o medir las cantidades y condiciones en que la economía en general puede y requiere poner a disposición del mercado un bien o un servicio. (Baca Urbina, 2010).

Con las definiciones anteriores, podemos determinar que la disposición de los oferentes está sujeta a la demanda y otros factores económicos.

Es de suma importancia conocer los elementos cuantitativos y cualitativos que afectan la oferta; siguiendo básicamente requiere del mismo proceso en la investigación de la demanda, recabando información de diferentes fuentes, ya sea primarias, secundarias o de encuestas aplicadas.

Para realizar un análisis de la oferta es necesario contar la siguiente información:

1. Número de productores.
2. Localización.
3. Capacidad instalada y utilizada.
4. Calidad y precio de los productos.
5. Planes de expansión.
6. Inversión fija y número de trabajadores.

#### 2.4.1.3 ANÁLISIS DE PRECIOS

El análisis del precio es de suma importancia para poder determinar el valor que las personas están dispuestas a pagar por la adquisición de un bien o servicio en el mercado. (Baca Urbina, 2010).

Se debe de considerar una serie de elementos para determinar el precio.

Para determinar el precio de venta se debe de considerar los costos implicados en la generación del bien o servicio, tales como los costos de producción, administración, comercialización más un margen de ganancia adicional deseado.

También existen otros factores externos a tomar en cuenta, como las condiciones económicas del país, demanda potencial del bien o servicio, épocas o temporadas que se pueden aprovechar para aumentar los márgenes de ganancia, o, por lo contrario, épocas donde únicamente se pretenderá permanecer en el mercado a toda costa, sacrificando los márgenes de ganancia.

Es importante ser conscientes de los competidores existentes en el mercado al lanzar un nuevo producto o servicio, ya que la tendencia del competidor será bajar el precio para debilitar al nuevo competidor y sacarlo del mercado.

## 2.4.2 ESTUDIO TÉCNICO

### 2.4.2.1 ANALISIS DE CAPACIDADES

Pretende determinar la capacidad recursos y equipo de trabajo requerido, para brindar el servicio de leasing inmobiliario, incluyendo mobiliario y equipo de cómputo, internet, sistemas requeridos y área de trabajo. Para determinar dichas capacidades hay que valerse de literatura propia de cada aspecto a analizar, por ejemplo, para dimensionar o escoger el equipo de cómputo y sistemas se deben de revisar los parámetros de cada fabricante o proveedor del sistema.

### 2.4.2.2 DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN HUMANA.

Como etapa inicial de anteproyecto no se profundiza totalmente en el tema, sin embargo, al momento de previo de ejecución se recomienda el análisis a empresas especializadas considerando el tamaño de la empresa y su estructura organizacional.

Para la etapa de anteproyecto se considera una estructura mínima de recursos para la operatividad, como ser un coordinador operativo de leasing inmobiliario y dos asistentes administrativos, esto considerando que la implementación del proyecto se realizará dentro estructura organizativa con la que ya cuenta la cooperativa, que va desde el personal que atiende al público, empresas valuadores de inmuebles, departamento legal, departamento de riesgo, área de cumplimiento, control interno, departamento de auditoría, imagen y mercadeo, hasta los niveles más altos de la estructura organizacional.

### 2.4.2.3 DETERMINACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN JURIDICA

Para ello se deben analizar todas las normas, regulaciones y reglamentos vigentes sobre los cuales se rige la cooperativa, para la adecuada operatividad del leasing habitacional dentro del marco jurídico.

Toda institución debe acatar las disposiciones jurídicas que le rigen dentro del mercado, la parte administrativa, organizacional y los aspectos contables a adoptar.

## 2.4.3 ESTUDIO ECONÓMICO

### 2.4.3.1 INVERSIÓN INICIAL

De acuerdo a Córdoba (2011) aquí se debe realizar una adecuada presentación de la información financiera teniendo en cuenta la realización de un cómputo de los costos correspondientes a la inversión fija, la inversión diferida y al capital de trabajo necesario para la instalación y operación del proyecto.

Se refiere a la suma de todos los bienes adquiridos para iniciar operaciones y que son propiedad de la empresa, en donde los activos fijos se requieren para ejercer el servicio, tales como el mobiliario, el equipo de cómputo, papelería y útiles, entre otros; mientras que los activos diferidos van más relacionados al funcionamiento de la empresa, como ser las licencias, permisos operativos, contratos, diseño y distribución de las instalaciones.

Esta variable tiene una afectación directa en la tasa interna de rendimiento negativa, por lo tanto, a mayor inversión inicial mejor será la tasa interna de rendimiento.

### 2.4.3.2 BALANCE GENERAL

Según Baca Urbina (2010), el balance general representa todos los activos, que incluye todos los bienes, materiales o inmateriales; los pasivos, es decir, todas las obligaciones o deudas contraídas con terceros, y capital, que es la suma de la propiedad o dinero accionistas o propietarios directos.

Según Baca Urbina (2010), al formular un balance total para un proyecto, se recomienda hacer esto solo en el estado inicial del proyecto, ya que hay muchas condiciones futuras inciertas.

### 2.4.3.3 ESTADO DE RESULTADO

“Calcula la utilidad y los flujos netos de efectivo del proyecto” (Baca Urbina, 2010). La utilidad es un elemento de suma importancia, ya que este determina si los ingresos están superando los costos y gastos, cuando los costos o gastos superan los ingresos, se considera que hay una pérdida.

#### 2.4.3.4 INGRESOS

Toda empresa debe de medir sus ingresos, para poder cubrir sus costos y de esta manera poder determinar sus utilidades esperadas con suficientes ingresos.

Las ventas por servicio o arrendamientos constituyen la principal fuente de ingresos del producto de leasing inmobiliario, por lo tanto, la sostenibilidad del mismo depende en su totalidad de la generación de ingresos o flujos que pueda generar, para ello se debe de realizar la ecuación 1:

$$IT = PX \times QDX \quad (1)$$

En donde:

IT = Ingreso total

PX = Precio del servicio X en lempiras

QDX = Cantidad demandada del servicio X

Los ingresos impactan directamente de manera positiva en la tasa interna de retorno, por lo tanto, a mayores ingresos, representa mayores flujos de efectivo que contribuyen a incrementar la tasa.

#### 2.4.3.5 DETERMINACIÓN DE LA TMAR

La TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento) es la rentabilidad mínima que un inversionista espera obtener de una inversión, teniendo en cuenta los riesgos de la inversión y el costo de oportunidad de ejecutarla en lugar de otras inversiones. (Corvo, 2019)

La ecuación 2 se utiliza para el cálculo de la TMAR es:

TMAR= valor del proyecto + tasa de interés del préstamo + tasa de inflación esperada + cambios en la tasa de inflación + riesgo de incumplimiento del préstamo + riesgo del proyecto. (2)

#### 2.4.3.6 CAPITAL DE TRABAJO

Permite identificar la diferencia aritmética entre el activo y el pasivo circulantes; desde el punto de vista práctico, se representa por el capital adicional, ósea el que es distinto a la inversión

del activo fijo y el diferido con el que se debe de contar para el inicio de una empresa. (Baca Urbina, 2010)

#### 2.4.3.7 COSTO DE CAPITAL

Es el cálculo de los costos asociados al capital aportado, puede existir una mezcla de capitales aportados, entre ellos pueden encontrarse inversionistas, personas naturales o instituciones financieras. (Baca Urbina, 2010).

Para determinar el capital de trabajo se deben de sumar el monto de la inversión fija y la inversión diferida, porque este capital es necesario para iniciar operaciones, afectando de manera negativa la tasa interna de retorno.

#### 2.4.3.8 VALOR PRESENTE NETO

Utilizaremos el método de Valor presente neto para incorporar el valor del dinero en el tiempo de los flujos de efectivo netos del proyecto, con la finalidad de comparar entre flujos de efectivo en diferentes periodos a en el transcurso del tiempo. (Fundamentos de Negocio, 2004)

#### 2.4.3.9 TASA INTERNA DE RETORNO.

La TIR es la variable dependiente del estudio, la cual se evalúa utilizando las variables obtenidas en los tres estudios antes mencionados. Es uno de los métodos para evaluar la rentabilidad de las inversiones, tomando en cuenta el valor del dinero en el tiempo.

“Refleja la tasa de interés o de rentabilidad que el proyecto arrojará período a período durante toda su vida útil.” (Córdoba, 2011, p. 242)

## 2.5. INSTRUMENTOS

### 2.5.1 ESTUDIO DE MERCADO

Como primer paso en la evaluación del proyecto, se realiza el estudio de mercado, el cual cuantifica la demanda potencial insatisfecha del servicio en estudio.

Este consiste en realizar un estudio de mercado para analizar la oferta, demanda, los precios, costos y forma de comercialización del servicio que se pretende brindar. (Baca Urbina, 2010).

El estudio de mercado emplea encuestas o cuestionarios, como técnicas para los estudios cuantitativos, grupos focales y entrevistas para aspectos cualitativos. Hernández, Fernández, & Baptista, (2010) mencionan que cada instrumento de medición o recolección de datos deben de cumplir con requisitos de validez, objetividad y confiabilidad y estos no deben de analizarse de manera individual, considerando que la ausencia de uno de ellos, hace que el instrumento sea inútil al momento de realizar un buen estudio cuantitativo.

#### 2.5.1.1 ENCUESTA

Las encuestas son un método de investigación y recopilación de datos utilizado para obtener información de personas sobre diversos temas. Las encuestas tienen una variedad de propósitos y se pueden llevar a cabo de muchas maneras dependiendo de la metodología elegida y los objetivos que se deseen alcanzar. (QuestionPro, 2012)

Los datos suelen obtenerse mediante el uso de procedimientos estandarizados, esto con la finalidad de que cada persona encuestada responda a las preguntas en una igualdad de condiciones para evitar opiniones sesgadas que pudieran influir en el resultado de la investigación o estudio. (QuestionPro, 2012)

Una encuesta implica solicitar a las personas información a través de un cuestionario, este puede distribuirse en papel, aunque con la llegada de nuevas tecnologías es más común crear un cuestionario online y distribuirlo utilizando medios digitales como redes sociales, correo electrónico, códigos QR o URLs. (QuestionPro, 2012).

##### 2.5.1.1.1 CUESTIONARIO

Los cuestionarios son el instrumento de medición más utilizados para la recolección de datos y muy ampliamente utilizado en diferentes tipos de investigación, considerando que son muy versátiles, el cuestionario se puede definir como un conjunto de preguntas que responde a la medición de una o más variables, dentro de los tipos de preguntas podremos utilizar, preguntas abiertas o preguntas cerradas. (QuestionPro, 2012)

Las preguntas abiertas permiten que la persona encuestada responda a cualquier tipo de respuesta según sea la pregunta, siendo más difíciles de medir, mientras que las preguntas cerradas por su naturaleza son más fáciles de medir y analizar al ser previamente delimitadas a dos o más

opciones. Además, todo instrumento debe cumplir con tres requisitos: validez, confiabilidad y objetividad. (Baca Urbina, 2010)

## 2.5.2 ESTUDIO TÉCNICO

### 2.5.2.1 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Se debe de implementar dentro de la estructura organizacional el nuevo puesto de trabajo, de igual forma es la forma la asignación de sus funciones y responsabilidades que tiene que cumplir como miembro una empresa para alcanzar los objetivos propuestos.

### 2.5.2.2 CUMPLIMIENTO JURÍDICO

Se deben de establecer dentro de la cooperativa las normas y reglamentos interno registrarán el producto y la parte legal leasing inmobiliario habitacional o llamase también parte contractual.

## 2.5.2. ESTUDIO ECONÓMICO

Análisis económico de todas las condiciones de operación que previamente se determinaron en el estudio técnico. Esta parte trata, en resumen, de obtener todas las cifras necesarias para llevar a cabo la evaluación económica. (Baca Urbina, 2010).

### 2.5.2.1 PRESUPUESTO

Básicamente consiste en la elaboración de un documento o informe que detalle el costo que tendrá la adquisición de todos los insumos requeridos para la operatividad del nuevo producto que se desea implementar, incluyendo los costos de contratación de personal, mobiliario y equipo, sistemas, entre otros. (Sánchez & Coll, 2016).

### 2.5.2.2 INVERSIÓN INICIAL

Para determinar la inversión inicial utilizaremos la ecuación contable para calcular el ROI, el cual es la diferencia entre el ingreso y la inversión, dividida entre la inversión:

$$\text{ROI} = (\text{Ingreso} - \text{Inversión}) / \text{Inversión} \quad (3)$$

El resultado de la ecuación indica el retorno obtenido de la inversión inicial, y suele convertirse en porcentaje para un mejor análisis de este retorno.



### 2.5.2.3 COSTO DE CAPITAL

El valor final del costo de capital es una estimación, por lo que no obtendremos un valor exacto de su cálculo. (Software delsol, 2022)

Para determinar el costo de capital utilizaremos la ecuación 4:

$$K_e = R_f + \beta (E_m - R_f) \quad (4)$$

Donde:

$K_e$ : equivale al coste del capital.

$R_f$ : equivale a la tasa libre de riesgo.

$E_m$ : equivale al rendimiento esperado en el mercado.

La operación  $(E_m - R_f)$  equivale a la prima de riesgo del mercado.

$\beta$ : equivale al rendimiento del mercado.

### 2.5.2.4 FLUJOS PROYECTADOS

Se utilizará como instrumento la proyección de los flujos de efectivo para estimar la cantidad de dinero que percibir, durante un periodo de tiempo determinado,

Incluye todos los ingresos proyectados y los costos proyectados, así como las estimaciones de los plazos de pago. (Nubox, 2020).

Para la proyección de los flujos utilizaremos como herramienta Microsoft Excel.

### 2.5.2.5 PERIODO DE RECUPERACIÓN

Utilizaremos el periodo de recuperación para medir en cuánto tiempo se estima recuperar la inversión total de la inversión a valor presente, determinando en años y meses. (Esan Business School, 2022).

Para calcular el periodo de recuperación utilizaremos la ecuación 5:

$$\text{Período de recuperación de la inversión} = \text{Inversión inicial} / \text{Flujo de efectivo por período.} \quad (5)$$

### 2.5.2.6 VALOR PRESENTE NETO.

Para determinar el valor presente neto utilizaremos la ecuación contable que surge de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

Para lograrlo, se aplica una tasa de descuento para descontar el dinero en el futuro a su equivalente en el presente, a lo que se le denomina flujos descontados como se muestra en la ecuación 6

$$VPN = \sum_{t=1}^n \frac{FNE}{(1+i)^t} - InvN \quad (6)$$

Donde:

n = período de vida esperado del proyecto en años

t = año

FNE = Flujo neto de efectivo

i = tasa de descuento

InvN = Inversión neta

### 2.5.2.7 TASA INTERNA DE RETORNO

Para poder determinar la TIR debemos determinar el valor presente neto o valor actual.

(Baca Urbina, 2010) explica que “sumar los flujos descontados en el presente y restar la inversión inicial equivale a comparar todas las ganancias esperadas contra todos los desembolsos necesarios para producir esas ganancias, en términos de su valor equivalente en este momento o 38 tiempo cero” (p. 182).

La ecuación 7 representa la expresión para calcular la TIR para un proyecto con horizonte de duración de cinco años.

$$P = -\frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \frac{FNE_5 + VS}{(1+i)^5} \quad (7)$$

Donde:

P = Inversión inicial.

FNE = Flujo neto de efectivo.

i = TIR

VS = Valor de rescate.

## **2.6 MARCO LEGAL**

La Comisión Nacional de Bancos y Seguros, mediante RESOLUCIÓN No.031/15-01-2002 considera que el arrendamiento financiero constituye una modalidad operativa útil para apoyar a las actividades económicas y productivas, por tanto, en uso de sus atribuciones y con fundamento en lo prescrito en los Artículos 6 y 13 de la Ley de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros; y, 53 de la Ley de Instituciones del Sistema Financiero; en sesión del 15 de enero de 2002, resuelve: Facultar a las Sociedades Financieras autorizadas a efectuar operaciones de arrendamiento financiero, entendido como tal, el contrato mercantil que tiene por objeto dar en arrendamiento bienes en general adquiridos a terceros por una entidad del sistema financiero autorizado, mediante el pago de una renta o cuotas periódicas y con opción a favor del arrendatario de comprar dichos bienes por un valor pactado. (Comisión Nacional de Bancos y Seguros, 2014).

El Código de Comercio Artículo 748 sobre arrendamiento financiero:

El que incumple los acuerdos pactados en un contrato de arrendamiento podrá ser requerido por la contraparte para que cumpla su obligación dentro de un plazo conveniente, no inferior a 92 quince días, a no ser que la naturaleza del contrato, los usos o el pacto permitan un plazo menor. Transcurrido el plazo sin que el contrato haya sido cumplido, éste quedará resuelto, sin más, de pleno derecho. Este precepto no se aplicará cuando el incumplimiento de una parte sea de poca importancia teniendo en cuenta el interés de la otra. (Código de Comercio Honduras, 2022)

### **2.6.1 ESTRUCTURA DEL CONTRATO DE LEASING INMOBILIARIO**

La estructura del contrato de leasing la podemos determinar de la siguiente manera:

Partes: En el contrato de leasing inmobiliario intervienen tres partes: la entidad leasing, el usuario o arrendatario y el proveedor.

Entidad leasing o dadora del leasing: Es una institución financiera ósea un establecimiento bancario o una sociedad constituida de acuerdo con las reglas y condiciones que establece las regulaciones por ley, su principal objeto social es la celebración de operaciones de leasing o arrendamiento financiero que se puede resumir como la entidad que suministra los fondos necesarios para la adquisición de inmuebles que desea obtener y donde es cedido el uso y el goce al usuario con diferentes objetivos. (Zuniga, 2007).

La naturaleza de esta entidad es de financiación comercial y en todo caso, tiene limitaciones a la captación de activos del público en forma masiva para prestar sus servicios.

Las primeras empresas que optaron por el contrato de leasing tuvieron como referencia legal el Código de Comercio, y se constituyeron como sociedades anónimas y por ende tuvieron el control y vigilancia de la Superintendencia de Sociedades, en la actualidad las entidades dadoras de leasing acuden a diversas normas legales para su regulación (Zuniga, 2007).

Usuario, beneficiario, locatario o arrendatario: Es la persona natural o jurídica que para desarrollar una actividad productiva, toma la calidad de tenedor (uso y goce) de un inmueble que él mismo escoge o determina previamente y el cual será dado por la empresa leasing siempre y cuando le sea aprobado su crédito donde se verifica la solvencia económica, obligándose éste a pagar una suma periódica, en este sentido, el contrato de leasing es celebrado intuito persona y el error en el 23 usuario puede generar una nulidad relativa. Este es quien tiene la opción de compra por el valor residual una vez expirado el término del contrato (Zuniga, 2007).

Proveedor: Se considera como la parte secundaria frente a la relación principal donde se encuentra la sociedad leasing y el usuario, ya que este es una persona natural o jurídica propietario del inmueble seleccionado previamente por el usuario beneficiario y que a través de un contrato de compraventa es transferido a la empresa dadora del leasing (Zuniga, 2007).

## 2.6.2 FORMA DE TERMINACIÓN DEL LEASING INMOBILIARIO

Al término del contrato el arrendador puede decidir entre diferentes opciones como lo muestran las siguientes:

Ejercer la opción de compra: Pagando por el bien un porcentaje del valor original, que desde el inicio se puede convenir, siempre y cuando la cantidad que resulte sea inferior al valor del mercado del bien, al momento de ejercerla, (Taipe, 2020).

Participar en el producto de la venta del bien arrendado: La arrendadora pondrá a la venta el bien objeto del arrendamiento y le entregará al arrendatario un porcentaje (que fijarán las partes de común acuerdo) de la cantidad que se obtenga, (Taipe, 2020).

Renovar el contrato con un monto menor de rentas: Es decir, prolongar el tiempo del contrato, disminuyendo el importe de las rentas que hasta esa fecha el arrendador venía pagando, (Taipe, 2020).

## CAPÍTULO III. METODOLOGÍAS

A continuación, se expone la metodología que se llevará a cabo en la investigación, especificando técnicas y procedimientos para el tratamiento de variables.

### 3.1 CONGRUENCIAS METODOLÓGICA

En esta sección se muestra la congruencia entre las variables, las teorías de sustento y el planteamiento del problema. En la tabla 2 se presenta la matriz metodológica como herramienta que facilita el resumen de la investigación y validación congruente del proceso de investigación.

#### 3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

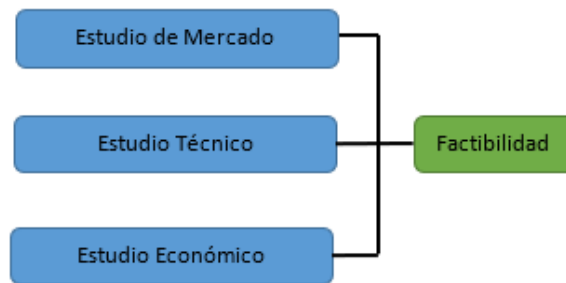
**Tabla 2. Matriz Metodológica.**

Titulo	Problema	Preguntas de Investigación	Objetivos		Variables	
			General	Específicos	Independientes	Dependientes
Prefactibilidad de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de Cooperativa ELGA.	¿Es factible incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de Cooperativa ELGA?	¿Cuál es el mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA?	Determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA por medio de análisis financieros y estudio de mercado para brindar una nueva opción de adquisición de vivienda dentro del mercado nacional.	Determinar el mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA.	Demanda	Factibilidad
		¿Cuáles son las posibles condiciones administrativas y legales que requiere la cooperativa ELGA para que esta pueda implementar dentro de su portafolio el leasing habitacional?		Indicar las condiciones administrativas y legal que requiere la cooperativa ELGA para que esta pueda implementar el leasing habitacional dentro de su portafolio	Oferta	
		¿Cuál es la diferencia entre un crédito hipotecario y un leasing habitacional?		Analizar la diferencia entre un crédito hipotecario y un leasing habitacional.	Servicio	
		¿Cuál será la aceptación de la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA mediante encuestas?		Determinar la aceptación de la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA mediante encuestas.	Precio	
		¿Cuál es la proyección financiera del leasing habitacional mediante análisis de la TIR?		Establecer las proyecciones financieras del leasing habitacional mediante análisis de la TIR.	Comercialización	
				Tamaño		
				Localización		
				Equipo		
				Procesos		
				Insumos		
				Organización Humana		
				Organización Jurídica		
				Ingresos		
				Costos Financieros		
				Costos Totales		
				Inversión Inicial		
				Depreciación		
				Amortización		
				Capital de Trabajo		
				Costo Capital		

#### 3.1.2 ESQUEMA DE LAS VARIABLES DE ESTUDIO

En esta sección se presenta la relación entre las variables independientes y la variable dependiente obtenidas en la revisión de la literatura existente acerca de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio económico, que hacen posible el análisis de la prefactibilidad.

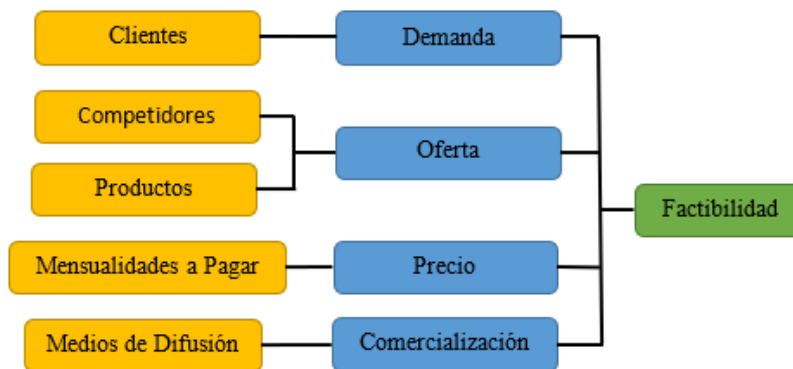
La variable dependiente es la Factibilidad, la cual nos ayudara a determinar la rentabilidad del estudio de investigación, está a su vez, es afectada por las variables independientes de los estudios mencionados en el párrafo anterior y que se muestran en la figura 13.



**Figura 13. Diagrama de los estudios que afectan la variable dependiente.**

Fuente: Elaboración Propia

El diagrama de la figura 14 muestra la agrupación de las variables independientes que se analizan en el estudio de mercado y las dimensiones que éstas abarcan.



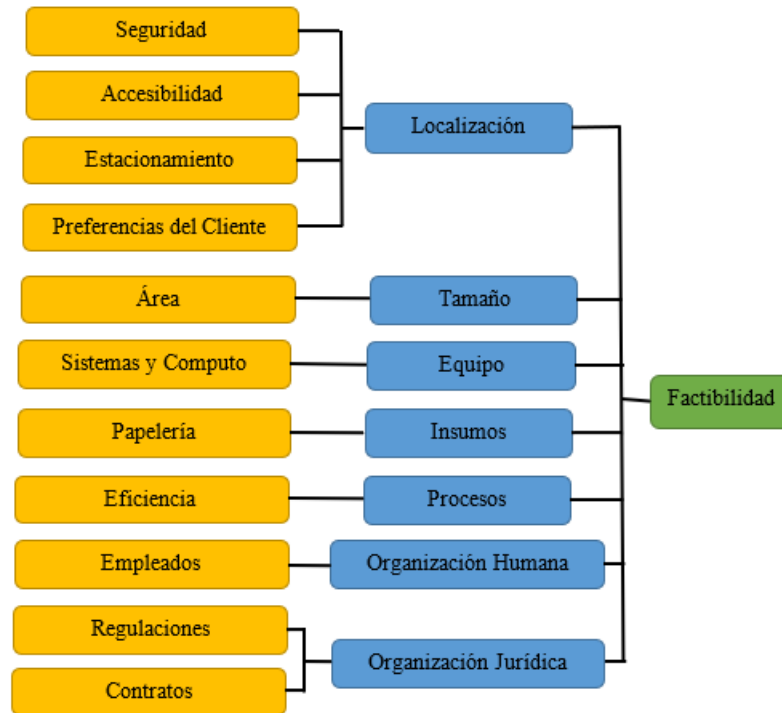
**Figura 14. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio de mercado.**

Fuente: Elaboración propia.

En la demanda se pretende obtener la cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita, en busca de la satisfacción de una necesidad específica a un valor determinado.

Se analiza la competencia del mercado y sus productos, ya sean complementarios o sustitutos al bien o servicio que los oferentes ponen a disposición a un valor determinado.

La figura 15 muestra el diagrama de relación entre la variable dependiente y las variables independientes del estudio técnico con sus respectivas dimensiones.



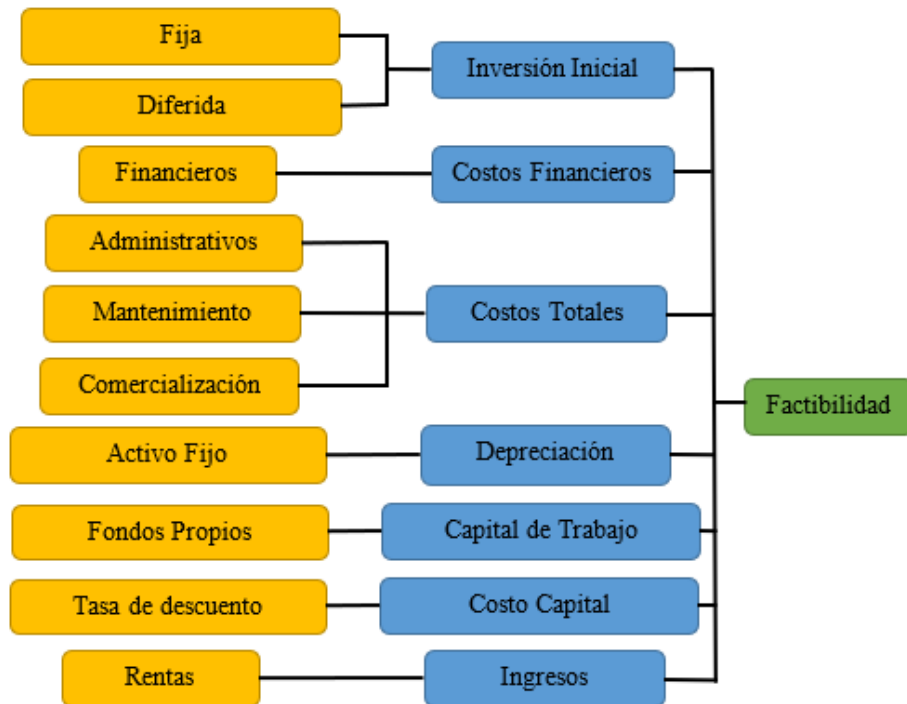
**Figura 15. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio técnico.**

Fuente: Elaboración propia.

En la Figura 16 se muestra el diagrama de la relación entre la variable dependiente y las variables independientes del estudio económico, con sus respectivas dimensiones, de esta manera se agrupa la fase final del estudio de factibilidad, dado que proporciona la información económica y financiera necesaria para determinar si la tasa interna de retorno es mayor al costo o rendimientos financiero de la inversión.

En esta sección se resume toda la información de los estudios anteriores, desde el punto de vista de los rendimientos.





**Figura 16. Diagrama de las variables y dimensiones del estudio económico.**

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.3 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

En la tabla 3 se muestra el resumen de la operacionalización de las variables del estudio con sus respectivas dimensiones, indicadores, preguntas, respuestas y las escalas técnicas de medición.

**Tabla 3. Operacionalización de las variables.**

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuestas	Escala	Técnica	
	Conceptual	Operacional							
Estudio de Mercado	Demanda	Cantidad de bienes o servicios que el mercado requiere o solicita, en busca de la satisfacción de una necesidad específica a un valor determinado.	Cantidad de personas dispuestas a optar por el producto.	Cientes	Cantidad de Clientes	¿Tiene interes de adquirir su vivienda por medio de leasing?	Si / No	Nominal	Encuesta
	Oferta	Es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.	Cantidad de Instituciones que ofrecen préstamos hipotecarios	Competidores	Cantidad de competidores	¿Cuántas instituciones financieras ofrece préstamos hipotecarios?	1-3 instituciones 4-7 instituciones 8-10 instituciones mas de 10	Intervalo	Encuesta
				Productos Sustitutos	Cantidad de productos sustitutos	¿Cuántos productos sustitutos al leasing existen en el mercado?	1 Producto 2 Productos 3 Productos mas de 3 productos	Intervalo	Encuesta
	Precio	Es la cantidad monetaria a la cual los consumidores están dispuestos pagar por un bien o servicio	Precio que los clientes estarían dispuestos a pagar mensualmente por producto o servicio de leasing.	Mensualidades a pagar	Lempiras	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por arrendamiento de vivienda?	de L. 3mil a 5mil de 6mil a 9mil de 10mil a 12mil mas de 12Mil	Intervalo	Encuesta
	Comercialización	Actividad que permite a la institución hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar.	Medios para promocionar el servicio y recibir los pagos, de la forma que más le convenga al cliente.	Medios de Difusión	Tiempo de Uso	¿Por qué medios le gustaría recibir información sobre el producto?	1. Redes sociales 2. Televisión 3. Radio 4. Correo electrónico 5. Prensa 6. Publicidad exterior 7. Otros	Nominal	Encuesta

Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuestas	Escala	Técnica
	Conceptual	Operacional						
Localización	La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo	Ubicación idónea de las viviendas a arrendar	Seguridad	Tasa (%) de seguridad	¿Cuál es la localización idónea de las viviendas en arrendamiento?	a). Colonia clase baja. B). Colonia clase media. C) Colonia clase alta.	Ordinal	Análisis Multicrítico
			Accesibilidad	Condición vial				Análisis Multicrítico
			Estacionamiento	Número de estacionamientos				Análisis Multicrítico
			Preferencia del Cliente	Nivel de Interés				Encuesta
Tamaño	Área física que contiene la capacidad instalada.	Tamaño necesario para alojar las operaciones necesarias de la forma más óptima	Área	m2	¿Cuál es el tamaño necesario del área para operar de forma óptima?	Tamaño óptimo necesario	Razón	Análisis de Capacidades
Equipo	Conjunto de maquinaria e instalaciones necesarias para realizar los procesos.	Selección de sistemas y equipos tecnológicos	Sistemas y Cómputo	Mbps	¿Qué equipo se requiere para para ofrecer el servicio de leasing?	Politécnica	Nominal	Análisis de Capacidades
Procesos	Conjunto de operaciones que realizan el personal y el equipo de cómputo para brindar un servicio.	Tiempo que demora un proceso en cumplir con un servicio solicitado.	Eficiencia	Servicios	¿Cuál es el proceso de adquisición servicio de leasing?	Continua	Razón	Teórica fundamentada
Organización Humana	Consiste en una cuantificación y administración eficiente del personal que tomará las riendas del proyecto una vez que entre en operación, determinando también la naturaleza de la contratación de dicho personal, es decir si será interno o externo	Personal encargado del producto leasing	Empleados	Cantidad de empleados	¿Cuál es la cantidad de empleados necesarios para la operación del producto leasing?	Cantidad de empleados	Discreta	Análisis de Capacidades
Organización Jurídica	En toda nación existe una constitución o su equivalente que rige los actos tanto del gobierno en el poder como de las instituciones y los individuos	Cumplimiento de leyes que regulan la actividad y procesos	Regulaciones	Grado de Cumplimiento	¿Qué regulaciones se deben cumplir para la puesta en marcha del contrato de leasing habitacional?	Dicotómicas	Dicotónica	Teórica fundamentada
			Contratos					Teórica fundamentada

	Variable Independiente	Definición		Dimensión	Indicador	Preguntas	Respuestas	Escala	Técnica
		Conceptual	Operacional						
Estudio Económico	Ingresos	Cantidad monetaria total que se recibe por la prestación de servicios	(Cantidad demandada) X (Precio del servicio)	Rentas por viviendas	Lempiras / Mes	¿Cuántos son los ingresos proyectados por concepto de arrendamiento?	Continua	Razón	Teoría fundamentada
	Costos Financieros	Son todos aquellos en los que incurre una empresa como consecuencia del uso de capitales puestos a su disposición por terceras personas.	Tasa promedio de inversiones pasivas	Financieros	Lempiras / Mes		Continua	Razón	Teoría fundamentada
	Inversión Inicial	Consiste en la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la	Se refiere a la sumatoria del valor en moneda local de todos los bienes	Fija	Lempiras	¿cuánto es la inversión inicial estimada?	Valor de inversión en Lempiras	Continua	Presupuesto
				Diferida	Lempiras		Valor de inversión en Lempiras	Continua	Análisis Económico
	Costos Totales	Desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma	Costos administrativos + Costos de producción + Costos de venta + Costos financieros	Administrativos	Lempiras / Mes	¿Cuántos son los egresos proyectados?	Continua	Razón	Teoría fundamentada
				Mantenimiento	Lempiras / Mes		Continua	Razón	Teoría fundamentada
Comercialización				Lempiras / Mes	Continua		Razón	Teoría fundamentada	
Depreciación	Valor monetario que pierden los activos fijos en el tiempo debido a su uso.	Pérdida de valor de los activos	Activo Fijo	Lempiras / Año	¿Cuánto es el monto de las depreciaciones?	Continua	Razón	Teoría fundamentada	
Costo de Capital	Costo asociado al capital que se aporte.	Tasa con que se descontará a valor actual neto (VAN)	Fondos Propios	(Tasa) x (% de participación)	¿Cuál es el costo de capital propio aportado?	Costo ponderado	Razón	Análisis Económico	
Variable Dependiente	Factibilidad	Tasa de descuento que hace que Valor Actual Neto sea cero	Es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial	TIR	Tasa de Rendimiento	¿Cuál es la tasa interna de rendimiento?	Porcentaje del indicador de Rendimiento	Razón	Análisis Económico

Fuente: Elaboración propia.

### 3.1.4 HIPÓTESIS

Hernández Sampieri (2014) afirma:

Las hipótesis son las guías de una investigación o estudio. Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado. Se derivan de la teoría existente y deben formularse a manera de proposiciones. De hecho, son respuestas provisionales a las preguntas de investigación. (p.104)

La pregunta de investigación general y el objetivo general de nuestro estudio de investigación están definidos de la siguiente manera respectivamente:

¿Es factible incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de Cooperativa ELGA?

Determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA.

A continuación, se plantean la hipótesis de investigación (Hi) y la hipótesis nula (Ho):

Hi: Incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA, genera una tasa interna de rendimiento que supera el costo capital.

Ho: Incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA no generará una tasa interna de rendimiento que supera el costo capital.

## 3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

Para esta investigación se ha determinado utilizar un enfoque mixto ya que es que mejor se adapta al proceso de investigación y no ayuda a tener una visión más amplia y profunda del objeto en estudio. Se realizan procesos que van orientados al análisis de la literatura, observación del comportamiento del mercado potencial, análisis de resultados. Con la recolección de los datos tanto cuantitativos y cualitativos sirven para inferir y generar mayor entendimiento sobre lo que se desea investigar.

Se usa el enfoque cualitativo debido a que nos lleva a desarrollar preguntas e hipótesis antes, durante o después de la recolección de y análisis de datos. El enfoque cualitativo nos lleva a

determinar cuáles son las posibles características de los individuos que se someterán al proceso de investigación para posteriormente poder emplear el enfoque cuantitativo.

El enfoque cualitativo que se usará es del tipo teoría fundamentada ya que utilizaremos los datos obtenidos para tomarlos como base para la elaboración de la teoría que servirá de sustento para la investigación es decir la teoría se realizará a partir de la idea de realidad que tienen las personas objeto de la investigación. (Salas, 2019)

El enfoque cuantitativo da una idea que va reduciéndose y una vez delimitada se plantean objetivos y preguntas de investigación, posteriormente se revisa la literatura asociada al tema de investigación y se construye un marco o una perspectiva teórica. De las preguntas de investigación formulamos hipótesis y determinamos las variables de estudio, se miden y se analizan utilizando métodos estadísticos y se extraen las conclusiones respecto a la hipótesis planteada. (Hernández Sampieri, 2014).

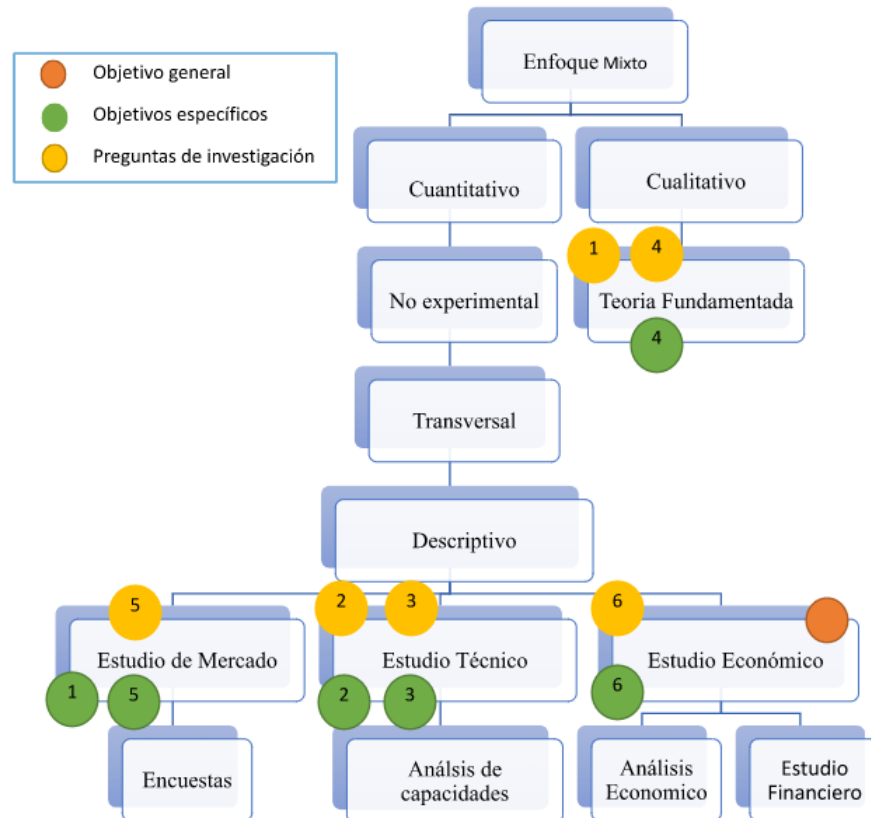
El diseño de la investigación es del tipo no experimental debido a que no se manipulan las variables en estudio, simplemente nos limitamos a observar los hechos tal y como ocurren en su ambiente natural a diferencia del diseño de investigación experimental, donde existe la manipulación intencional de una o más variables independientes por parte del investigador.

El tipo de diseño no experimental es transversal debido a que la recolección de datos para el tema de investigación se hace en un solo momento y en un tiempo único. El uso de las encuestas en un indicativo del diseño transversal.

La investigación tiene un alcance descriptivo ya que se busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, adjetivos o cualquier otro fenómeno que se someta al análisis. (Hernández Sampieri, 2014). La meta del presente trabajo de investigación es describir o mostrar el comportamiento de la población en estudio al brindar un nuevo servicio de financiamiento dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA.

Para este estudio se utilizará una muestra no probabilística debido a que los sujetos encuestados no tendrán la misma probabilidad de ser seleccionados para el estudio. La selección dependerá de aquellos sujetos que cumplan con las dimensiones de la brecha en estudio en el enunciado del problema. El muestreo no probabilístico será por conveniencia ya que es la técnica de muestreo no probabilística más común, debido a su facilidad de disponibilidad de la muestra.

En la figura 17 se muestra el enfoque, tipo de estudio, su diseño y alcance con las respectivas técnicas utilizadas.



**Figura 17. Diseño del esquema metodológico**

Fuente: Elaboración propia

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Con el fin de responder al planteamiento del problema se debe realizar un diseño de investigación el cual se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se requiere para responder el planteamiento del problema. (Hernández Sampieri, 2014).

En la Tabla 4 se muestra el plan a seguir para la recolección de información y su análisis.

**Tabla 4. Plan estratégico de la investigación**

Estrategia	Actividades	Recursos		Tiempo de Ejecución	Responsables
		Humanos	Materiales		
Prueba Piloto	1. Elaborar encuesta piloto.	2 personas	Computadora: Uso de Google Forms	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
	2. Revisión de encuesta piloto.	2 personas	Computadora	30 min	Asesor Metodológico y Asesor Temático
	3. Aplicación de encuesta piloto.	2 persona	Computadora encuesta en línea mediante redes sociales utilizando Google Forms	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
	4. corrección de encuesta piloto aplicada.	2 personas	Computadora	1 hora	Dennis Elvir y Josué Flores
	5. verificación de validez.	2 personas	Computadora: uso de programa SPSS	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
Aplicación de encuesta definitiva y tabulación de datos para posterior análisis financiero	1. Elaboración de encuesta definitiva	2 personas	Computadora: Uso de Google Forms	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
	2. Aplicación de la encuesta	2 personas	Computadora encuesta en línea mediante redes sociales utilizando Google Forms	10 días	Dennis Elvir y Josué Flores
	3. Recolección y Tabulación de datos	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel y Google Forms	5 días	Dennis Elvir y Josué Flores
Interpretación de los datos	Elaboración de gráficos resultados de la encuesta.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel y Google Forms	3 días	Dennis Elvir y Josué Flores
Análisis estadístico de la demanda	Inferencia de resultados obtenidos	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	2 día	Dennis Elvir y Josué Flores
Estimación de la inversión Inicial	Cotización de Insumo o bienes.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	2 días	Dennis Elvir y Josué Flores
Proyección de Flujos de efectivo.	Estimaciones de ingresos y egresos por servicio.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	2 días	Dennis Elvir y Josué Flores
Determinación de la TMAR	Revisión de la TMAR actual proporcionada por Cooperativa ELGA	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
Cálculo del VPN	Aplicación de la ecuación contable.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
Cálculo de la TIR	Aplicación de la ecuación contable.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores
Comparación de la TIR y la TMAR	Análisis comparativo para la prueba de hipótesis.	2 personas	Computadora: uso de programa Microsoft Excel	1 día	Dennis Elvir y Josué Flores

Fuente: Elaboración propia

### 3.3.1 POBLACIÓN

Hernández Sampieri (2014) afirma:

“Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones”

La deficiencia que generalmente presentan los trabajos de investigación es que no muestran claramente las características de la población a estudiar. Un método efectivo para mostrar claramente las características de la población es definir sus límites los cuales no solo depende del



objetivo de investigación, sino que también de otras razones prácticas. La calidad de un trabajo de investigación depende de delimitar claramente la población. Además de ello la población debe situarse claramente por sus características de contenido y lugar. (Hernández Sampieri, 2014).

Para poder determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA describiremos a continuación en la tabla 5 las características y la delimitación de la población:

**Tabla 5. Descripción de población meta**

CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
LUGAR	Tegucigalpa Honduras
IDENTIFICADOR	Personas que residen en la ciudad de Tegucigalpa con niveles socioeconómicos medio.
UNIDAD DE MUESTREO	Personas que alquilan vivienda o que estan en busca de una propia
TIEMPO	Perido que se tardara en realizar las enuceastas (15 días)

Fuente: Elaboración propia

La tabla 6 muestra la cantidad total de personas en el Distrito Central mayores de 21 años de acuerdo a datos proporcionados por el Instituto Nacional de Estadística (INE) el cual es la cantidad de personas dentro de nuestra población que forman nuestra unidad de muestreo.

**Tabla 6. Personas en el Distrito Central de 21-84 años.**

	Rango de Edad	Año 2021		Rango de Edad	Año 2021		Rango de Edad	Año 2021
<b>Hombres</b>	21 - 24	5,684	<b>Mujeres</b>	21 - 24	6,017	<b>Total</b>	21 - 24	11,701
	25 - 29	5,614		25 - 29	5,774		25 - 29	11,388
	30 - 34	5,085		30 - 34	5,401		30 - 34	10,485
	35 - 39	4,160		35 - 39	4,489		35 - 39	8,649
	40 - 44	3,455		40 - 44	3,770		40 - 44	7,225
	45 - 49	2,835		45 - 49	2,933		45 - 49	5,768
	50 - 54	2,222		50 - 54	2,378		50 - 54	4,599
	55 - 59	1,632		55 - 59	1,887		55 - 59	3,519
	60 - 64	1,398		60 - 64	1,429		60 - 64	2,828
	65 - 69	939		65 - 69	1,080		65 - 69	2,018
	70 - 74	715		70 - 74	772		70 - 74	1,488
	75 - 79	477		75 - 79	557		75 - 79	1,034
	80 - 84	509		80 - 84	655		80 - 84	1,164
<b>Total</b>	<b>34,726</b>		<b>Total</b>	<b>37,142</b>		<b>Total</b>	<b>71,868</b>	

Fuente: (INE,2021).

INE (2021) muestra que nuestra población en estudio está delimitada dentro de los 71,868 habitantes en la ciudad de Tegucigalpa comprendidos en el rango de edad de 21 a 84 años los cuales servirán de referencia para considerar la muestra de la investigación.

### 3.3.2 MUESTRA

La muestra se toma de un subgrupo de la población dicho de otra manera es un subconjunto de elementos que es parte de ese conjunto definido en sus características al que llamamos población. (Hernández Sampieri, 2014).

Para el objeto de estudio de nuestra investigación, nuestra muestra es no probabilística debido a que la elección de los sujetos de estudio no depende de la probabilidad, sino de causas relacionadas con las características de la investigación. (Hernández Sampieri, 2014).

De todos los sujetos de nuestra población sólo haremos uso de aquellos sujetos que estén relacionados con nuestro planteamiento de estudio, del diseño de la investigación y de la contribución de lo que se piensa hacer.

Nuestro estudio de muestreo será aplicado por conveniencia a aquellos sujetos alrededor de los investigadores a los cuales se tiene acceso para comenzar con la recolección de datos.

Para calcular el tamaño de la muestra (n) la cual parte de una población finita y conocida se utiliza la siguiente ecuación 8:

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{E^2 * (N - 1) + Z^2 * p * q} \quad (8)$$

Donde:

N=Población

Z=Distribución normalizada

p=proporción de aceptación

q=proporción de rechazo

E=porcentaje de error

En la Tabla 7 se especifica el valor de cada una de las variables de la ecuación 8 para poder encontrar el tamaño de la muestra de acuerdo a la población en estudio.

**Tabla 7. Cálculo de la muestra**

<b>Termino</b>	<b>Valor</b>
Población (N)	71,868
Distribución Normalizada (Z)	1.96
Proporción de aceptación (p)	0.5
Proporción de rechazo (q)	0.5
Error deseado (E)	0.05
Muestra (n)	383

Fuente: elaboración propia

El resultado obtenido es de 383 personas que se deben encuestar en la ciudad de Tegucigalpa para lograr un nivel de confianza de 95% en los datos obtenidos.

Al realizar el cálculo de confiabilidad mediante Alfa de Cronbach, después de realizar la prueba piloto se obtuvo un valor de 0.75 de confiabilidad la cual se puede considerar como excelente para poder aplicar la encuesta definitiva. (Ver anexo 3)

### 3.3.2.1 UNIDAD DE ANÁLISIS

La unidad de análisis se centra sobre “qué o quiénes” se recolectan los datos, es decir los participantes, objetos, sucesos o colectividades de estudio los cuales dependen del planteamiento y los alcances de la investigación. Por lo tanto, para determinar una muestra, lo primero que se debe definir es la unidad de análisis, dicho de otra forma, es definir si se trata de individuos, organizaciones, comunidades, etc. (Hernández Sampieri, 2014).

Para determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA la unidad de análisis se tomará individuos con capacidades económicas media y baja que alquilan o quieren tener acceso a una vivienda en la ciudad de Tegucigalpa.

### 3.3.2.2 UNIDAD DE RESPUESTA

Son los datos que se obtendrán de la unidad de análisis los cuales están conformados por conteo o cantidades los cuales no ayudará a determinar si existe un mercado interesado en adquirir

el producto de leasing habitacional. Se espera tener una unidad de respuesta por parte de la muestra como ser, rango de edad de los encuestados, cantidad de personas que tienen vivienda, alquilan vivienda, no tienen vivienda propia, nivel económico, rango de costo de alquiler, intención de adquirir el producto, etc. Todas estas unidades de respuestas no ayudan a determinar que existe un mercado interesado en adquirir el producto de leasing habitacional para posteriormente proceder a realizar las posibles proyecciones financieras mediante el cálculo de la TIR y determinar la prefactibilidad de este.

### 3.3.3. TÉCNICAS DE MUESTREO

La técnica de muestreo será no probabilística por conveniencia ya que la muestra se tomará de aquellos individuos cercanos a los investigadores y que se les puede abordar de forma rápida y sencilla, cómo ser amigos y familiares a las estos ayudarán a abordar a sus conocidos. Una vez realizada la recolección de datos no todos tendrán la misma posibilidad de ser seleccionados solamente serán seleccionados aquellos que cumplan con los objetivos del estudio es por ello que se el muestreo es no probabilístico.

## 3.4. TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Como instrumento utilizado para la investigación, se utiliza el estudio de factibilidad, considerando el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico financiero, siguiendo los lineamientos del libro de Evaluación de Proyectos, Sexta edición de Gabriel Baca Urbina.

### 3.4.2 INSTRUMENTOS

Los instrumentos de medición se refieren a cualquier recurso o material del que dispone el investigador para registrar la información recopilada de los elementos de la población y los datos sobre la variable independiente objeto de estudio. Para respaldar la confiabilidad de la información, se requiere que cumplan con tres requisitos básicos de confiabilidad, validez y objetividad.

#### 3.4.2.1 TIPOS DE INSTRUMENTOS

Como instrumentos principales de recolección y medición de datos a utilizar en el desarrollo de la investigación son los siguientes:

1. Cuestionario: En la presente investigación se utiliza el cuestionario como instrumento para registrar la información de la muestra obtenida de la población de Tegucigalpa D.C. por medio de una serie de preguntas relacionadas con nuestras variables de estudio, dichas preguntas pueden ser abiertas o cerradas, siendo estas últimas las más fáciles de tabular y analizar al ser previamente delimitadas por el investigador.
2. Flujo de efectivo: Se utilizará Microsoft Excel para elaborar plantillas para el modelo financiero, esta es una de las herramientas más utilizadas por su versatilidad. Una plantilla de flujos de efectivo ayuda a incorporar y manejar los datos de las variables financieras que se medirán y servirán para calcular indicadores de rentabilidad como Valor Presente Neto (VPN) y Tasa Interna de Rendimiento (TIR).

#### 3.4.2.2. PROCESO DE VALIDACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

Consiste en la elaboración de un cuestionario con las preguntas necesarias para medir las variables del estudio, dicha encuesta se somete a una revisión de tres expertos para medir su confiabilidad y obtener los resultados que permitan validar o refutar el instrumento, de ser necesario se realizarán los ajustes requeridos, de lo contrario se procede a aplicar la encuesta al total de la muestra.

#### 3.4.3 TÉCNICAS

Las técnicas de recopilación de datos están estrechamente relacionadas con las herramientas de medición. A diferencia de las herramientas que especifican dónde se registran los datos, estas tecnologías se refieren a los diferentes tipos, formas o estrategias que se utilizarán para recopilar datos.

1. Encuesta: se aplicará una encuesta a un número reducido de personas de Tegucigalpa, para validar su aplicabilidad, luego se realizará el levantamiento de los datos de manera digital, utilizando Google Forms por medio de formularios, que se distribuirán de manera electrónica por los diferentes canales de comunicación al usuario objeto de estudio, una vez recopilada la información se tabularon para realizar los diferentes análisis estadísticos requeridos en la investigación, haciendo uso de Microsoft Excel y Google Forms según sea necesario.

2. Muestreo: como tipo de técnica se utilizará el muestreo no probabilístico por conveniencia, ya que no todos los elementos de la población son sujetos de estudio, y la elección de los elementos va dirigida a las condiciones que permiten realizar el muestreo (acceso, disponibilidad, conveniencia, etc.).
3. Métodos de valor del dinero en el tiempo: para medir la rentabilidad del proyecto, se realizará la ecuación contable del Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Rendimiento (TIR). El VPN nos permitirá tener los flujos netos de efectivo requeridos para realizar el estudio económico del proyecto. La TIR nos indicará si es rentable realizar la inversión comparándola con la TMAR y de esta manera, comprobar la hipótesis planteada del problema de estudio.

### **3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN**

Toda la literatura analizada de donde se ha extraído la información para analizarla se convierte en fuente de información las cuales ayudan a realizar el estudio de investigación. Para el proyecto de prefactibilidad del leasing habitacional dentro del portafolios de productos de la cooperativa ELGA se detallan las fuentes primarias y secundarias.

#### **3.5.1 FUENTES PRIMARIAS**

Las fuentes de información primaria es toda aquella información de primera mano. Las fuentes de información de primera mano utilizadas en esta investigación son:

1. Encuestas a realizar para toma de decisiones
2. Datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadística (INE)
3. Datos proporcionados por la cooperativa ELGA.

#### **3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS**

Las fuentes secundarias o de segunda mano son aquellas que ya fueron analizadas por otros autores de una fuente primaria. Las principales fuentes de información de segunda mano utilizadas en esta investigación son:

1. Tesis: “Marco legal para la implementación del leasing habitacional en la Mutuales de ahorro y préstamo para la vivienda” - Miguel Ángel Sejas Oliver.

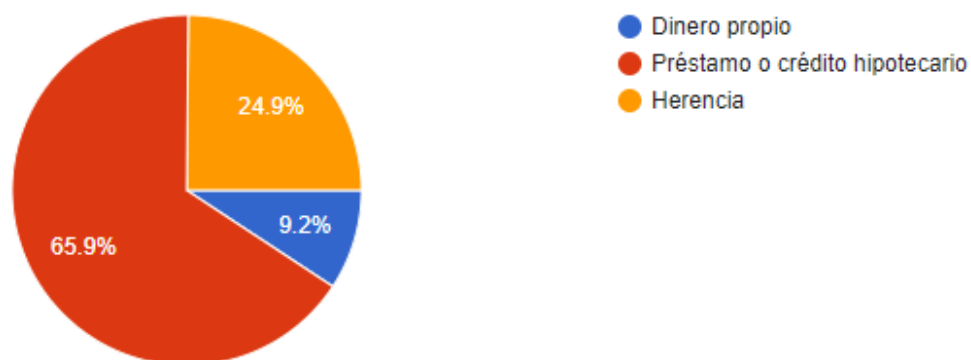
2. Tesis: “Financiamiento de la vivienda en Colombia: El leasing habitacional como alternativa al Crédito Hipotecario”-Juanita Alejandra Rodríguez Castillo.
3. Tesis: “Leasing habitacional: Mecanismo para facilitar el acceso a vivienda de interés Social”- Elkin Yesid García Rueda.
4. Tesis: “Análisis comparativo y financiero del leasing habitacional y el crédito hipotecario en Barranquilla, Distrito Industrial, Especial y Portuaria”- Liliana de la Hoz Fernández y Rossana Elena Rusa Cardona.
5. Periódico virtual diario La Prensa.
6. Libro de Evaluación de Proyectos de Gabriel Baca Urbina
7. Libro de Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri.

## CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

En este capítulo se muestran los resultados obtenidos de la recopilación de información mediante la encuesta aplicada.

### 4.1 PODER DE LOS CLIENTES

Al existir varias instituciones financieras los clientes podrán optar por buscar otra forma de financiamiento, pero no encontrarán la flexibilidad que el leasing habitacional ofrecería integrado dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA. Del total del mercado encuestado como se muestra en la figura 18 sólo un 9.2% manifestó que adquieren vivienda con dinero propio, un 24.9% manifiesta que su vivienda ha sido heredada y el 65.9% optan por el crédito hipotecario. Considerando las políticas financieras que las personas enfrentan al adquirir un crédito hipotecario el leasing habitacional abriría nuevas puertas para el mercado meta que estos no podrían dejar de aprovechar por lo que su poder de negociación sería bajo.



**Figura 18 Formas comunes de adquisición de vivienda**

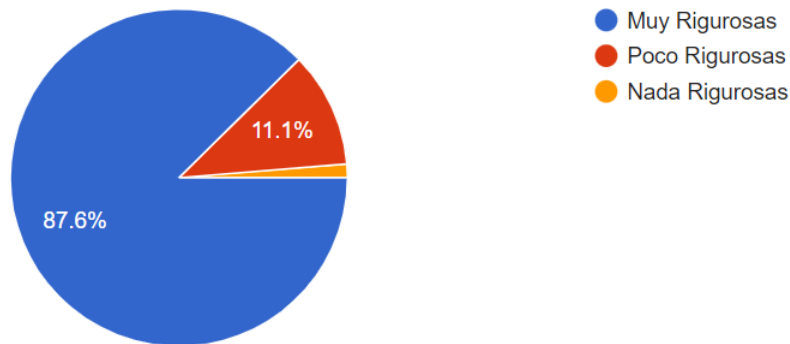
Fuente: Elaboración propia

### 4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Para implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA se encuestó aquel segmento de la población mayores de 21 años, con niveles económicos medios que desean adquirir una vivienda en la ciudad de Tegucigalpa.



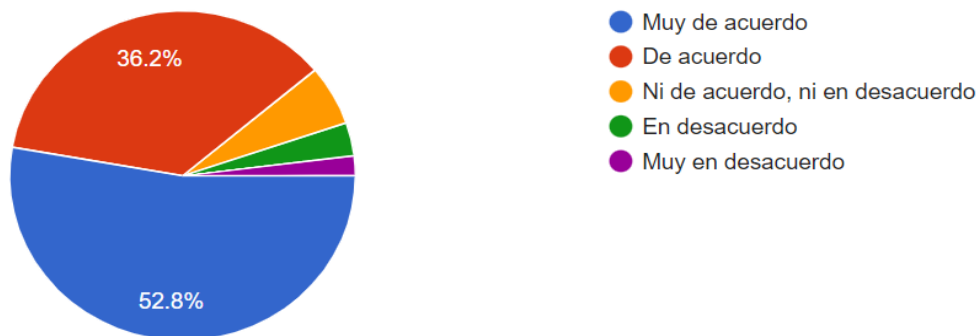
El método de financiamiento común para la adquisición de viviendas en el mercado nacional se realiza mediante un crédito hipotecario. Del total del segmento de la población encuestada un 87.6% considera que las instituciones financieras son muy rigurosas al momento de brindar un préstamo hipotecario, mientras que un 11.1% considera que son poco rigurosas y solo un 1.3% considera que no son nada rigurosas tal como se muestra en la figura 19.



**Figura 19. Rigurosidad del crédito hipotecario.**

Fuente: elaboración propia

Al considerar la mayor parte del segmento de la población el crédito hipotecario como una herramienta financiera rigurosa para la adquisición de viviendas existe un grado de insatisfacción al no proporcionar por parte de las instituciones financieras más opciones para financiamiento de viviendas al público en general. Del total de los encuestados el 89% consideran que las opciones son muy limitadas mientras que solo un 11% consideran que no lo son como se muestra en la figura 20.

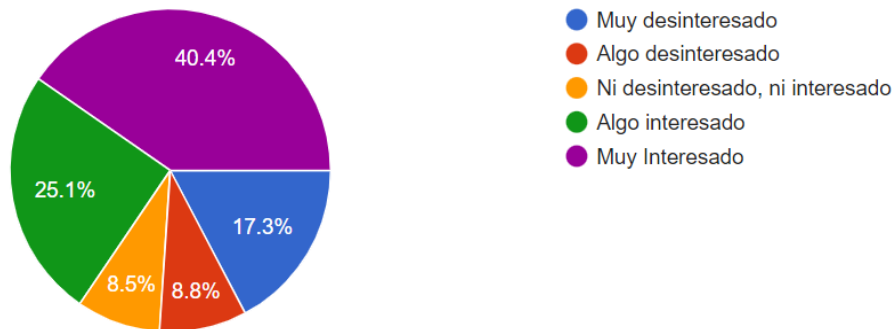


**Figura 20. Limitación de productos financieros para la adquisición de vivienda.**

Fuente: elaboración propia

De acuerdo con este comportamiento del segmento de la población encuesta al ofrecerles una nueva opción de herramienta financiera mediante la cooperativa ELGA, podrán adquirir el producto porque encontrarán un nuevo mecanismo que se adapte más a su presupuesto y brinde mayor facilidad para la adquisición de vivienda.

Al realizar la propuesta al segmento de la población encuestada sobre la adquisición de vivienda, utilizando un mecanismo de pago periódicos por concepto de alquiler, durante un tiempo determinado, donde al final del periodo podrá optar a la opción de compra de la vivienda según lo pactado con la institución financiera, un 65.5 % mostraron un interés alto por un mecanismo como este mientras que un 34.5% mostraron un interés bajo como se muestra en la figura 21.



**Figura 21. Grado de aceptación del leasing inmobiliario.**

Fuente: elaboración propia

Según Ulrich & Eppinger (2013), existe cierto nivel de sesgo en los encuestados, con el cual se sobreestima la probabilidad real de comprar o adquirir un servicio, por lo cual se debe calcular un factor P que estima la probabilidad real, mediante la ecuación 9.

$$P = C_{\text{definitivamente}} * F_{\text{definitivamente}} + C_{\text{probablemente}} * F_{\text{probablemente}} \quad (9)$$

Donde:

$C_{\text{definitivamente}}$  = Constante de Calibración 0.4

$F_{\text{definitivamente}}$  = Fracción de encuestados que respondieron a la encuesta Muy Interesados

$C_{\text{probablemente}}$  = Constante de calibración 0.2

$F_{\text{probablemente}}$  = Fracción de encuestados que respondieron a la encuesta Algo Interesados

La tabla 8 muestra el cálculo del factor P, utilizando los datos obtenidos en la encuesta y las constantes propuestas por Ulrich & Eppinger (2013)

**Tabla 8 Cálculo del factor P aceptación leasing inmobiliario**

Descripción	Valor
Cdefinitivamente	0.4
Fracción de encuestados que respondieron a la encuesta Muy Interesados	40.4%
Cprobablemente	0.2
Fracción de la encuesta que respondieron a la encuesta Algo Interesados	25.1%
Factor P	21.18%

Fuente: elaboración propia

Cálculo del factor P aceptación leasing inmobiliario

El valor del factor P obtenido fue de 21.18% porcentaje de aceptación real del leasing habitacional

Al observar esta tendencia del mercado, se puede considerar que la oportunidad para poder realizar un buen negocio por parte de la cooperativa y poder generar nuevos ingresos es aceptable desde el punto de vista del mercado meta a alcanzar.

Considerando la demanda para adquirir vivienda y considerando la población total de Tegucigalpa

Considerando que el 95% de las personas encuestadas cuentan con una fuente de ingreso (ver anexo 6), de las cuales el 21.18% tiene un interés real en adquirir una vivienda mediante leasing habitacional, generando así una demanda de 14,461 personas como mercado meta, se proyecta un alcance a cinco años del 10%, obteniendo una oportunidad de negocio de 1,446 personas interesadas en el producto de leasing inmobiliario como se muestra en la tabla 9.

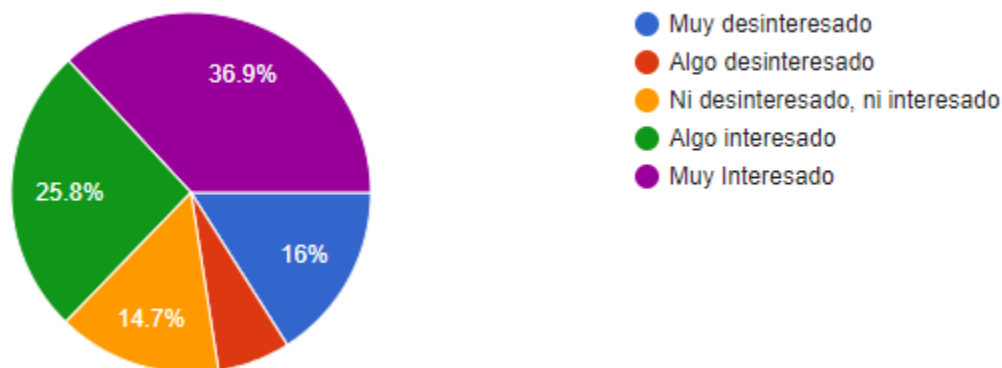
**Tabla 9. Nivel de demanda y alcance del proyecto.**

Población de Tegucigalpa		Personas con Ingresos	Población Potencial	Personas Interesadas en adquirir vivienda con leasing habitacional	Mercado Meta	Alcance Proyectado	Alcance de Negocio
Hombres	34726	95%	32990	21.18%	6987	10%	699
Mujeres	37142		35285		7473		747
<b>Total</b>	<b>71868</b>		<b>68275</b>		<b>14461</b>		<b>1446</b>
5% de crecimiento anual / Contratos acumulados							
		Alcance de Negocio	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		699					
		747	72	296	520	744	968
		<b>1446</b>					

Fuente: Elaboración propia

### 4.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

Al consultar a la población en estudio es notable observar que se tiene un gran interés por adquirir una vivienda propia. De acuerdo con los datos recolectados de la población su nivel de interés para adquirir una vivienda muestra que un 16% se encuentra muy desinteresado, 6.5% se encuentra algo interesado, 14.7% se encuentra ni desinteresado, ni interesado, 25.8% se encuentra algo interesado y un 36.9% se encuentra muy interesado como se muestra en la figura 22.



**Figura 22. Nivel de interés por adquirir una vivienda**

Fuente: Elaboración propia

Aplicando la tasa de penalización de Ulrich dada por la ecuación 9 al mercado meta para obtener un valor realista de nivel de interés por adquirir una vivienda se obtiene el siguiente resultado mostrado en la tabla 10.

**Tabla 10. Cálculo del factor P interés por adquirir vivienda**

Descripción	Valor
Cdefinitivamente	0.4
Fracción de encuestados que respondieron a la encuesta Muy Interesados	36.9%
Cprobablemente	0.2
Fracción de la encuesta que respondieron a la encuesta Algo Interesados	25.8%
Factor P	19.92%

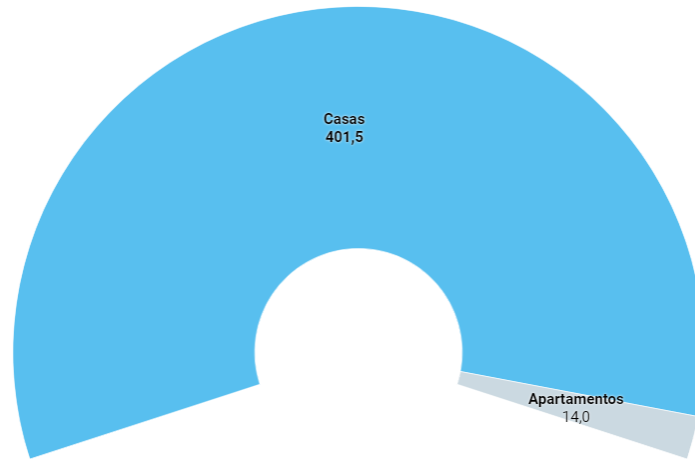
Fuente: elaboración propia

El valor del factor P obtenido fue de 19.92% porcentaje de interés real por adquirir una vivienda

En el segundo trimestre del año 2022 el sector residencial en Honduras tuvo una participación del 73.2% del total de los metros cuadrados edificados siendo en su gran mayoría casas. Los datos se desprenden de la Encuesta Trimestral de Construcción de Obras Techadas Privadas (ECOPT), donde se especifica que se construyeron 567.5 miles de m<sup>2</sup> en obras privadas. Del total de m<sup>2</sup> construidos se atribuye al destino residencial (casas y apartamentos). (Palacios, 2022)

El BCH indica que hay nuevos proyectos habitacionales en las zonas urbanas del Distrito Central, Comayagua, Choluteca, Puerto Cortés, Siguatepeque y Valle de Ángeles, estas zonas contribuyeron al crecimiento observado de 52.7% en los m<sup>2</sup> construidos en obras residenciales durante el segundo trimestre del 2022. (Palacios, 2022)

Considerando el sector vivienda, la participación del subsector horizontal (casas) alcanzó el 96.6% (401.5 m<sup>2</sup> construidos), por encima de lo que registró la construcción de apartamentos como se muestra en la figura 23 (cifras en miles de m<sup>2</sup>). (Palacios, 2022)



**Figura 23. Área de total construida en el sector residenciales**

Fuente: (Palacios, 2022)

Como se mencionó existe una demanda por el acceso a la vivienda y la tendencia siempre va en aumento por lo que al pasar de los años el mercado siempre buscará formas de poder adquirir una vivienda. Si no existiera demanda el sector construcción no se centraría en invertir cada año en proyectos habitacionales al no existir personas que quisieran adquirir una vivienda. Es por ello que las instituciones financieras deben buscar mecanismos para poder atraer este nicho de mercado, lo cual es lo que se pretende con la incorporación del leasing habitacional dentro de la cooperativa ELGA.

## **CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

En este capítulo se presentarán las conclusiones en base al análisis y los resultados obtenidos del estudio de investigación; así como recomendaciones que ayuden a un mejor proceso en el desarrollo de la propuesta a implementar.

### **5.1 CONCLUSIONES**

A continuación, se enumeran las conclusiones más relevantes encontradas en el estudio de investigación para la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA:

1. El estudio de prefactibilidad determinó que la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA, genera una tasa interna de rendimiento de 23%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, ya que se supera el costo ponderado promedio de capital de 5%.
2. Del estudio de mercado se sabe que la demanda de viviendas siempre va en aumento, donde siempre existen nuevas inversiones por proyectos habitacionales, estas inversiones quedan justificadas al observar que las personas siempre muestran un interés alto por la adquisición de vivienda como se mostró en la encuesta aplicada con un porcentaje del 62.7%, por lo que el segmento de mercado está centrado en las personas por un interés alto en adquirir vivienda.
3. Del estudio técnicos se determinó que la cooperativa ELGA para implementar el leasing habitacional se debe de regir por lo estipulado por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros mediante resolución No.031/15-01-2002 y agregar una nueva área dentro de su organización humana conformada por un coordinador de leasing y dos asistentes.
4. Las fuentes de investigación demuestran que el leasing habitacional brinda una mayor facilidad para el acceso a vivienda a diferencia de los demás sistemas de financiación hipotecario donde también el estudio de mercado mostro que el 87.6 % de la población considera que el acceso al crédito hipotecario es muy riguroso.
5. Tal y como se comprobó en el estudio de mercado se sabe que el nivel de interés real de optar por una nueva herramienta financiera para la adquisición de vivienda como lo es

leasing habitacional fue de 21.18% lo que indica que existe un mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional.

## **5.2 RECOMENDACIONES**

A continuación, se enumeran una serie de recomendaciones basadas en las conclusiones antes expuestas:

1. Implementar el proyecto e incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA, debido a que se determinó que el proyecto genera un TIR superior al costo ponderado promedio de capital
2. Al existir cada año inversión para la construcción de viviendas se deben formar alianzas con socios claves como ser constructoras, inmobiliarias y bienes raíces tal como se mencionaron en el modelo de negocio planteado, el banco sería el intermediario entre los socios claves y el mercado meta donde los socios claves podrán ofrecer sus casas mediante convenio pactado con la cooperativa para adquisición mediante leasing habitacional.
3. Para implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA se recomienda crear el nuevo departamento de leasing habitacional e integrarlo al organigrama de la institución considerado el perfil de los empleados mostrado en la tabla 21 y la tabla 22.
4. Se recomienda implementar políticas internas dentro la institución financiera que generen flexibilidad para que el mercado meta pueda aplicar al contrato del leasing habitacional sin afectar ingresos financieros de la cooperativa ya analizados.
5. Aplicar el lienzo descrito en el plan de negocios en la tabla 11 debido a que existe un gran interés por adquirir el producto del leasing habitacional.



## CAPÍTULO VI. APLICABILIDAD

En este capítulo se describirá la aplicabilidad del estudio de análisis, para ser desarrollado dentro de la cooperativa ELGA.

### 6.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

Cooperativa ELGA es una institución financiera especializada en brindar servicios financieros inclusivos e integrales a sus afiliados, sus principales productos de sostenibilidad son los préstamos a los diferentes rubros y su fuente principal de ingresos proviene captación de cuentas de ahorro. Fue declarada la Cooperativa número uno en activos totales por el ente supervisor CONSUCOOP, en el mes de junio del 2017, manteniendo esta posición a la fecha.

Actualmente la cooperativa cuenta con un portafolio de productos y servicios principales detallados en la figura 24.



**Figura 24. Portafolio de productos y servicios de Cooperativa ELGA.**

Fuente: Elaboración propia.

El servicio de leasing inmobiliario consiste en que el cliente pueda elegir un inmueble, ya sea dentro de los activos de la institución o fuera de ella, y que desee que la cooperativa lo adquiera y lo ponga a disposición de arriendo con opción a compra a un valor residual después de un plazo determinado, el valor residual podrá rondar entre el 10 y el 30% de su valor pactado, mediante un contrato legal de arriendo.

Cooperativa ELGA cuenta con treinta y seis puntos de servicio a nivel nacional, donde el cliente podrá solicitar la información y precalificar la contratación del servicio, realizar sus pagos, presentar quejas o reclamos.

### 6.1.1 ESQUEMA OPERATIVO

La figura 25 muestra la relación entre el arrendatario, el vendedor y la entidad financiera, así como también el papel que juega cada uno de los que conforman el leasing inmobiliario.



**Figura 25. Esquema Operativo de Leasing Inmobiliario.**

Fuente: (Sociedad Peruana de Bienes Raíces, 2015).

### 6.1.2 ESQUEMA DE ATENCIÓN PARA LEASING INMOBILIARIO.

Para precalificar la contratación del servicio, el cliente solamente debe de presentar la documentación requerida ante el personal de atención y servicios al cliente, como ser su documento de identificación nacional o carné de residencia vigente y su fuente de ingresos para medir su capacidad de pago, y evaluar según los indicadores establecidos en las políticas de la cooperativa. Para una mejor comprensión del esquema de atención visualizar la figura 26.



**Figura 26. Proceso de atención leasing inmobiliario cooperativa ELGA.**

Fuente: Elaboración propia.

## 6.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIOS

El modelo de negocio está pensado en captar la atención de las personas que quieran adquirir una vivienda mediante un nuevo producto financiero que distinga a la cooperativa de las demás instituciones bancarias. Este nuevo producto será único dentro del mercado nacional ofreciendo al público en general la oportunidad de poder adquirir una vivienda mediante un esquema flexible para la persona interesada mediante el leasing habitacional.

Osterwalder (2011) describe un modelo de negocios como las bases sobre las que una empresa crea, proporciona y capta valor. Define nueve módulos para realizar un modelo de negocios los cuales conforman el lienzo del modelo de negocios. Éstos nueve módulos son:

1. Segmentos de mercado
2. Propuesta de valor
3. Canales
4. Relaciones con clientes
5. Fuentes de ingreso
6. Recursos clave
7. actividades claves
8. Asociaciones claves
9. Estructura de costes

En la tabla 11 se muestra el lienzo del modelo de negocio propuesto con sus nueve módulos

**Tabla 11. Lienzo del modelo de negocios**

Socios Claves	Actividades Claves	Propuesta de Valor	Relaciones con Clientes	Segmento de Mercado
1-Empresas bienes raíces 2-Inmobiliarias 3-Constructoras	1-Alquiler de vivienda con opción a compra mediante el leasing habitacional	1-Servicio financiero único en el mercado nacional con la finalidad de brindar una opción de compra de vivienda de forma flexible para el público en general. 2-Mejor control en el indicador en la gestión de incumplimientos de pagos de la institución financiera 3-Mitigación del riesgo de procesos judiciales por incumplimiento de pago.	1-Atención a las consultas y reclamos 2-Asesoría para ayudar a los clientes ha optar al producto según su capacidad económica	1-Personas mayores de 21 años con nivel socioeconómico bajo, medio y alto que quieran adquirir una vivienda.
	<b>Recursos Claves</b> 1-Físico: Internet, computadora, impresoras y papelería en general 2-Humano: nuevo departamento administrativo de leasing dentro de la cooperativa		<b>Canales</b> 1-Redes Sociales 2-Página web de la cooperativa 3-Televisión 4-Radio	
<b>Estructura de Costo</b>			<b>Fuentes de ingresos</b>	
1-Todos los costos fijos y variables para mantener la operación			1-Renta de Vivienda	

Fuente: elaboración propia

### **6.3 PROPIEDAD INTELECTUAL**

El leasing habitacional entraría al mercado nacional como una nueva herramienta financiera dentro del portafolio de productos de la cooperativa por lo cual no abarca patentes, derechos de autor o marcas ya que estas estarían operando dentro de la cooperativa ELGA misma que ya se encuentra registrada en el instituto de la propiedad.

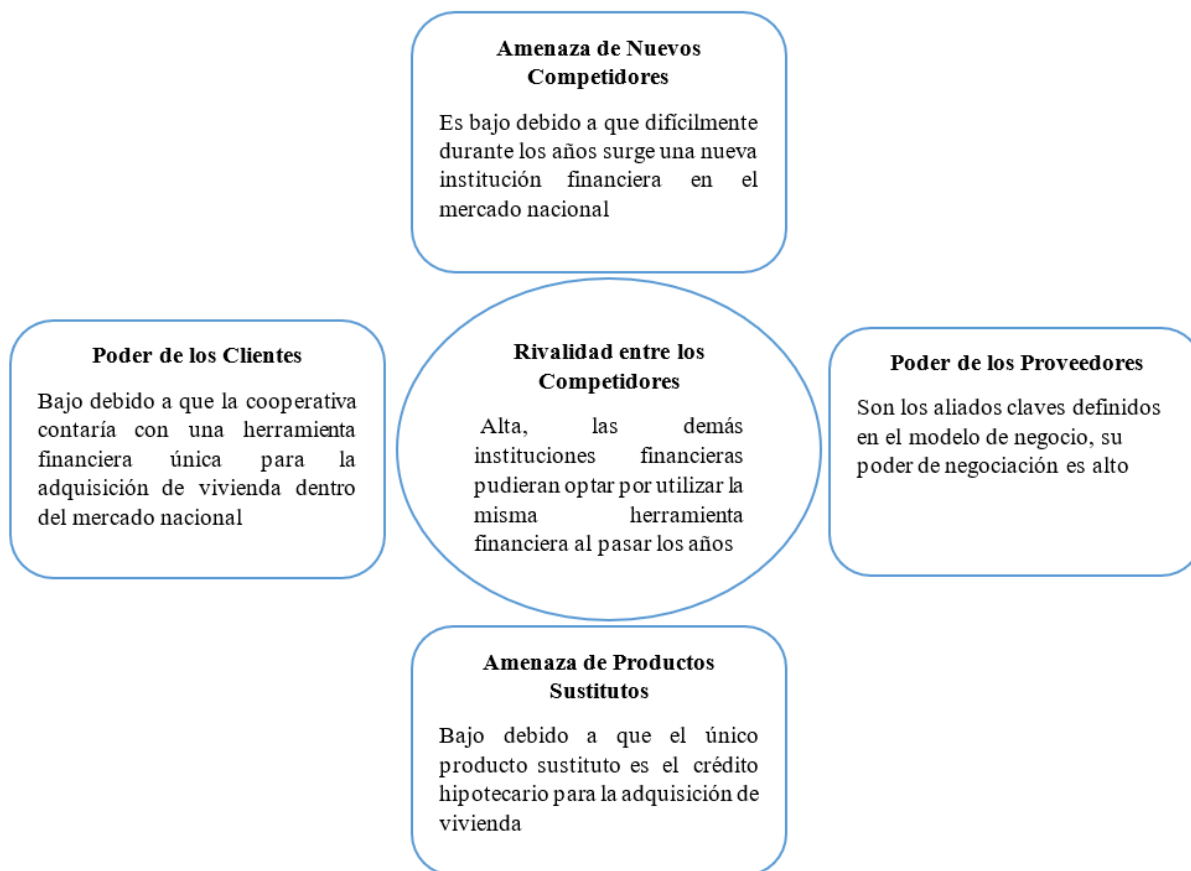
### **6.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO**

En todo proyecto en donde se pretende realizar una inversión es importante conocer el entorno que rodea una empresa para poder conocer los posibles factores de riesgos que pudieran desfavorecer la inversión al momento de la implementación de un producto o servicio. Para ello se realizará un análisis utilizando las fuerzas de Porter centradas en el producto o servicio y se realizará un análisis FODA centrado en la cooperativa.

#### **6.4.1 ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER**

Cualquier negocio que se quiera implementar debe analizar su competencia de mercado, tanto cuando se va a lanzar como cuando se crea un nuevo proyecto o se incursiona en un nuevo mercado. Para realizar este análisis de medición de la competitividad se puede realizar a través de las 5 fuerzas de Porter. (Santander, 2022)

Para nuestro producto de leasing habitacional es importante analizar los factores que rodean a nuestro nuevo producto dentro del mercado nacional, considerando las cinco fuerzas de Porter como se muestra en la figura 27, de esta manera se tiene una perspectiva de las fortalezas y debilidades que éste presentaría al introducirse al mercado nacional y así minimizar los posibles factores críticos de riesgo.



**Figura 27. Análisis de las cinco fuerzas de Porter**

Fuente: Elaboración propia

#### 6.4.2 ANÁLISIS FODA

Es una técnica que se utiliza para identificar las fortalezas, las oportunidades, las debilidades y las amenazas de negocios o algún proyecto en general para que un equipo de trabajo pueda planificar de forma estratégica y mantenerse a la actualizado con las tendencias del mercado. (Raeburn, 2021).

El análisis FODA ayudará a que la cooperativa se conozca a sí misma y determinar si cuenta con lo necesario para poder mantener dentro de su cartera de productos el leasing habitacional. Deberá concentrarse en explotar sus fortalezas y oportunidades y corregir sus amenazas y limitaciones. En la tabla 12 se muestra el análisis de la matriz FODA según lo determinado internamente por la cooperativa ELGA con la diferencia que la organización utiliza la nomenclatura FLOA.

**Tabla 12. Matriz FLOA Cooperativa ELGA**

FLOA			
ELEMENTOS INTERNOS		ELEMENTOS EXTERNOS	
FORTALEZAS	PERSPECTIVA	OPORTUNIDADES	PERSPECTIVA
Infraestructura tecnológica y herramientas digitales	CA	Fintechs, innovación en canales tecnológicos y productos digitales	CM
Solvencia patrimonial y excedentes, con calificación "A" riesgo bajo	F	Cambio en leyes y normas de acceso a BCH	CM
Liquidez y fondeo propio a bajo costo	F	Mercados potenciales: inactivos, personales, empresas	F
Plan de capacitación y formación para afiliados y colaboradores	CA	Tasa política monetaria	F
Liderazgo, alianza estratégica e incidencia política en el sector cooperativo	CM	Líneas de descuento BANHPROVI, BCIE o internacionales	F
Unidades operativas y de control con perfiles adecuados	CA	Inversión extranjera y disponibilidad de recursos y fondeo externo	F
Adecuada administración de cartera	F	Servicios externos de colecturía y corresponsales	CM
Personal motivado, competencias desarrolladas y compensación acorde a merca	CA	Potenciales aliados estratégicos	CA
Imagen y posicionamiento, con alto sentido de pertenencia de afiliados y colabo	CM	Incremento en afiliación de personas jóvenes	CM
Productos diversificados e inclusivos con tasas atractivas	CM	Comunidad de migrantes	CM
Gobernabilidad	CA		
Proceso de afiliación empresarial y aplicación de planilla empresarial	CM		
LIMITACIONES	PERSPECTIVA	AMENAZAS	PERSPECTIVA
Estandarización y actualización de documentos y procesos	PI	Incertidumbre de presupuesto e ingresos por parte de gobierno	F
Publicidad limitada	CM	Normativa restrictiva y no adecuada al sector cooperativo	CM
Concentración de cartera (captación- colocación) y margen financiero bajo	F	Incertidumbre en política pública y posibles restricciones internacionales (riesgo	F
Oferta de servicio en línea (crédito, ahorro y comisionables)	CM	Efectos secundarios de la pandemia, fenómenos naturales, sociales y políticos	F
Software obsoleto o discontinuado y herramientas de análisis y reporteria	CA	Desempleo y migración al extranjero	CM
Estructura en área de negocios, especialización y zonificación	CA	Intervención de la banca y modelo de nichos de mercado del sector cooperativo	CM
Proceso de formación integral de los colaboradores	CA	Ciberataques, fuga y robo de información	CA
Tarjeta de crédito y líneas de crédito personal	CM	Nivel de desconfianza en el sector cooperativo	CM
Cobertura geográfica	CM	Inexistencia de marco legal para Fintechs	CM
Inactividad de afiliados y actualización de base de datos	CM		
Comunicación organizacional efectiva y asertiva	CA		
Actualización del modelo de negocios	PI		

Financiera F  
 Cliente/Mercado CM  
 Procesos Internos PI  
 Crecimiento y aprendizaje CA

Fuente: (Cooperativa ELGA, 2022)


## 6.5 ESTUDIO DE MERCADO

En el presente estudio de mercado se demostrará que la propuesta es económicamente lógica, lo que quiere decir que existe un mercado dispuesto a adquirir el producto o servicio a un precio que permita obtener ganancias interesantes para los proponentes de forma sostenida.

Se realizó un benchmarking en el mercado local en base a los préstamos hipotecarios que estas brindan a la población y no en base a al leasing habitacional ya que ninguno cuenta con dicho producto por lo que se considera como una buena ventaja competitiva para la cooperativa Elga.

En la tabla 13 se muestra el benchmarking con las condiciones que ofrece cada institución para el financiamiento de préstamo hipotecario destinado a la vivienda.

**Tabla 13. Benchmarking financiamiento de préstamo hipotecario**

CONDICIONES DE CADA INSTITUCIÓN FINANCIERA							
HONORARIOS	SI	SI	SI	Con Open House no se cobra	NO	SI	SI
TASA PUENTE	NO	7.70%	NO	NO	NO	NO	De un 9% a un 10%
COMISIÓN POR DESEMBOLSO	Gastos de Formalización	NO	NO	NO	NO	NO	NO
AVALÚO	NO	Casco Urbano Gratis	NO	Con Open House no se cobra	NO	NO	SI
PRIMA	10%	3% y 10%	10%	10%	3% Y 10%	10%	5% Y 10%
PERIODO DE GRACIA	NO	NO	NO	NO	2 meses no cobran intereses solo capital, con fondos propios.	NO	NO
FINANCIAMIENTO DE PRIMA	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
GASTOS DE CIERRE	Impuesto y derechos registrales, primas de seguros, gasto de formalización de crédito, gastos de honorario.	Análisis y avalúo	Impuesto de tradición, gastos de Escrituración, análisis de crédito, supervisión avance de obra.	SI	Impuesto de tradición, timbres, entre otros.	NO	SI
PLAZO	20 AÑOS	20 años	20 AÑOS	30 AÑOS	30 Años	30 Años	30 Años

Fuente: (Cooperativa ELGA, 2022)

### 6.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Para realizar el análisis de la competencia se detalla más a fondo el análisis de las fuerzas de Michael Porter descrita en la figura 27 para poder demostrar que el leasing habitacional tiene el potencial de poder ser un producto sobresaliente dentro del mercado nacional.

#### 6.5.1.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES

Los principales competidores de la cooperativa ELGA al implementar el producto de leasing habitacional dentro de su portafolio de productos y servicios son todas las instituciones bancarias, cooperativas y financieras que podrían optar a implementar la misma herramienta financiera dentro de su portafolio de productos. La tabla 14 muestra el posicionamiento de los bancos comerciales donde la cooperativa ELGA incursiona. Esta no se encuentra en las primeras posiciones, pero esto no incide en el producto que se pretende implementar de forma directa simplemente muestra el nivel de competencia existente en el mercado nacional.



**Tabla 14. Posición del sistema de Bancos Comerciales**

INSTITUCIONES	Activos Totales		Cartera Crediticia		Depósitos		Capital y Reservas		Utilidades	
	Saldo	Posición	Saldo	Posición	Saldo	Posición	Saldo	Posición	saldo	Posición
FICOHSA	158,458.6	1	87,323.8	2	79,560.9	4	9,239.0	2	931.1	2
ATLANTIDA	146,797.0	2	100,640.8	1	105,886.8	1	11,931.4	1	937.2	1
OCCIDENTE	125,566.3	3	55,807.3	5	83,408.6	2	8,949.3	3	675.4	5
BAC HONDURAS	120,886.8	4	65,525.8	3	81,586.8	3	8,241.4	4	887.3	4
BANPAIS	84,131.2	5	56,744.2	4	56,835.0	5	5,982.5	5	888.5	3
DAVIVIENDA	47,759.3	6	33,643.4	6	29,144.4	6	3,701.7	6	264.0	6
LAFISE	22,698.4	7	13,231.8	8	13,890.6	7	1,141.5	11	76.1	9
BANRURAL	19,772.1	8	13,455.6	7	12,865.9	8	2,289.5	7	-67.7	16
PROMERICA	18,077.7	9	10,690.3	9	11,222.3	9	1,219.1	9	49.4	12
FICENSA	15,771.0	10	9,467.9	10	6,154.7	12	1,117.7	12	44.9	13
BANTRAB	10,241.8	11	6,454.0	11	7,945.4	10	1,187.4	10	44.8	14
BANCO DE HONDURAS	8,956.1	12	613.7	16	6,840.7	13	867.2	13	59.2	10
<b>COOPELGA</b>	<b>8,729.2</b>	<b>13</b>	<b>5,172.2</b>	<b>12</b>	<b>7,083.5</b>	<b>11</b>	<b>751.3</b>	<b>15</b>	<b>50.4</b>	<b>11</b>
AZTECA	5,620.5	14	2,191.8	14	2,352.8	16	1,454.4	8	175.6	7
BANHCAFE	5,550.7	15	1,674.9	15	3,769.5	14	703.7	16	24.8	15
POPULAR	4,472.1	16	3,661.4	13	2,877.0	15	775.3	14	80.4	8
<b>TOTALES</b>	<b>794,759.4</b>		<b>461,126.8</b>		<b>504,341.4</b>		<b>58,801.3</b>		<b>5,070.9</b>	

Fuente:(Cooperativa ELGA, 2022)

#### 6.5.1.2 AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES

Para poder incursionar en el sistema financiero en Honduras la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) establece un capital mínimo de 600 millones de lempiras. La CNBS debe actualizar cada dos años, previo a dictamen favorable del Banco Central de Honduras (BCH), los capitales mínimos de las instituciones financieras. (Rodríguez, 2018)

Es muy difícil tener una inversión inicial de esta magnitud para poder incursionar en el sistema financiero nacional. Es por ello que al pasar de los años siempre vemos incursionando dentro del ámbito nacional las mismas instituciones financieras.

#### 6.5.1.3 PODER DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores representan a todos los socios claves presentados en el modelo de negocios para la implementación del leasing habitacional en la tabla 11, ya que el alquiler de las viviendas para las personas que quieran aplicar a un contrato de leasing habitacional depende exclusivamente de las negociaciones que la cooperativa pueda tener con sus socios claves para comprar el inmueble y posteriormente darlo en alquiler a la persona que celebre el contrato de leasing. Al no llegar a una buena negociación con los socios claves estos podrían optar por cerrar el negocio ya sea con

otras personas interesadas en comprar la vivienda o con otras instituciones o empresas ya que estos poseen un volumen alto de clientes.

#### 6.5.1.4 AMENAZA DE LOS PRODUCTOS SUSTITUTOS

El leasing habitacional cuenta con un único producto sustituto el cual es el crédito hipotecario tradicional. Los demás competidores como ser Banco Atlántida cuenta dentro de su portafolio de productos otras modalidades de leasing como ser:

1. Leasing de Vehículos.
2. Leasing de Maquinaria Industrial.
3. Leasing de equipo médico.
4. Leasing de maquinaria de construcción.
5. Leasing de maquinaria agrícola
6. Leasing de tecnología
7. Leasing de equipo de oficina
8. Leasing de aeronaves

Pero ninguna incursiona en el área de viviendas que es el segmento de mercado que se pretende abarcar para generar nuevos ingresos para la cooperativa ELGA. La singularidad del leasing habitacional incorporado al portafolio de productos de la cooperativa ELGA tendrá la ventaja competitiva de ser la única herramienta de leasing orientada a la adquisición de vivienda.

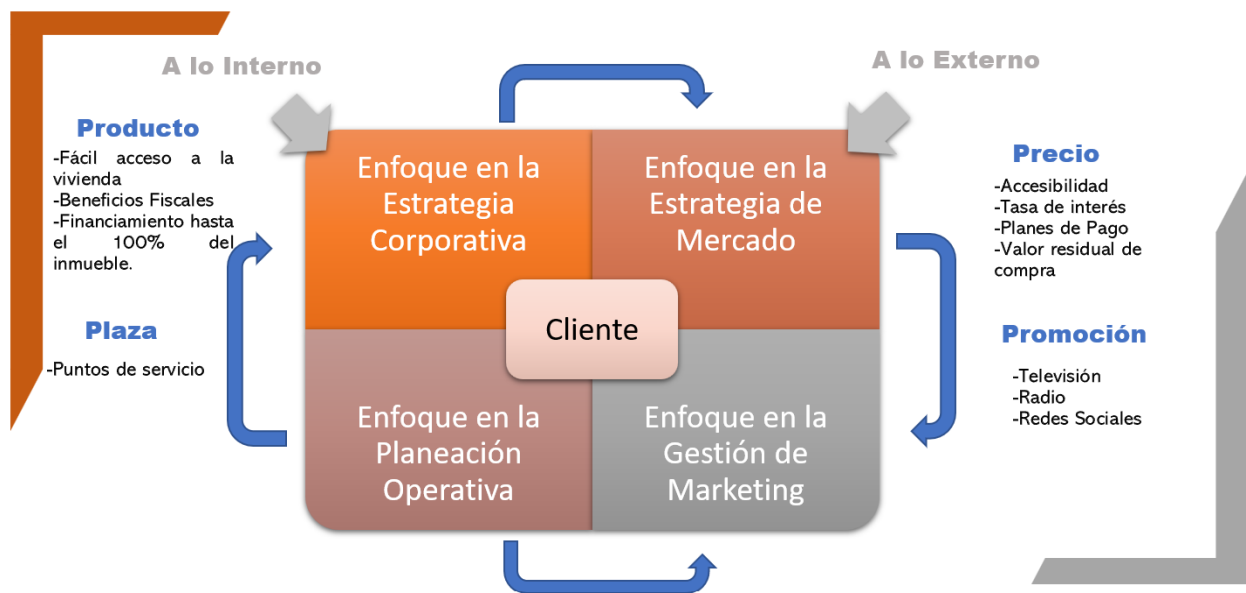
#### 6.5.2 ESTRATEGIA DE MERCADO Y VENTAS

Para poder ser competitivos en un mercado es necesario centrarse en las necesidades del cliente y hacerlos saber que el producto o servicio va a satisfacer y cumplir con sus necesidades. Para poder realizar una buena estrategia de mercado la herramienta más utilizada es el marketing mix o más conocido como las 4P's del marketing.

Coll (2020) describe cada una de las 4P's de la siguiente manera:

1. Precio: Es la variable ayuda a entender y posicionar el nivel de competitividad de la empresa. Las estrategias de liderazgo en costes o de diferenciación justifican el precio elegido.
2. Producto: Aquí se explica la necesidad que se trata de satisfacer en el consumidor y los servicios relacionados que puedan ser necesarios para el disfrute del producto, los cuales mejoran y añaden valor al producto.
3. Promoción: La actividad que la empresa desarrollará para que su producto llegue al máximo número de clientes del amplio público, o del segmento al que se dirija, y aumentar sus ingresos.
4. Plaza: Engloba las fases y canales que atraviesa el producto hasta que llega al consumidor; es decir, desde su producción hasta su almacenaje y transporte.

En base a lo descrito se desarrolla la estrategia de mercadeo y ventas para el producto del leasing habitacional mostrado en la figura 28.



**Figura 28. Estrategia de Mercadeo y Ventas.**

Fuente: elaboración propia

El presupuesto necesario para mercadeo de al menos cinco años es el que se muestra en la tabla 15.

**Tabla 15. Detalle del presupuesto para mercadeo**

Detalle del Presupuesto		Factor de Inflación		9.40%	9.87%	10.36%	10.88%	
Categorías	Costo Unitario	Cantidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	TOTAL
Suscripción Instagram	L 30,000	12	L 360,000	L 393,840	L 432,712	L 477,556	L 529,522	L 2,193,630
Suscripción Facebook	L 25,000	12	L 300,000	L 328,200	L 360,593	L 397,963	L 441,269	L 1,828,025
Volantes impresos	L 3	10000	L 30,000	L 32,820	L 36,059	L 39,796	L 44,127	L 182,803
Televisión	L 30,000	12	L 360,000	L 393,840	L 432,712	L 477,556	L 529,522	L 2,193,630
Radio	L 15,000	12	L 180,000	L 196,920	L 216,356	L 238,778	L 264,761	L 1,096,815
Agencias de publicidad	L 24,000	12	L 288,000	L 315,072	L 346,170	L 382,045	L 423,618	L 1,754,904
<b>Total</b>	<b>L 124,003</b>	<b>L 10,060</b>	<b>L 1,518,000</b>	<b>L 1,660,692</b>	<b>L 1,824,602</b>	<b>L 2,013,695</b>	<b>L 2,232,819</b>	<b>L 9,249,808</b>

Fuente: elaboración propia

## 6.6 ESTUDIO DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONES

### 6.6.1 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

Al tratarse de una herramienta financiera para la adquisición de vivienda el diseño del producto se basa en las características que éste presenta. En la tabla 16 se muestra el empaque del leasing habitacional.

**Tabla 16. Ficha técnica del leasing habitacional en Cooperativa Elga**

<b>Ficha Técnica del Producto Leasing Inmobiliario en Cooperativa ELGA</b>	
<b>CONDICIONES</b>	
Monto Financiable:	Mínimo: L. 100,000.00 / Máximo: L. 3,000,000.00
Destino:	Arrendamiento de vivienda, con opción a compra
Canon inicial:	Según tarifario que establezca la cooperativa.
Plazos:	hasta 20 años.
Pago:	Cuota nivelada mensual.
Relación cuota Ingreso:	hasta un 40%.
Periodo de Gracias:	No aplica.
Desembolso:	Un solo desembolso.
Tasa anual:	10.5% Propuesta
Fondos:	Propios de la cooperativa ELGA.
Valor residual de compra:	Hasta un 30% del avalúo.

Fuente: elaboración propia

En la tabla 17 se muestra la diferencia entre un producto de leasing habitacional y el crédito hipotecario con respecto a las tasas, financiamientos, plazos, garantías y otras cualidades que estas brindarían al público en general.

**Tabla 17. Diferencia crédito hipotecario y leasing habitacional**

DESCRIPCIÓN	CRÉDITO HIPOTECARIO	LEASING HABITACIONAL
FINANCIAMIENTO:	Desde un 70% hasta el 90% del valor del inmueble.	Hasta el 100% del valor del inmueble.
PLAZO:	Hasta 20 años.	Hasta 20 años.
TASA:	Desde un 10.5% escalonada hasta un 12%	Puede ser fija un 10.5%
PROPIEDAD	El inmueble es propiedad del cliente desde el inicio.	El inmueble es propiedad de la entidad financiera.
TIPO DE VIVIENDA	Cualquier tipo de vivienda.	Cualquier tipo de vivienda.
FIN DEL FINANCIAMIENTO:	El inmueble queda liberado como garantía del crédito y pasa a ser 100% del cliente.	El cliente debe decidir si ejerce o no la opción a compra del inmueble por el valor residual pactado.
EMBARGOS GARANTÍA:	El inmueble puede ser embargado porque hace parte de su patrimonio, incurriendo en costos adicionales por gestiones legales.	El inmueble es propiedad de la entidad financiera, por lo tanto no es embargable.
GARANTÍA	La vivienda es la garantía del crédito.	No hay una garantía, si dejas de pagar, la entidad financiera podría iniciar un proceso de restitución y tú perder lo pagado.

Fuente: elaboración propia

### 6.6.2 INSTALACIONES Y PLANIFICACIÓN DE PRODUCTO

La planificación del producto del leasing habitacional se realizará a través de la nueva área de leasing inmobiliario que se integrará a la estructura organizacional existente de las cooperativas ELGA. Ellos serán los encargados de la planificación de la producción la cual se describe en la Figura 29.



**Figura 29. Planificación de Producto leasing habitacional**

Fuente: elaboración propia

Para que esta área pueda realizar la planificación de la producción es necesario que pueda contar con ciertos materiales y equipos. A continuación, se presenta en la tabla 18 una lista de los equipos requeridos con su respectivo costo asociados para poder realizar la planificación de producción:

**Tabla 18. Costos planificación Operativa.**

ítem	Mobiliario y Equipo	Cantidad	Precios Unitario	Sub-Total
1	Escritorios	3	L 2,070.00	L 6,210.00
2	Sillas Secretariales	3	L 4,082.50	L 12,247.50
3	Computadora de escritorio	3	L 24,621.50	L 73,864.50
4	Computadora portátil	1	L 21,275.00	L 21,275.00
5	Archivero metalico 4 gavetas	1	L 8,058.05	L 8,058.05
6	Teléfono IP	3	L 3,620.05	L 10,860.15
7	Impresora multifuncional	1	L 14,948.85	L 14,948.85
8	Mesa para conferencia	1	L 6,428.50	L 6,428.50
9	Sillas para mesa de conferencia	6	L 1,713.50	L 10,281.00
<b>Total</b>				L 164,173.55

Fuente: Elaboración propia

La capacidad de producción del leasing habitacional dependerá de la cantidad de mercado meta que se aboque a la cooperativa para aplicar a un contrato de leasing habitacional.

### 6.6.3 PLANIFICACIÓN DE LA PRODUCCIÓN

En base al alcance proyectado del mercado meta, que representa 4,477 personas potenciales, podemos estimar un 5% de captación de nuevos contratos cada año, partiendo del año 1 y proyectando el mismo porcentaje acumulado para los próximos cinco años como se muestra en la tabla 19.

**Tabla 19. Captación de contratos por años**

Mercado Meta	Alcance Proyectado	Alcance de Negocio	5% de crecimiento anual / Contratos acumulados				
			Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6987	10%	699	72	296	520	744	968
7473		747					
<b>14461</b>		<b>1446</b>					

Fuente: elaboración propia

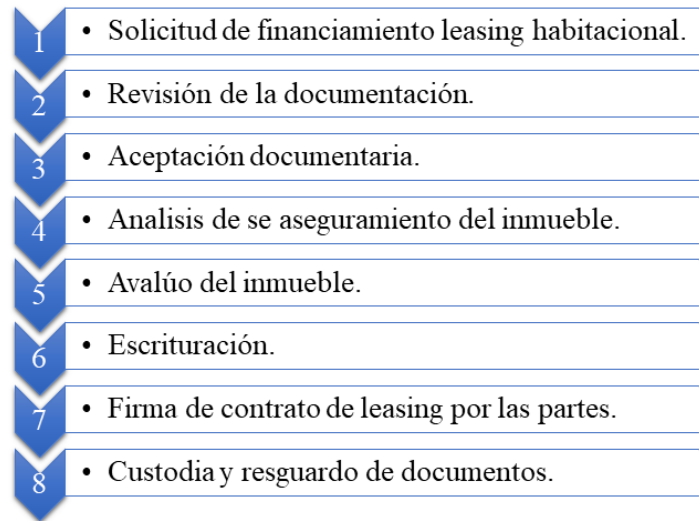
El requerimiento mínimo para la captación de cada uno de estos contratos requiere de la documentación mostrada en la tabla 20 por parte del solicitante.

**Tabla 20. Requerimientos contratos de leasing habitacional**

<b>Sujetos Aplicables:</b>	Personas que cumplan con las condiciones contempladas en las políticas establecidas por la cooperativa.
<b>Mancomunado:</b>	Se podrá mancomunar ingresos con su conyugue.
<b>Requisitos:</b>	Fotocopia de la tarjeta de identificación nacional o carnet de residencia vigente.
	Fotocopia del registro nacional tributario.
	Completar formulario de solicitud de leasing.
	Antigüedad laboral mínima requerida seis meses.
	Constancia de trabajo con deducciones firmada y sellada.
	Croquis del domicilio donde reside actualmente.
	Copia del último recibo público.
	Para comerciantes individuales se realizará la validación de ingreso mediante inspección in situ del negocio.
	Presentar fotocopia de la escritura del bien deseado en caso de ser externo a la cooperativa.
	Avalúo de la propiedad por un perito valuador certificado por la CNBS.
Estado de cuenta de bienes inmuebles	

Fuente: Elaboración propia.

El proceso a realizar por parte de la cooperativa con cada una de las solicitudes de financiamiento bajo la modalidad de leasing inmobiliario, están comprendidas en base a lo que se especifica en la figura 30. (corregir error ortográfico en la figura)



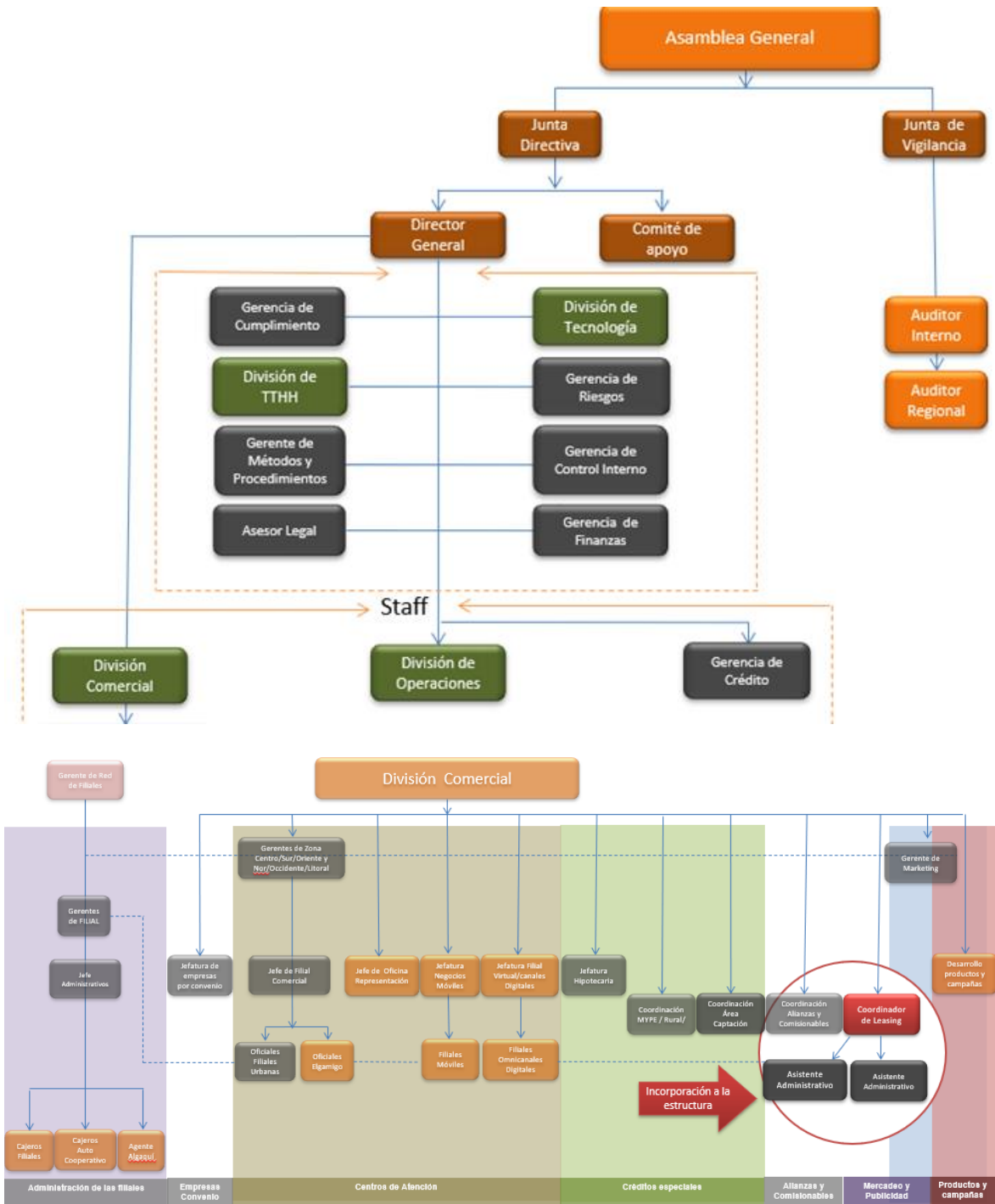
**Figura 30. Logística y manejo en la elaboración de contratos de leasing**

Fuente: Elaboración propia

#### 6.6.4 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

En esta sección se describe cómo estará conformada la nueva área de leasing inmobiliario a nivel humano, analizando el personal requerido para la operatividad del departamento de manera óptima. Se detallan las competencias y formación requerida para cada puesto de trabajo, sus funciones y responsabilidades del puesto. En la figura 31 se muestra el organigrama actual de la cooperativa y adicionalmente el nuevo departamento de leasing inmobiliario con un total de tres personas que incluye un coordinador de leasing y dos asistentes administrativos.





**Figura 31. Organigrama de Cooperativa ELGA Ltda.**

Fuente: Elaboración propia.

Este nuevo departamento el cual está siendo anexado al organigrama existente de la cooperativa ELGA realizara las funciones para la administración principal del producto del leasing habitacional apoyado por los departamentos ya existentes dentro de la cooperativa.

Para cada puesto de trabajo necesario para la operatividad de la nueva área de leasing inmobiliario, se requieren competencias, características y funciones diferentes a otros puestos. En la tabla 21 se describe el puesto de la coordinación de leasing inmobiliario como puesto principal para el manejo del área.

**Tabla 21. Descripción del puesto de coordinación de leasing inmobiliario.**

DETALLES	
Nombre de la empresa:	Cooperativa ELGA Ltda.
Nombre del puesto:	Coordinador de Leasing Inmobiliario.
Reporta a:	Gerencia Comercial.
Supervisa a:	Asistentes administrativos.
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Objetivo:	Planear, organizar, dirigir y administrar el departamento de leasing inmobiliario
FUNCIONES	
1. Coordinar, programar y ejecutar las actividades de los grupos de trabajo para finalmente lograr	
2. Elaborar cronogramas de trabajo.	
3. Crear un clima de trabajo cordial.	
4. Fomentar la participación y el espíritu del trabajo en equipo.	
5. Supervisar las tareas asignadas al equipo.	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Formación académica:	Licenciatura en carreras con orientación a ciencias administrativas.
Experiencia requerida:	2 años mínimo.
Competencias:	Conocimientos en dirección y administración de empresas.
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental:	Manejo de estrés.
Físico:	Cansancio mínimo.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones de lugar de trabajo:	Contará con un escritorio y equipamiento requerido para su desempeño de labores.
Riesgos:	Trabajo de alta responsabilidad, trato y servicio al cliente interno y externo.
Rango Salarial	L 32,000.00

Fuente: Elaboración propia.

En la tabla 22 se describe el puesto de asistentes administrativos, en el cual se requiere de dos personas para la operatividad del área, quienes serán el apoyo principal de la coordinación del leasing inmobiliario para el manejo y funcionamiento adecuado del departamento.

**Tabla 22. Descripción del puesto de asistente administrativo.**

DETALLES	
Nombre de la empresa:	Cooperativa ELGA Ltda.
Nombre del puesto:	Asistentes administrativos.
Reporta a:	Coordinador de Leasing Inmobiliario
Supervisa a:	Ninguno
DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
Objetivo:	Recopilar, organizar y resguardar la información de expedientes, reportes diarios y contratos.
FUNCIONES	
1. Monitorear el registro de los pagos.	
2. Monitorear caducidad o fechas de vencimiento de los contratos.	
3. Gestionar incumplimientos de pago.	
4. Asistir y apoyar al coordinador de leasing inmobiliario en tareas que se le asignen.	
5. Control, custodia y resguardo de expedientes de leasing inmobiliario.	
ESPECIFICACIONES DEL PUESTO	
Formación académica:	Pasante universitario carreras con orientación a ciencias administrativas.
Experiencia requerida:	No requerida
Competencias:	Manejo de caja, office, trabajo en equipo.
NIVEL DE ESFUERZO	
Mental:	Manejo de estrés.
Físico:	Cansancio medio.
CONDICIONES DE TRABAJO	
Condiciones de lugar de trabajo:	Contará con un escritorio y equipamiento requerido para su desempeño de labores.
Riesgos:	Perdida o extravío de documentos.
Rango Salarial	L 22,400.00

Fuente: Elaboración propia.

Para el costo de los salarios del nuevo personal que estará operando en el departamento de leasing habitacional, también se consideraron las cargas sociales, que gozaran cada empleado para ser considerados en el cálculo de las proyecciones financieras. (Ver anexo 5)

La demanda de clientes proyectados se estimó en 4,477 clientes, por tanto, se requiere de dos personas que asistan la demanda operativa y administrativa que generará la adquisición de nuevos contratos de leasing inmobiliario.

## 6.7 ESTUDIO FINANCIERO

### 6.7.1 PLAN DE INVERSIÓN

El resumen del plan de inversión que se presenta en la tabla 23, muestra que se requiere de una inversión inicial de L. 15,475,825 para la adquisición de activo fijo y capital de trabajo necesarios para el inicio de operaciones del departamento de leasing inmobiliario.

Los activos fijos representan el 1% de la inversión y se consideran los equipos para proporcionar servicios, el mobiliario y equipo administrativo que forman parte del concepto de negocio. El capital de trabajo y plan de marketing representan el 99% de la inversión para sostener la operatividad inicial del proyecto y cumplir con las obligaciones en un periodo mínimo de un año.

**Tabla 23. Plan de Inversión Inicial**

<b>PLAN DE INVERSIÓN INICIAL</b>		
<b>Mobiliario y Equipo</b>	<b>Importe</b>	<b>%</b>
Escritorios	L 6,210.00	0.0%
Sillas Secretariales	L 12,247.50	0.1%
Computadora de escritorio	L 73,864.50	0.5%
Computadora portátil	L 21,275.00	0.1%
Archivero metálico 4 gavetas	L 8,058.05	0.1%
Teléfono IP	L 10,860.15	0.1%
Impresora multifuncional	L 14,948.85	0.1%
Mesa para conferencia	L 6,428.50	0.0%
Sillas para mesa de conferencia	L 10,281.00	0.1%
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>L 164,173.55</b>	<b>1%</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>L 15,311,652.23</b>	<b>99%</b>
Fondeo primeros contratos	L 6,046,279.81	39.1%
Sueldos y Salarios	L 7,747,372.41	50.1%
Plan de Marketing	L 1,518,000.00	9.8%
<b>Inversión Inicial</b>	<b>L 15,475,825.78</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 6.7.1.1 ESTRUCTURA Y COSTO DE CAPITAL

La tabla 24 muestra la estructura de capital que se utiliza para iniciar las operaciones de la empresa y bajo la cual se planea operar; consistente de un 100% de acciones. Asimismo, muestra que el costo de capital requerido para financiar las operaciones de la inversión es de un 5% como tasa promedio ponderada que la cooperativa paga por este dinero captado y que será destinado al proyecto.

**Tabla 24. Estructura y Costo de Capital Inicial.**

<b>COSTO DE CAPITAL</b>			
Fuente	Importe	Costo Financiero	Participación
<b>Cooperativa ELGA</b>	<b>L 15,475,825.78</b>	<b>5%</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia.

### 6.7.1.2 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Para determinar la proyección de ingresos se consideró la cuota mensual en base al promedio de financiamiento según los ingresos de las personas encuestadas y la relación que pagan actualmente por concepto de alquiler y cuota de vivienda, como se muestra en las tablas 25, 26, 27 y 28.

**Tabla 25. Ingreso promedio de las personas encuestadas.**

Ingresos	Porcentaje	Parámetro	Pago Promedio	Relación	Cuota Ingreso
Menos de 10mil	6%	6%	L 10,000.00		40%
de 11mil a 20mil	35%	94%	L 26,000.00	L	10,400.00
de 21mil a 30mil	34%				
de 31mil a 40mil	12%				
mas de 41mil	13%				
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>94%</b>	<b>L 18,000.00</b>	<b>L</b>	<b>10,400.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 25 muestra que el 94% representa la mayor concentración promedio de ingresos, por lo que se toma el promedio del rango salarial obteniendo L. 26,000.00 de ingreso mensual promedio, como cuota máxima se establece un 40% de ingreso, obteniendo de esta manera L. 10,400.00 como media, estimando con esta cuota promedio un monto de financiamiento L. 1,003,493.03 bajo las condiciones de plazo y tasa plasmadas en la tabla 15.

**Tabla 26. Pago promedio por concepto de préstamo**

Cuota Préstamo	Porcentaje	Parámetro	Pago Promedio
de 4mil a 6 mil	36%	86%	L 9,500.00
de 7mil a 10mil	34%		
de 11mil a 15mil	16%		
de 16mil a 20mil	10%	14%	L 19,000.00
mas de 21mil	4%		
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>14%</b>	<b>L 14,250.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 26 muestra que el 86% de las personas pagan L. 9,500.00 por concepto de préstamo de vivienda.

En la tabla 27 se observa que el 96% de las personas pagan en promedio L. 9,000.00 por concepto de alquiler de vivienda.

**Tabla 27. Pago promedio por alquiler de viviendas.**

Cuota Alquiler	Porcentaje	Parámetro	Pago Promedio
de 3mil a 6 mil	58%	96%	L 9,000.00
de 7mil a 10mil	27%		
de 11mil a 15mil	12%		
de 16mil a 20mil	2%	4%	L 18,500.00
mas de 20mil	1%		
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>4%</b>	<b>L 13,750.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 28 muestra el promedio ponderado que pagan las personas por concepto de alquiler o cuota de préstamo hipotecario de vivienda.

**Tabla 28. Pago promedio ponderado entre alquiler y cuota de vivienda.**

Promedio alquiler - Cuota	Porcentaje	Parámetro	Pago Promedio
de 3mil a 6 mil	47%	91%	L 9,250.00
de 7mil a 10mil	30%		
de 11mil a 15mil	14%		
de 16mil a 20mil	6%	9%	L 18,750.00
mas de 20mil	3%		
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>L 14,000.00</b>

Fuente: Elaboración propia.

La tabla 29 muestra el ingreso generado mensualmente y anualmente por la acumulación de los contratos vigentes de leasing habitacional proyectados a captar por la cuota promedio estimada.

**Tabla 29. Ingresos proyectados por contratos acumulados de leasing.**

Meses		Año 1		Año 2		Año 3		Año 4		Año 5	
TOTAL		L	2,888,610	L	14,441,776	L	31,258,312	L	48,074,849	L	64,891,385
1	Enero	L	37,033	L	561,183	L	1,962,561	L	3,363,939	L	4,765,317
2	Febrero	L	74,067	L	677,965	L	2,079,343	L	3,480,721	L	4,882,099
3	Marzo	L	111,100	L	794,746	L	2,196,124	L	3,597,502	L	4,998,880
4	Abril	L	148,134	L	911,528	L	2,312,906	L	3,714,284	L	5,115,662
5	Mayo	L	185,167	L	1,028,309	L	2,429,687	L	3,831,065	L	5,232,443
6	Junio	L	222,201	L	1,145,091	L	2,546,469	L	3,947,847	L	5,349,225
7	Julio	L	259,234	L	1,261,872	L	2,663,250	L	4,064,628	L	5,466,006
8	Agosto	L	296,268	L	1,378,654	L	2,780,032	L	4,181,410	L	5,582,788
9	Septiembre	L	333,301	L	1,495,435	L	2,896,813	L	4,298,191	L	5,699,569
10	Octubre	L	370,335	L	1,612,217	L	3,013,595	L	4,414,973	L	5,816,351
11	Noviembre	L	407,368	L	1,728,998	L	3,130,376	L	4,531,754	L	5,933,132
12	Diciembre	L	444,402	L	1,845,780	L	3,247,158	L	4,648,536	L	6,049,914

Fuente: Elaboración Propia.

### 6.7.1.3 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS.

La tabla 30 presenta la clasificación de los principales costos y gastos presupuestados para un periodo de cinco años, asociados a la operatividad del departamento de leasing. Se observa que los costos financieros y los sueldos y salarios representan un alto costo en relación a los costos totales.

**Tabla 30. Presupuesto de costos y gastos proyectados.**

Costos Fijos	Años 1		Años 2		Años 3		Años 4		Años 5	
	L	1,733,599	L	1,893,502	L	2,077,182	L	2,289,082	L	2,534,635
Sueldos y Salarios	L	1,701,093	L	1,860,995	L	2,044,676	L	2,256,575	L	2,502,129
Depreciación mobiliario y equipo	L	32,506	L	32,506	L	32,506	L	32,506	L	32,506
Costos Variables	L	278,400	L	281,290	L	287,259	L	296,517	L	309,355
Papelería y útiles	L	36,000	L	39,384	L	42,937	L	46,668	L	50,585
Servicios Públicos	L	57,600	L	63,014	L	69,234	L	76,409	L	84,724
Telefonía	L	38,400	L	42,010	L	46,156	L	50,939	L	56,482
Internet	L	26,400	L	28,882	L	31,732	L	35,021	L	38,832
Capacitación personal	L	120,000	L	108,000	L	97,200	L	87,480	L	78,732
Costo Financiero	L	1,179,025	L	5,894,602	L	12,758,495	L	19,622,387	L	26,486,280
Gastos de Publicidad	L	2,243,554	L	4,674,210	L	7,126,084	L	9,603,141	L	12,110,229
Mercadeo	L	1,518,000	L	1,660,692	L	1,824,602	L	2,013,695	L	2,232,819
Gastos de mantenimiento 1%	L	725,554	L	3,013,518	L	5,301,482	L	7,589,446	L	9,877,410
Totales	L	4,255,553	L	6,849,001	L	9,490,525	L	12,188,740	L	14,954,219

Fuente: Elaboración Propia.

#### 6.7.1.4 CUADRO DE DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La tabla 31 detalla la manera en que se deprecia el mobiliario y equipo requeridos para acondicionar el nuevo departamento de leasing habitacional el cual asciende a L. 164,174.00 utilizando el método de precisión en línea recta, para depreciar un valor de L. 162,532.00

**Tabla 31. Depreciación del mobiliario y equipo**

Activo Fijo	Costo del Activo	Valor Residual	Valor Depreciable	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Escritorios	L 6,210	L 62	L 6,148	5	L 1,230	L 1,230	L 1,230	L 1,230	L 1,230
Sillas Secretariales	L 12,248	L 122	L 12,125	5	L 2,425	L 2,425	L 2,425	L 2,425	L 2,425
Computadora de escritorio	L 73,865	L 739	L 73,126	5	L 14,625	L 14,625	L 14,625	L 14,625	L 14,625
Computadora portátil	L 21,275	L 213	L 21,062	5	L 4,212	L 4,212	L 4,212	L 4,212	L 4,212
Archivero metálico 4 gavetas	L 8,058	L 81	L 7,977	5	L 1,595	L 1,595	L 1,595	L 1,595	L 1,595
Teléfono IP	L 10,860	L 109	L 10,752	5	L 2,150	L 2,150	L 2,150	L 2,150	L 2,150
Impresora multifuncional	L 14,949	L 149	L 14,799	5	L 2,960	L 2,960	L 2,960	L 2,960	L 2,960
Mesa para conferencia	L 6,429	L 64	L 6,364	5	L 1,273	L 1,273	L 1,273	L 1,273	L 1,273
Sillas para mesa de conferencia	L 10,281	L 103	L 10,178	5	L 2,036	L 2,036	L 2,036	L 2,036	L 2,036
<b>Total</b>	<b>L 164,174</b>	<b>L 1,642</b>	<b>L 162,532</b>		<b>L 32,506</b>	<b>L 32,506</b>	<b>L 32,506</b>	<b>L 32,506</b>	<b>L 32,506</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.7.1.5 ESTADO DE RESULTADOS

El estado de resultados de la tabla 32 se proyecta a cinco años y consolida la información de las variables económicas previamente calculadas y necesarias para determinar las utilidades del proyecto. El estado de resultado es la base para determinar los flujos netos de efectivo que genera el proyecto. Para elaborar el estado de resultados, se extrae de los ingresos lo que corresponde al pago del 15% antes de las utilidades netas.

**Tabla 32. Estado de resultados proyectados.**

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	L 2,888,610	L 14,441,776	L 31,258,312	L 48,074,849	L 64,891,385
Costos o insumos	L 278,400	L 281,290	L 287,259	L 296,517	L 309,355
Costo Financiero	L 1,179,025	L 5,894,602	L 12,758,495	L 19,622,387	L 26,486,280
Utilidad Bruta	L 1,431,186	L 8,265,884	L 18,212,558	L 28,155,944	L 38,095,750
Gastos Administrativos	L 1,701,093	L 1,860,995	L 2,044,676	L 2,256,575	L 2,502,129
Gastos de mercadeo y mantenimiento	L 2,243,554	L 4,674,210	L 7,126,084	L 9,603,141	L 12,110,229
Depreciación	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506
Utilidades Antes de Impuesto	-L 2,545,967	L 1,698,173	L 9,009,292	L 16,263,722	L 23,450,886
Contribución Social (15%)	L -	L 254,726	L 1,351,394	L 2,439,558	L 3,517,633
Estimación de cuentas incobrables	L 28,886	L 144,418	L 312,583	L 480,748	L 648,914
Utilidad Neta	-L 2,574,853	L 1,299,029	L 7,345,315	L 13,343,415	L 19,284,340

Fuente: Elaboración propia.



### 6.7.1.6 PRESUPUESTO DE EFECTIVO

La tabla 33 muestra el comportamiento a cinco años del flujo de efectivo generado por el nuevo departamento de leasing habitacional, en él se detallan las entradas y salidas de efectivo asociadas a las actividades de operación del proyecto. Se registran los ingresos que originan los contratos por servicios, así como los egresos por gastos operativos y obligaciones fiscales, para calcular el flujo de caja económico. Luego, se registran los egresos para determinar el flujo de caja financiero que es el dato que pasa a formar parte del balance general. Se observa que, a futuro, la disponibilidad de efectivo aumenta y se determina que existe efectivo suficiente para cumplir con los compromisos.

**Tabla 33. Presupuesto de efectivo proyectados a cinco años.**

PRESUPUESTO DE EFECTIVO PROYECTADO						
	Anteproyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Saldo Inicial	L -	L 15,311,652	L 12,798,192	L 14,274,145	L 21,964,549	L 35,821,219
<b>Ingresos</b>						
Capital inicial	L 15,475,826					
Ingresos por Servicios		L 2,888,610	L 14,441,776	L 31,258,312	L 48,074,849	L 64,891,385
Venta de activo Fijo						L 1,642
<b>Ingresos Totales</b>	L 15,475,826	L 2,888,610	L 14,441,776	L 31,258,312	L 48,074,849	L 64,893,027
<b>Egresos</b>						
Compra de Activo fijo	L 164,174					
Pago de planilla salarial		L 1,701,093	L 1,860,995	L 2,044,676	L 2,256,575	L 2,502,129
Capacitaciones		L 120,000	L 108,000	L 97,200	L 87,480	L 78,732
Pago de servicios públicos		L 57,600	L 63,014	L 69,234	L 76,409	L 84,724
Pago de telefonía		L 38,400	L 42,010	L 46,156	L 50,939	L 56,482
Pago de Internet		L 26,400	L 28,882	L 31,732	L 35,021	L 38,832
Compra de papelería		L 36,000	L 39,384	L 42,937	L 46,668	L 50,585
Pago por publicidad		L 1,518,000	L 1,660,692	L 1,824,602	L 2,013,695	L 2,232,819
Pago de Contribución Social		L -	L 254,726	L 1,351,394	L 2,439,558	L 3,517,633
Costo Financiero		L 1,179,025	L 5,894,602	L 12,758,495	L 19,622,387	L 26,486,280
Gastos por mantenimiento		L 725,554	L 3,013,518	L 5,301,482	L 7,589,446	L 9,877,410
<b>Total Egresos</b>	L 164,174	L 5,402,071	L 12,965,823	L 23,567,908	L 34,218,179	L 44,925,625
<b>Flujo de Caja</b>	L 15,311,652	L 12,798,192	L 14,274,145	L 21,964,549	L 35,821,219	L 55,788,621

Fuente: Elaboración propia.

### 6.7.1.7 BALANCE GENERAL

El balance general de la tabla 34 presenta el comportamiento a cinco años de la situación financiera generada por el nuevo departamento y la contribución a la estructura de su patrimonio.

El mismo proporciona información sobre el valor en activos (recursos disponibles con los que cuenta), valor en pasivos y el capital contable.

**Tabla 34. Balance General Proyectado.**

Activos	Anteproyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Efectivo	L 15,311,652	L 12,798,192	L 14,274,145	L 21,964,549	L 35,821,219	L 55,788,621
Total Activo Circulante	L 15,311,652	L 12,798,192	L 14,274,145	L 21,964,549	L 35,821,219	L 55,788,621
Mobiliario y Equipo	L 164,174	L 164,174	L 164,174	L 164,174	L 164,174	L 164,174
Menos Depreciación acumulada		L 32,506	L 65,013	L 97,519	L 130,025	L 162,532
Equipo y mobiliario neto	L 164,174	L 131,667	L 99,161	L 66,654	L 34,148	L 1,642
Estimación de cuentas incobrables		L 28,886	L 173,304	L 485,887	L 966,635	L 1,615,549
<b>Total Activos</b>	<b>L 15,475,826</b>	<b>L 12,900,973</b>	<b>L 14,200,002</b>	<b>L 21,545,317</b>	<b>L 34,888,732</b>	<b>L 54,174,713</b>
<b>Pasivos</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>	<b>L -</b>
Capital Contable	L 15,475,826	L 12,900,973	L 14,200,002	L 21,545,317	L 34,888,732	L 54,173,071
Valor residual						L 1,642
<b>Total Capital Contable</b>	<b>L 15,475,826</b>	<b>L 12,900,973</b>	<b>L 14,200,002</b>	<b>L 21,545,317</b>	<b>L 34,888,732</b>	<b>L 54,174,713</b>

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.7.1.8 FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO.

**Tabla 35. Flujo de efectivo proyectado a cinco años**

	Anteproyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos netos	L 2,888,610	L 14,441,776	L 31,258,312	L 48,074,849	L 64,891,385	
Costo Financiero	L 1,179,025	L 5,894,602	L 12,758,495	L 19,622,387	L 26,486,280	
Costos por servicio	L 278,400	L 281,290	L 287,259	L 296,517	L 309,355	
Gastos operativos	L 3,944,646	L 6,535,205	L 9,170,760	L 11,859,716	L 14,612,357	
Depreciación	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	
Utilidad antes de Impuesto	-L 2,545,967	L 1,698,173	L 9,009,292	L 16,263,722	L 23,450,886	
Impuestos pagados	L -	L 254,726	L 1,351,394	L 2,439,558	L 3,517,633	
Depreciación	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	
Estimación de cuentas incobrables	L 28,886	L 144,418	L 312,583	L 480,748	L 648,914	
Total egresos	L 61,392	L 431,650	L 1,696,483	L 2,952,813	L 4,199,053	
Inversión Inicial	<b>-L 15,475,826</b>					
Flujo Neto de efectivo	-L 15,475,826	-L 2,607,359	L 1,266,523	L 7,312,809	L 13,310,908	L 19,251,833

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.7.1.9 TÉCNICAS DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Las técnicas utilizadas para evaluar el presupuesto del capital se desarrollan en este apartado, siendo el período de recuperación, el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y el índice de rentabilidad, utilizadas para determinar los criterios de evaluación.

#### 6.7.1.10 PERÍODO DE RECUPERACIÓN

En la tabla 36 se calcula el período de recuperación con los valores que toman las variables de su ecuación donde muestra que se requiere prácticamente 3 años con 10 meses para recuperar la inversión de L 15,475,826

**Tabla 36. Período de recuperación de la inversión inicial.**

Años	Flujo	Acumulado
0	-L 15,475,826	
1	-L 2,607,359	-L 18,083,185
2	L 1,266,523	-L 16,816,663
3	L 7,312,809	-L 9,503,854
4	L 13,310,908	L 3,807,055
5	L 19,251,833	L 23,058,888

<b>Periodo de Recuperación:</b>	3	Año
	10	Meses

Fuente: Elaboración propia.

#### 6.7.1.11 VALOR PRESENTE NETO Y TASA INTERNA DE RETORNO.

El proyecto genera flujos netos de efectivo por un valor total que asciende a L. 38,534,714 en un período de análisis de cinco años; sobre los cuales se realiza el cálculo de los indicadores de rentabilidad en la tabla 37.

**Tabla 37. Cálculo del valor presente neto y tasa interna de rendimiento.**

Variables	Valor
Flujos descontados	L 38,534,714
Valor presente neto	L 5,366,392
Tasa Interna de rendimiento	23%

Fuente: Elaboración propia

Descontando los flujos a una tasa del 14.8%, la cual está compuesta por un 5% del costo financiero que la cooperativa paga, más la tasa de inflación al cierre del periodo del 2022 de un 9.8%. Esto flujos representan L. 38,534,714 descontados a la tasa del 14.8% a valor presente neto generan L. 5,366,393 lo que implica una ganancia luego de haber recuperado la inversión inicial y

generando una tasa interna de rendimiento del 23% muy superior a la tasa mínima de rendimiento esperada del 10% por lo que la inversión es económicamente viable bajo un escenario ideal.

Para medir los posibles impactos positivos y negativos que puedan ocurrir en el proyecto de inversión se realizó el análisis de sensibilidad de los flujos de efectivo, donde en el peor de los escenarios con una reducción del 20% de los contratos proyectados se generaron flujos de efectivo descontados de L 36,753,186 con un valor presente neto de L 6,599,759 una tasa interna de retorno de 20% y un período de recuperación tres años y once meses. (ver anexo 7).

En el mejor de los escenarios con un aumento del 20% de los contratos proyectados se generaron flujos de efectivo descontados de L 40,365,367 con un valor presente neto de L4,099,016 una tasa interna de retorno de 25% y un período de recuperación tres años nueve meses. (ver anexo 8).

#### 6.7.1.12 INDICE DE RENTABILIDAD

La tabla 38 muestra el cálculo del índice de rentabilidad con los valores que toman las variables que componen su ecuación y su resultado indica que por cada L1.00 que se invierte se obtiene un rendimiento de L 2.50

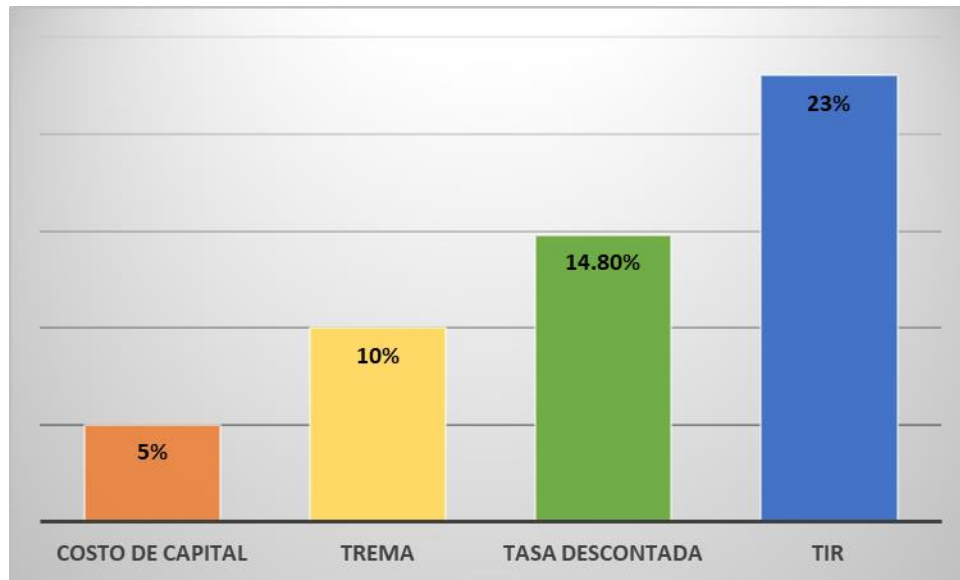
**Tabla 38. Cálculo de índice de rentabilidad.**

<b>Variables</b>	<b>Valor</b>
Flujos descontados	L 38,534,714
Inversión Inicial	L 15,475,826
Indice de Rentabilidad	L 2.5

Fuente: Elaboración propia.

## 6.8 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Después de analizar la información obtenida de cada estudio y el resultado final de la TIR, se determina que se rechaza la hipótesis nula, ya que a través del estudio económico se determinó que la TIR resultante es de 23%, este valor supera el costo de capital de 5%. Por lo que se confirma que incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA es factible como se muestra en la figura 32.



**Figura 32. Comparación entre TIR obtenida y Costo de Capital**

Fuente: elaboración propia

Habiendo demostrado que existe un mercado interesado en adquirir una vivienda mediante el modelo del leasing habitacional y que este modelo será financieramente factible para la cooperativa ELGA se muestra en este capítulo un plan de proyecto de puesta en marcha.

### **6.9 TÍTULO DE LA PROPUESTA**

Introducción de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA

### **6.10 JUSTIFICACIÓN DE LA PROPUESTA**

De acuerdo con los resultados obtenidos del estudio de mercado se puede observar en la figura 26 un interés de la población encuestada de un 62.7% por adquirir una vivienda. De igual manera la población encuestada mostró un interés del 65.5% de aceptación como se muestra en la figura 25, de una herramienta financiera donde se le pueda alquilar una vivienda para que al final de un periodo determinado tengan la opción de compra del inmueble a un valor relativamente bajo tal como lo es el leasing habitacional, por lo que se puede observar que existe un segmento de la población que puede ser cubierta por este servicio. Toda empresa necesita siempre buscar formas innovadoras de poder aumentar sus ingresos, al incorporarse el leasing habitacional dentro del

portafolio de productos de cooperativa ELGA contaría con una herramienta única de leasing orientada a la adquisición de vivienda ya que como se analizó en la sección 4.5.1.4 las demás instituciones financieras cuentan con leasing, pero orientado a otras actividades por lo que esta herramienta financiera será una buena opción para generar nuevos ingresos. El resultado del análisis financiero muestra que la propuesta es factible, en los resultados se puede observar que tenemos un alto índice de retorno de 23% un porcentaje mucho mayor a la tasa mínima de rendimiento esperada por la cooperativa si éstos fondos estuviesen en otras inversiones generarían un 5%, El periodo de recuperación es de tres años y diez meses, considerando estos indicadores la aplicación del proyecto contribuiría con los ingresos institucionales y diversificar el riesgo ampliando su portafolio de productos y servicios.

## **6.11 ALCANCE DE LA PROPUESTA**

### 6.11.1 OBJETIVO GENERAL

1. Crear e incorporar dentro de la cartera de productos financieros de Cooperativa ELGA el Leasing Habitacional

### 6.11.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Presentar la factibilidad de implementación de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA a la Gerencia Comercial, Gerencia General y Junta Directiva.
2. Analizar los posibles socios claves del sector construcción con los que puede realizar alianzas la cooperativa ELGA para la aplicación del leasing habitacional.
3. Crear e incorporar dentro del organigrama de la cooperativa ELGA el nuevo departamento de leasing habitacional.
4. Considerar la ficha técnica del leasing habitacional presentada en la tabla 15 para brindar la flexibilidad requerida con el fin de que el mercado meta pueda aplicar al contrato del leasing habitacional.
5. Implementar el lienzo del modelo de negocios descrito en la tabla 8.

Una vez cumplidos los objetivos específicos y el objetivo general, el alcance de la propuesta para su implementación queda en manos de los altos directivos haciendo entrega de la información recolectada en la presente investigación.

## **6.12 DESCRIPCIÓN Y DESARROLLO A DETALLE DE LA PROPUESTAS**

### **6.12.1 DESCRIPCIÓN**

Para poder llevar a cabo la propuesta de incorporación de leasing habitacional de cooperativa ELGA se demostrará que la alternativa cuenta con un mercado potencial y que es financieramente viable para generar nuevos ingresos dentro de la cooperativa ELGA. Para poder demostrar la factibilidad financiera con el mercado potencial existente e implementar el proyecto de leasing habitacional debe realizar lo siguiente:

1. Presentación de propuestas a Gerencia Comercial
2. Presentación de propuestas a Gerencia General
3. Presentación de propuestas a Junta Directiva
4. Solicitar a Gerencia General y a Recursos Humanos asignar un área dentro de la cooperativa para la ubicación del nuevo personal de leasing habitacional.
5. Compra de mobiliario y equipo para integración del nuevo departamento de leasing
6. Realizar el proceso de la contratación de personal
7. Hacer alianzas con socios claves según modelo de negocios
8. Elaboración de publicidad
9. Lanzamiento del producto

Los altos mandos serán los encargados de decir si se pone en marcha o no el proyecto de incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA.

### **6.12.2 DESARROLLO DE LOS ELEMENTOS**

1. Planificar y programar la disponibilidad de horarios y salas de juntas para reunión con Gerencia Comercial

2. Planificar y programar la disponibilidad de horarios y salas de juntas para reunión con Gerencia General
3. Planificar y programar la disponibilidad de horarios y salas de juntas para reunión con Junta Directiva.
4. Solicitar requerimiento de nueva área para las oficinas del leasing habitacional.
5. Solicitar al departamento de operaciones las compras del mobiliario presentando las cotizaciones.
6. Solicitar requerimiento de personal al departamento de recursos humanos para posterior lanzamiento de plazas disponibles usando medios de comunicación.
7. Planificar y programar reuniones con socios potenciales.
8. Desarrollo de publicidad por parte del departamento de mercadeo haciendo uso de software
9. Realizar el lanzamiento del producto mediante medios de comunicación masiva.

### **6.13 MEDIDAS DE CONTROL**

Las medidas de control que se llevarán a cabo para cumplir con la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA serán los siguientes:

1. Obtener visto bueno del Gerente Comercial mediante documento escrito
2. Obtener visto bueno del Gerente General mediante documento escrito
3. Obtener visto bueno de la Junta Directiva mediante documento escrito
4. Verificar que la nueva área asignada al departamento de leasing quede registrada dentro de los archivos de la cooperativa.
5. Dar seguimiento al proceso de compra del mobiliario y equipo mediante correo electrónico u oficios.
6. Revisión de curriculum vitae cumpliendo lo establecido en los perfiles de los empleados propuestos para dar el visto bueno para contratación.
7. Firma de convenios con los socios claves de acuerdo a lo hablado en las reuniones sostenidas.
8. Visto bueno de Gerencia Comercial del desarrollo de la publicidad.



9. Visto bueno de Gerencia Comercial para el lanzamiento de la publicidad.

## 6.14 CRONOGRAMA Y PRESUPUESTO DE IMPLEMENTACIÓN

### 6.14.1 CRONOGRAMA

#	TAREA	INICIO	FIN	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	Semana 13	Semana 14	Semana 15	Semana 16
1	Presentación de propuesta Gerencia Comercial	01/02/2023	03/02/2023	■															
2	Presentación de propuesta con Gerencia General	04/02/2023	06/02/2023	■	■														
3	Presentación de propuesta Junta Directiva	07/02/2023	09/02/2023		■	■													
4	Solicitar Gerencia General y a Recursos Humanos asignar un área dentro de la cooperativa para la ubicación del nuevo personal de leasing habitacional.	10/02/2023	13/02/2023		■	■													
5	Compra de mobiliario y equipo para integración del nuevo departamento de leasing	15/02/2023	05/03/2023			■	■	■	■										
6	Comenzar con el proceso de la contratación de personal	10/02/2023	25/02/2023		■	■	■												
7	Hacer alianzas con socios claves según modelo de negocios	06/03/2023	20/03/2023						■	■	■								
8	Elaboración de publicidad	21/03/2023	11/04/2023								■	■	■	■					
9	Lanzamiento del producto	12/04/2023	12/05/2023													■	■	■	■

**Figura 33. Cronograma para puesta en marcha del leasing habitacional**

Fuente: elaboración propia

### 6.14.2 PRESUPUESTO

El presupuesto requerido de acuerdo con lo planteado en el cronograma de implementación es de L. 15,475,825.78 como se muestra en la tabla 39:

**Tabla 39. Presupuesto de implementación leasing habitacional**

Mobiliario y Equipo	Importe
Escritorios	L 6,210.00
Sillas Secretariales	L 12,247.50
Computadora de escritorio	L 73,864.50
Computadora portátil	L 21,275.00
Archivero metálico 4 gavetas	L 8,058.05
Teléfono IP	L 10,860.15
Impresora multifuncional	L 14,948.85
Mesa para conferencia	L 6,428.50
Sillas para mesa de conferencia	L 10,281.00
<b>Total Activo Fijo</b>	<b>L 164,173.55</b>
<b>Capital de trabajo</b>	<b>L 15,311,652.23</b>
Fondeo primeros contratos	L 6,046,279.81
Sueldos y Salarios	L 7,747,372.41
Plan de Marketing	L 1,518,000.00
<b>Inversión Inicial</b>	<b>L 15,475,825.78</b>

Fuente: Elaboración propia.

## 6.15 CONCORDANCIA DE SEGMENTOS DE TESIS CON LA PROPUESTA.

A continuación, en la tabla 40 se muestra la concordancia de los segmentos de la tesis con la propuesta realizada.

**Tabla 40. Tabla de Concordancia**

Capítulo I			Capítulo II	Capítulo III			Capítulo V	Capítulo VI	
Título Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Teorías/Metodologías de sustento	Variables	Población	Técnicas	Conclusiones	Nombre de la propuesta	Objetivos propuesta
Prefactibilidad del Leasing Habitacional dentro del Portafolio de Productos de Cooperativa ELGA	Determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA por medio de análisis financieros y estudio de mercado para brindar una nueva opción de adquisición de vivienda dentro del mercado nacional	Determinar el mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA.	<b>Estudio de Mercado:</b> Análisis de la Demanda, Análisis de la oferta, Análisis de Precios	Demanda	Personas en el Distrito Central Mayores de 21 años	Encuesta	Del estudio de mercado se sabe que la demanda de viviendas siempre va en aumento, donde siempre existen nuevas inversiones por proyectos habitacionales, estas inversiones quedan justificadas al observar que las personas siempre muestran un interés alto por la adquisición de vivienda como se mostró en la encuesta aplicada con un porcentaje del 62.7%, por lo que el segmento de mercado está centrado en las personas por un interés alto en adquirir vivienda.	Introducción de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA	<b>Objetivo General</b>
		Oferta		Encuesta		Crear e incorporar dentro de la cartera de productos financieros de Cooperativa ELGA el Leasing Habitacional			
		Precio		Encuesta		Del estudio técnicos se determinó que la cooperativa ELGA para implementar el leasing habitacional se debe de regir por lo estipulado por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros mediante resolución No.031/15-01-2002 y agregar una nueva área dentro de su organización humana conformada por un coordinador de leasing y dos asistentes.	<b>Objetivos Específicos</b>		
		Comercialización		Encuesta			Presentar la factibilidad de implementación de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA a la Gerencia Comercial, Gerencia General y Junta Directiva.		

Capítulo I			Capítulo II	Capítulo III			Capítulo V	Capítulo VI		
Título Investigación	Objetivo General	Objetivos Específicos	Teorías/ Metodologías de sustento	Variables	Población	Técnicas	Conclusiones	Nombre de la propuesta	Objetivos propuesta	
Prefactibilidad del Leasing Habitacional dentro del Portafolio de Productos de Cooperativa ELGA	Determinar la prefactibilidad de incorporar el leasing habitacional dentro del portafolio de productos y servicios de la cooperativa ELGA por medio de análisis financieros y estudio de mercado para brindar una nueva opción de adquisición de vivienda dentro del mercado nacional	Análisis la diferencia entre un crédito hipotecario y un leasing habitacional.	<b>Estudio de Técnico:</b> Análisis de Capacidades, Determinación de la Organización humana, Determinación de la organización Jurídica	Localización	Personas en el Distrito Central Mayores de 21 años	Análisis Multicrítico y encuestas	Las fuentes de investigación demuestran que el leasing habitacional brinda una mayor facilidad para el acceso a vivienda a diferencia de los demás sistemas de financiación hipotecario donde también el estudio de mercado mostro que el 87.6 % de la población considera que el acceso al crédito hipotecario es muy riguroso.	Introducción de leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA	Análisis los posibles socios claves del sector construcción con los que puede realizar alianzas la cooperativa ELGA para la aplicación del leasing habitacional.	
				Tamaño		Análisis de capacidades				Crear e incorporar dentro del organigrama de la cooperativa ELGA el nuevo departamento de leasing habitacional.
				Equipo		Análisis de Capacidades				
		Determinar la aceptación de la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de la cooperativa ELGA mediante encuestas.		Procesos		Teórica Fundamentada			Tal y como se comprobó en el estudio de mercado se sabe que el nivel de interés real de optar por una nueva herramienta financiera para la adquisición de vivienda como lo es leasing habitacional fue de 21.18% lo que indica que existe un mercado potencial para poder implementar el leasing habitacional.	
				Organización humana		Análisis de Capacidades				
				Organización Jurídica		Teórica Fundamentada				
		Establecer las proyecciones financieras del leasing habitacional mediante análisis de la TIR.	Ingresos	Teórica Fundamentada		El estudio de prefactibilidad determinó que la incorporación del leasing habitacional dentro del portafolio de productos de cooperativa ELGA, genera una tasa interna de rendimiento de 72%, por lo tanto, se rechaza la hipótesis nula, ya que se supera el costo ponderado promedio de capital de 5%.				
			Costos Financieros	Teórica Fundamentada						
			Inversión Inicial	Análisis Económico/						
		Realizar una propuesta de implementación de leasing habitacional a la cooperativa con base en los resultados obtenidos en el estudio de prefactibilidad.	Costos Totales	Teórica Fundamentada						
			Depreciación	Teórica Fundamentada						
			Costo de Capital	Análisis Económico						
			Tasa Interna de Rendimiento	Análisis Económico						
				Considerar la ficha técnica del leasing habitacional presentada en la tabla 15 para brindar la flexibilidad requerida con el fin de que el mercado meta pueda aplicar al contrato del leasing habitacional.						
				Implementar el lienzo del modelo de negocios descrito en la tabla 8.						

## BIBLIOGRAFÍA

- AELR. (30 de September de 2020). *Leasing desglosado por sectores. Inversion nueva*. Recuperado el 7 de November de 2022, de Estadísticas 2020: <https://ael.es/index.php/es/leasing/2020-1/14656-estadisticas-aelr-2020-septiembre/file>
- Argueta, R. (6 de February de 2017). *Honduras: Unos 250,000 capitalinos residen en casas en alquiler*. Recuperado el 6 de November de 2022, de El Heraldo: <https://www.elheraldo.hn/tegucigalpa/honduras-unos-250000-capitalinos-residen-en-casas-en-alquiler-IAEH1041797#image-1>
- Asobancaria. (. de Septiembre de 2021). *LEASING*. Recuperado el 6 de November de 2022, de Asobancaria: [https://www.asobancaria.com/leasing/wp-content/uploads/2022/01/Informe%20Trimestral%20de%20Leasing\\_Septiembre-2021.pdf](https://www.asobancaria.com/leasing/wp-content/uploads/2022/01/Informe%20Trimestral%20de%20Leasing_Septiembre-2021.pdf)
- Baca Urbina, G. (. de . de 2010). *Evaluación de Proyectos*. Recuperado el 9 de November de 2022, de WordPress.com: <https://econforesyproyec.files.wordpress.com/2014/11/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Burger, A. (3 de October de 2008). *Economía/Finanzas.- España ocupa el cuarto puesto en el índice europeo de inversión en 'leasing' inmobiliario*. Recuperado el 6 de November de 2022, de Europa Press: <https://www.europapress.es/economia/finanzas-00340/noticia-economia-finanzas-espana-ocupa-cuarto-puesto-indice-europeo-inversion-leasing-inmobiliario-20081003123924.html>
- Cantoni, N. M. (1 de octubre de 2009). *Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales ISSN*. Recuperado el 20 de November de 2022, de Revista Argentina de Humanidades y Ciencias Sociales ISSN: [https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs\\_v7\\_n2\\_06.htm](https://www.sai.com.ar/metodologia/rahycs/rahycs_v7_n2_06.htm)
- Chain, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Segunda Edición ed.). PERSON.

- Chain, N. S. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación* (Vol. Segunda edición). Santiago de Chile: Person Educación.
- Código de Comercio Honduras. (15 de Septiembre de 2022). *Congreso Nacional de Honduras Código de Comercio*. Recuperado el 11 de December de 2022, de Honduras e-regulations: [https://www.ccit.hn/\\_files/ugd/454fda\\_0873e109a43341b198efc6946b2683bc.pdf](https://www.ccit.hn/_files/ugd/454fda_0873e109a43341b198efc6946b2683bc.pdf)
- Coll, F. (07 de Septiembre de 2020). *Mezcla de mercadotecnia - Qué es, definición y concepto / 2022*. Recuperado el 13 de December de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/mezcla-de-mercadotecnia.html>
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (8 de Febrero de 2014). *Norma sobre operaciones de arrendamiento Financiero*. Recuperado el 11 de December de 2022, de Comisión Nacional de Bancos y Seguros: <https://www.cnbs.gob.hn/files/CIRCULARES/CNBS2014/33350.pdf>
- Cooperativa ELGA. (2022). Saldo de cartera y numero de operaciones sector vivienda.
- Corvo, H. S. (25 de April de 2019). *TMAR (tasa mínima aceptable de rendimiento): qué es, cálculo*. Recuperado el 1 de December de 2022, de Lifeder: <https://www.lifeder.com/tmar-tasa-minima-aceptable-rendimiento/>
- Esan Business School. (4 de Junio de 2022). *El PRI: uno de los indicadores que más llama la atención de los inversionistas / Conexión ESAN*. Recuperado el 2 de December de 2022, de ESAN: <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/el-pri-uno-de-los-indicadores-que-mas-llama-la-atencion-de-los-inversionistas>
- Feria, E., & Ortiz, C. (13 de March de 2021). *Leasing financiero creció 4,6% el año pasado, según reciente informe de Asobancaria*. Recuperado el 6 de November de 2022, de LaRepublica.co: <https://www.larepublica.co/finanzas/leasing-financiero-crecio-4-6-el-ano-pasado-segun-reciente-informe-de-asobancaria-3138398>
- Fernández, J. R. (23 de November de 2021). *Tasa interna de retorno (TIR): ¿Qué es y cómo se calcula?* Recuperado el 11 de November de 2022, de Sage: <https://www.sage.com/es-es/blog/tasa-interna-de-retorno-tir-que-es-y-como-se-calcula/>

Fernández, L. (2013). *Análisis Comparativo y Financiero del Leasing Habitacional y el Crédito Hipotecario en Barranquilla, Distrito Industrial, Especial y Portuario, “2008 - 2011”*. Universidad de la Costa CUC.

Fundamentos de Negocio. (3 de Marzo de 2004). *Fundamentos de negocio*. Recuperado el 2 de December de 2022, de Fundamentos de negocio: [https://www.nafin.com/portalfn/files/secciones/capacitacion\\_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Finanzas/finanzas3\\_6.pdf](https://www.nafin.com/portalfn/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Finanzas/finanzas3_6.pdf)

García, E. (2003). *Leasing Habitacional: Mecanismo para facilitar el acceso a vivienda de interes socila*. Universidad de los Andes.

Giraldo Gómez, S. (2015). *Leasing Habitacional: Un mecanismo para que las personas de escasos recursos adquieran vivienda en Medellín*. Institución Universitaria Esumer.

Gonzáles, G. M. (5 de Abril de 2005). *El crédito hipotecario y el acceso a la vivienda para los hogares de menores ingresos en América Latina*. Recuperado el 6 de November de 2022, de Repositorio CEPAL: [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11003/1/085115129\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/11003/1/085115129_es.pdf)

Guiafimen. (16 de January de 2020). *Cautela sobre la expansión del Leasing en Europa en 2020 / guiafinem*. Recuperado el 6 de November de 2022, de Guía de la Financiación Empresarial: <https://guiafinem.com/cautela-la-expansion-del-leasing-europa-2020/>

Guiafimen. (16 de January de 2020). *Cautela sobre la expansión del Leasing en Europa en 2020 / guiafinem*. Recuperado el 6 de November de 2022, de GUÍA DE LA FINANCIACIÓN EMPRESARIAL: <https://guiafinem.com/cautela-la-expansion-del-leasing-europa-2020/>

Hernández Sapieri, R. (1 de Diciembre de 2014). *Metodología de la investigación - Sexta Edición*. Recuperado el 20 de November de 2022, de UCA: <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>

Herrera, Y. (12 de January de 2022). *Diferencia entre utilidad neta y utilidad bruta en contabilidad*. Recuperado el 21 de November de 2022, de Blog Nubox: <https://blog.nubox.com/contadores/diferencia-entre-utilidad-neta-y-utilidad-bruta>

- Idealista. (5 de April de 2021). *leasing inmobiliario en España — idealista/news*. Recuperado el 6 de November de 2022, de Idealista: <https://www.idealista.com/news/finanzas/inversion/2021/04/05/789723-la-inversion-en-leasing-inmobiliario-empieza-a-remontar-el-vuelo-tras-tocar-minimos-en>
- INE. (2021). *CIFRAS DE PAÍS – INE*. Recuperado el 16 de December de 2022, de Instituto Nacional de Estadística Honduras: <https://www.ine.gob.hn/V3/cifras-de-pais/>
- La Ley. (6 de noviembre de 2018). *Home*. Recuperado el 20 de November de 2022, de YouTube: [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAA AEAMtMSbF1jTAAASNTM0tztbLUouLM\\_DxbIwMDS0NDQ7BAZlqlS35ySGVBqm1aYk5xKgA9SRRANQAAAA==WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAA AEAMtMSbF1jTAAASNTM0tztbLUouLM_DxbIwMDS0NDQ7BAZlqlS35ySGVBqm1aYk5xKgA9SRRANQAAAA==WKE)
- La Prensa. (23 de Junio de 2022). Obtenido de La Prensa: <https://www.laprensa.hn/premium/350-000-hogares-hondurenos-alquilan-casa-ine-AB8773417>
- La Prensa. (6 de Noviembre de 2022). *La Prensa*. Obtenido de Un 13% crece el mercado de la renta de equipos en Centroamérica: <https://www.laprensa.hn/economia/dineroynegocios/un-13-crece-el-mercado-de-renta-de-equipos-en-centroamerica-BDLP1067350#image-1>
- López, N. (2004). *El leasing habitacional y el credito de financiamiento de vivienda a largo plazo en U.V.R. un estudio comparado*. Universidad de los Andes.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta edición ed.). PEARSON EDUCATION.
- Nubox. (20 de May de 2020). *Flujo de caja proyectado: ¡Que no te sorprenda la falta de liquidez!* Recuperado el 2 de December de 2022, de Blog Nubox: <https://blog.nubox.com/empresas/flujo-de-caja-proyectado>
- Osterwalder, A. (. de Junio de 2011). *Deneración de modelos de negocios*. Recuperado el 11 de December de 2022, de Generación de modelos de negocio: <https://webaplicacion.apn.gob.pe/proyecto/wp-content/uploads/2021/05/Generacion-de-modelos-de-negocio.pdf>
- Padilla, M. C. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos* . Bogota: ECO EDICIONES .

- Palacios, B. (24 de October de 2022). *Honduras construyó más casas que apartamentos en el 2T 2022*. Recuperado el 13 de December de 2022, de Honduras construyó más casas que apartamentos en el 2T 2022 | República Inmobiliaria: <https://www.republicainmobiliaria.com/editorial/mas-casas-que-apartamentos-honduras/>
- QuestionPro. (29 de October de 2012). *Losing Paradise*. Recuperado el 11 de November de 2022, de [YouTube](https://www.youtube.com/watch?v=U8sxIoy2qr8m1L4e): <https://docs.google.com/document/d/1LP16oEO7yIHvVFciU8sxIoy2qr8m1L4e/edit#heading=h.uuphgdjfmww5>
- Raeburn, A. (1 de July de 2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)* • Asana. Recuperado el 12 de December de 2022, de Asana: <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Rodríguez, J. (2012). *“Financiación de Vivienda en Colombia: El leasing habitacional como alternativa al crédito hipotecario”*. Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario.
- Rodríguez, L. (7 de December de 2018). *Crear un banco requerirá de L 600 millones de capital en Honduras*. Recuperado el 12 de December de 2022, de El Heraldo: <https://www.elheraldo.hn/economia/crear-un-banco-requerira-de-l-600-millones-de-capital-en-honduras-NCEH1240296>
- Roldán, P. N. (08 de Junio de 2016). *Impuesto - Qué es, definición y concepto | 2022*. Recuperado el 21 de November de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/impuesto.html>
- Salas, D. (19 de Noviembre de 2019). *Diseño de Teoría Fundamentada*. Recuperado el 21 de November de 2022, de Investigalia: <https://investigaliacr.com/investigacion/disenio-de-teoria-fundamentada/>
- Sánchez, J., & Coll, F. (9 de Febrero de 2016). *Presupuesto - Qué es, definición y concepto | 2022*. Recuperado el 2 de December de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/presupuesto.html>



- Santander, B. (7 de January de 2022). *5 fuerzas de Porter: qué son y para que sirven*. Recuperado el 12 de December de 2022, de Qué y cómo se utilizan las 5 fuerzas de Porter | Blog Becas Santander: <https://www.becas-santander.com/es/blog/5-fuerzas-de-porter.html>
- Sejas, M. (2010). “*Marco legal para la implementación del leasing habitacional en las mutuales de ahorro y préstamo para la vivienda*”. UNIVERSIDAD MAYOR DE SAN ANDRÉS.
- Sevilla, A. (01 de noviembre de 2015). *Inflación - Qué es, definición y significado | 2022*. Recuperado el 21 de November de 2022, de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/inflacion.html>
- Simian, J. (2010). *Logros y desafíos de la politica habitacional en Chile*. Universidad de los Andes.
- Sociedad Peruana de Bienes Raices. (14 de April de 2015). *¿QUÉ ES EL LEASING INMOBILIARIO? - El Blog Inmobiliario N° 1 del Perú*. Recuperado el 12 de December de 2022, de Sociedad Peruana de Bienes Raíces: <https://bienesraices.com/blogs/que-es-el-leasing-inmobiliario/>
- Software delsol. (7 de Marzo de 2022). *▷ Coste del capital ¿Qué es?* Recuperado el 2 de December de 2022, de Software DELSOL: <https://www.sdelso.com/glosario/coste-del-capital/>
- Taipe, M. (8 de Junio de 2020). *Arrendamiento financiero o leasing: qué es, elementos, clases y aplicación*. Recuperado el 11 de December de 2022, de Gestipolis: <https://www.gestipolis.com/el-arrendamiento-financiero-o-leasing/>
- Universidad de Guadalajara. (20 de Noviembre de 2022). *Clasificación general de las fuentes de información | Biblioteca Virtual del Sistema de Universidad Virtual*. Recuperado el 20 de November de 2022, de Biblioteca UDGVirtual: <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/portal/clasificacion-general-de-las-fuentes-de-informacion>
- Zuniga, M. M. (Marzo de 2007). *El contrato de leasing*. Recuperado el 11 de December de 2022, de Repositorio Institucional UCC: <https://repository.ucc.edu.co/handle/20.500.12494/4994>

## ANEXO 3 PRUEBA DE CONFIABILIDAD DE ENCUESTA PILOTO

### Revisión de 3 expertos en el área:

Experto 1:

Profesión: Ingeniero Industrial, MBA y MDM

Años de experiencia Laboral: más de 30 años

Experto 2:

Profesión: Doctora en Dirección Empresarial

Años de experiencia Laboral: 15 años

Experto 3:

Profesión: Máster en Gestión de Proyectos

Años de experiencia Laboral: 28 años

### Cálculo de confiabilidad Alfa de Cronbach prueba piloto

CALCULO DE CONFIABILIDAD ALFA DE CRONBACH PRUEBA PILOTO										
ENCUESTADOS	ITEMS									SUMA
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	
E1	5	1	1	4	4	4	4	2	2	27
E2	5	3	2	2	5	5	5	2	5	34
E3	5	3	1	5	5	3	5	1	5	33
E4	5	1	2	2	1	4	4	1	5	25
E5	5	2	2	2	3	4	5	2	2	27
E6	5	1	1	1	1	2	3	1	5	20
E7	2	1	1	2	2	2	1	1	2	14
E8	4	1	2	5	5	5	5	2	5	34
E9	2	1	1	1	1	1	1	2	2	12
E10	5	1	2	1	1	1	5	1	1	18
E11	5	1	1	3	3	3	2	1	1	20
E12	5	5	1	1	1	1	1	3	5	23
E13	5	1	1	1	2	1	3	2	5	21
E14	5	1	1	4	5	4	4	1	3	28
VARIANZA	1.107	1.372	0.230	2.102	2.740	2.122	2.388	0.388	2.673	
SUMATORIA DE VARIANZAS	15.122									
VARIANZA DE LA SUMA DE LOS ÍTEMS	45.571									

$$\alpha = \frac{K}{K - 1} \left[ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$\alpha$ : Coeficiente de confiabilidad del cuestionario

$k$ : Número de ítems del instrumento

$\sum_{i=1}^k S_i^2$ : Sumatoria de las varianzas de los ítems.

$S_T^2$ : Varianza total del instrumento.

0.75

9

15.122

45.571

RANGO	CONFIABILIDAD
0-0.53	Confiabilidad Nula
0.54-0.59	Confiabilidad baja
0.60-0.65	Confiable
0.66-0.71	Muy Confiable
0.72-0.99	Excelente Confiabilidad
1	Confiabilidad perfecta

## ANEXO 4. ENCUESTA DE ESTUDIO DE MERCADO



Estimado encuestado:

Le solicitamos unos minutos de su tiempo para responder a este cuestionario sobre la implementación de un nuevo producto financiero orientado a la adquisición de vivienda exclusivamente para fines educativos.

De antemano, muchas gracias por su colaboración y tiempo invertido.

**1.** Indique el tipo de vivienda en la que reside:

- Propia
- Alquilada
- Familiar

**2.** ¿Qué tan interesado está en comprar una vivienda?

- Muy desinteresado (1)
- Algo desinteresado (2)
- Ni desinteresado, ni interesado (3)
- Algo interesado (4)
- Muy Interesado (5)

**3.** ¿Qué tan interesado está en alquilar una vivienda?

- Muy desinteresado (1)
- Algo desinteresado (2)

Ni desinteresado, ni interesado (3)

Algo interesado (4)

Muy Interesado (5)

4. Si usted alquila vivienda, indique ¿por cuánto tiempo ha estado alquilando? Si no es su caso, continúe en la pregunta 6.

0 a 5 años

6 años a 11 años

Mas de 12 años

5. Seleccione ¿cuál es el rango que paga actualmente por concepto de alquiler?

3,000 a 6,000 L

7,000 a 10,000 L

11,000 a 15,000 L

16,000 a 20,000 L

Mas de 20,000 L

6. Si usted es propietario de vivienda, podría indicarnos ¿cómo la adquirió? Si no es su caso, continúe en la pregunta 8.

Dinero propio

Préstamo o crédito hipotecario

Herencia

7. Indique el rango que paga actualmente por préstamo de vivienda.

4,000 a 6,000 L

7,000 a 10,000 L

11,000 a 15,000 L

16,000 a 20,000 L

Mas de 21,000 L

8. ¿Qué tan riguroso considera son las instituciones financieras para brindar un préstamo hipotecario?

Muy rigurosas (1)

Poco Rigurosas (2)

Nada rigurosas (3)

9. A continuación, se le presentan una serie de afirmaciones sobre los préstamos hipotecarios que las instituciones financieras ofrecen para la adquisición de viviendas. Por favor, indique que tan de acuerdo o desacuerdo está con cada una, marcando en la casilla que usted considere.

	Muy de acuerdo	De acuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
Prima inicial alta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Gastos de cierre alta	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Prima de seguro alto	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Interés alto	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

10. ¿Considera que las opciones que brindan las instituciones financieras al público en general para la adquisición de viviendas son muy limitadas?

Muy de acuerdo (1)

De acuerdo (2)

Ni de acuerdo, ni en desacuerdo (3)

En desacuerdo (4)

Muy en desacuerdo (5)

**11.** Podría indicarnos que tan interesado estaría en optar por un producto financiero para adquisición de vivienda, donde una institución financiera le alquile el inmueble con opción a compra a un precio relativamente bajo, como consecuencia de sus pagos de alquiler acumulados al final de un periodo determinado.

- Muy desinteresado (1)
- Algo desinteresado (2)
- Ni desinteresado, ni interesado (3)
- Algo interesado (4)
- Muy Interesado (5)

**12.** ¿Cuál es el medio de comunicación masivo que más utiliza

- Televisión
- Radio
- Periódicos
- Redes Sociales

**13.** ¿Cuál es su rango de edad?

- 21-30 años
- 31-40 años
- 41-50 años
- 51-60 años
- Mayor de 60 años

**14.** ¿Cuál es su ocupación?

- Estudiante

- Empleado
- Negocio propio
- Jubilado o pensionado
- Sin trabajo

**15.** ¿Cuál es su rango de ingreso mensual en lempiras?

- Menos de 10,000
- De 11,000 a 20,000
- De 21,000 a 30,000
- De 31,000 a 40,000
- Mas de 40,000

**16.** ¿Cuál es su género?

- Hombre
- Mujer

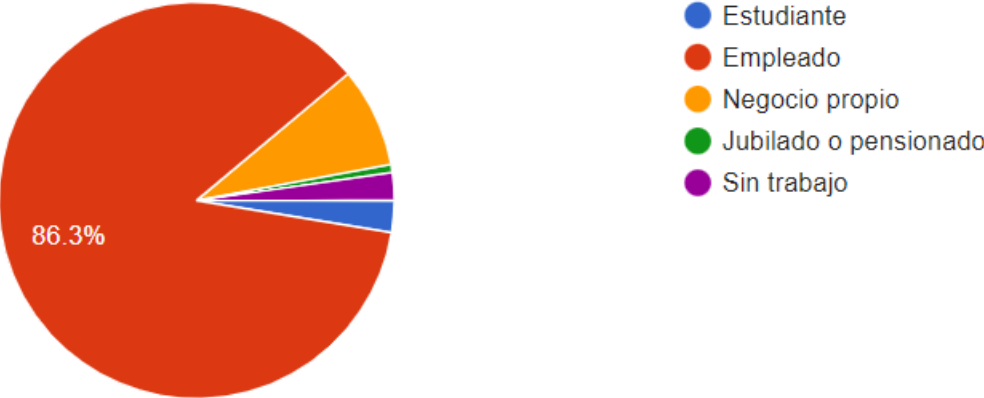
**¡Muchas Gracias!**



## ANEXO 5 SALARIO INCLUYENDO CARGOS SOCIALES Y BENEFICIOS

Costos de salarios incluyendo beneficios en un año				
Concepto	Coordinación	Asistente 1	Asistente 2	
Salario	L 32,000	L 29,710	L 29,710	
Cesantía	L 32,000	L 29,710	L 29,710	
Plan de Retiro	L 2,560	L 2,377	L 2,377	
Seguros privados	L 1,200	L 1,200	L 1,200	
Seguro Social	L 550	L 550	L 550	
RAP	L 480	L 446	L 446	
INFOP	L 320	L 297	L 297	
Costo Total al año	L 61,320	L 58,435	L 58,435	
Salario totales al año	L 448,000	L 415,945	L 415,945	
<b>Salario promedio mensual con costo de beneficios</b>	<b>L 42,443</b>	<b>L 39,532</b>	<b>L 39,532</b>	

**ANEXO 6 PERSONAS QUE CUENTAN CON UNA FUENTE DE INGRESO.**



De acuerdo al estudio de mercado aplicada se determinó que el 95% de las personas encuestadas cuenta con una fuente de ingreso como ser empleados, personas con negocio propio y jubilados y pensionados.

## ANEXO 7 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO PESIMISTA

Reducción del 20% de los contratos proyectados

	Anteproyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos netos	L	2,317,191	L13,386,848	L30,203,384	L47,019,921	L63,836,457
Costo Financiero	L	945,792	L 5,464,020	L12,327,912	L19,191,804	L26,055,697
Costos por servicio	L	278,400	L 281,290	L 287,259	L 296,517	L 309,355
Gastos operativos	L	3,801,119	L 6,391,677	L 9,027,232	L11,716,189	L14,468,830
Depreciación	L	32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506
Utilidad antes de Impuesto	-L	2,740,626	L 1,217,355	L 8,528,475	L15,782,904	L22,970,069
Impuestos pagados	L	-	L 182,603	L 1,279,271	L 2,367,436	L 3,445,510
Depreciación	L	32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506
Estimación de cuentas incobrables	L	23,172	L 133,868	L 302,034	L 470,199	L 638,365
Total egresos	L	55,678	L 348,978	L 1,613,811	L 2,870,141	L 4,116,381
Inversión Inicial		<b>-L13,083,699</b>				
Flujo Neto de efectivo		-L 2,796,305	L 868,377	L 6,914,663	L12,912,763	L18,853,688

Variables	Valor	
Flujos descontados	L	36,753,186
Valor presente neto	L	6,599,759
Tasa Interna de rendimiento	20%	
<b>Periodo de Recuperación:</b>	3	Año
	11	Meses

## ANEXO 8 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD ESCENARIO OPTIMISTA

Aumento del 20% de los contratos proyectados

Anteproyecto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos netos	L 3,475,786	L 15,525,793	L 32,342,330	L 49,158,866	L 65,975,402
Costo Financiero	L 1,418,688	L 6,337,059	L 13,200,951	L 20,064,843	L 26,928,736
Costos por servicio	L 278,400	L 281,290	L 287,259	L 296,517	L 309,355
Gastos operativos	L 4,092,132	L 6,682,690	L 9,318,245	L 12,007,202	L 14,759,843
Depreciación	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506
Utilidad antes de Impuesto	-L 2,345,940	L 2,192,249	L 9,503,368	L 16,757,797	L 23,944,962
Impuestos pagados	L -	L 328,837	L 1,425,505	L 2,513,670	L 3,591,744
Depreciación	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506	L 32,506
Estimación de cuentas incobrables	L 34,758	L 155,258	L 323,423	L 491,589	L 659,754
Total egresos	L 67,264	L 516,602	L 1,781,435	L 3,037,765	L 4,284,005
Inversión Inicial	<b>-L 17,933,915</b>				
Flujo Neto de efectivo	-L 2,413,204	L 1,675,647	L 7,721,933	L 13,720,033	L 19,660,958

Variables	Valor
Flujos descontados	L 40,365,367
Valor presente neto	L 4,099,016
Tasa Interna de rendimiento	25%
<b>Periodo de Recuperación:</b>	3
	9
	Año
	Meses