



**FACULTAD DE POSTGRADO
TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE CONSTRUCCIÓN Y
ALQUILER DE APARTAMENTOS PARA ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE SAN PEDRO SULA, 2018.**

SUSTENTADO POR:

**ARNOLD XAVIER ARIAS LARA
SAÚL ENRIQUE MURILLO GARCÍA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

SAN PEDRO SULA, CORTÉS

HONDURAS, C.A.

JULIO, 2018

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

**UNITEC
FACULTAD DE POSTGRADO**

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

**RECTOR
MARLON BREVÉ REYES**

**SECRETARIO GENERAL
ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**VICERRECTORA CADEMICA
DESIREE TEJADA CALVO**

**VICEPRESIDENTE UNITEC, CAMPUS S.P.S
CARLA MARIA PANTOJA**

**DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO
CLAUDIA MARIA CASTRO VALLE**

**ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE CONSTRUCCIÓN Y
ALQUILER DE APARTAMENTOS PARA ESTUDIANTES
UNIVERSITARIOS DE SAN PEDRO SULA, 2018.**

**TRABAJO PRESENTADO EN CUMPLIMIENTO DE LOS
REQUISITOS EXIGIDOS PARA OPTAR AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

ASESOR METODOLÓGICO

OLVAN LÓPEZ

ASESOR TEMÁTICO

JUAN FRANCISCO ORTÍZ

COMISIÓN EVALUADORA:

JAVIER MATUTE

OSMER MONCADA

DERECHOS DE AUTOR

© Copyright 2018

Arnold Xavier Arias Lara

Saúl Enrique Murillo García

Todos los derechos son reservados.

**AUTORIZACIÓN DEL AUTOR(ES) PARA LA CONSULTA,
REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL Y PUBLICACIÓN
ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO DE TESIS DE
POSTGRADO**

Señores

**CENTRO DE RECURSOS PARA
EL APRENDIZAJE Y LA INVESTIGACIÓN (CRAI)
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA (UNITEC)**

San Pedro Sula

Estimados Señores:

Nosotros, Arnold Xavier Arias Lara y Saúl Enrique Murillo García, de San Pedro Sula, autores del trabajo de postgrado titulado: Análisis de Pre factibilidad de Construcción y Alquiler de Apartamentos para Estudiantes Universitarios, San Pedro Sula 2018, presentado y aprobado en el mes de julio de 2018, como requisito previo para optar al título de máster en Finanzas y reconociendo que la presentación del presente documento forma parte de los requerimientos establecidos del programa de maestrías de la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC), por este medio autorizamos a las Bibliotecas de los Centros de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI) de UNITEC, para que con fines académicos puedan libremente registrar, copiar o utilizar la información contenida en él, con fines educativos, investigativos o sociales de la siguiente manera:

1) Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en las salas de estudio de la biblioteca y/o la página Web de la Universidad.

2) Permita la consulta y/o la reproducción a los usuarios interesados en el contenido de este trabajo, para todos los usos que tengan finalidad académica, ya sea en formato CD o digital desde Internet, Intranet, etc., y en general en cualquier otro formato conocido o por conocer.

De conformidad con lo establecido en los artículos 9.2, 18, 19, 35 y 62 de la Ley de Derechos de Autor y de los Derechos Conexos; los derechos morales pertenecen al autor y son personalísimos, irrenunciables, imprescriptibles e inalienables. Asimismo, el autor cede de forma ilimitada y exclusiva a UNITEC la titularidad de los derechos patrimoniales. Es entendido que cualquier copia o reproducción del presente documento con fines de lucro no está permitida sin previa autorización por escrito de parte de UNITEC.

En fe de lo cual se suscribe el presente documento en la ciudad de San Pedro Sula a los ____ días del mes de julio del año 2018.

Arnold Xavier Arias
21623068

Saúl Enrique Murillo
21623013

*** La autorización firmada se encuentra adjunta a mí expediente**



FACULTAD DE POSTGRADO

ANÁLISIS DE PREFACTIBILIDAD DE CONTRUCCIÓN Y ALQUILER DE APARTAMENTOS PARA ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS, SAN PEDRO SULA 2018

NOMBRE DEL MAESTRANTE:

ARNOLD XAVIER ARIAS LARA

SAÚL ENRIQUE MURILLO GARCÍA

Resumen

La población estudiantil universitaria mantiene un crecimiento constante en los últimos 10 años en Honduras y particularmente en la capital industrial San Pedro Sula. La demanda por alimentación, servicios de transporte y vivienda es cada día mayor. Es por eso, que el objetivo de este proyecto es satisfacer la necesidad básica de vivienda de los estudiantes universitarios de esta ciudad. La ubicación del edificio de apartamentos que hemos estudiado es en la Colonia Jardines del Valle ubicada a 700 mts. de la Universidad Autónoma de Honduras Campus Valle de Sula. El edificio contará con 3 niveles de 6 apartamentos cada nivel y se ofrecerán servicios de lavandería y almacenaje. La viabilidad financiera del proyecto tiene sus retos sobre todo el primer año, del segundo periodo en adelante se reflejan ganancias y flujos de caja positivos. Como se observará el desarrollo del documento, es un proyecto que a largo plazo puede resultar muy atractivo una vez se cumpla con la obligación de deuda después del año 15.

Palabras claves: Renta, Estudiantes, Apartamentos, Servicios, bienes y raíces, demanda, financiamiento bancario, viabilidad financiera, flujos de caja.



GRADUATE SCHOOL

PREFACTIBILITY ANALYSIS FOR CONSTRUCTION AND RENTAL OF APARTAMENTS FOR COLLEGE STUDENTS, SAN PEDRO SULA 2018

NOMBRE DEL MAESTRANTE:

ARNOLD XAVIER ARIAS LARA

SAUL ENRIQUE MURILLO GARCIA

Abstract

College students' population has grown consistently in the past 10 years on Honduras territory and specially in San Pedro Sula which is the second biggest city of the country. Food, transportation and housing demand also has grown with population increase. Project location has been determined to be place 700 meters from Universidad Autónoma de Honduras Campus Valle de Sula. The building is estimated to have 3 levels with 6 apartments per level. Every apartment Will offer social areas, library and audiovisual areas for the students. Additional will have laundry and warehousing service within the building. The Financial viability of the project has great challenges specially on year 1 of business. From that point on the cash flow of the project are positive and good enough to overcome the financial debt. Projects cash flows are very attractive after bank loan is paid on year 15.

Keywords: Rent, Students, Apartments, Services, Demand, finance, interest rate, real state, cash flow, feasible.

DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir y no soltarme nunca de su mano, por fortalecer mi corazón e iluminar mi camino.

A mis padres José Ángel Arias y María Yolanda Lara (Q.D.D.G), por ser el pilar fundamental de mi vida, por siempre creer en mí y hacer de mí una mejor persona.

A mis hermanos Orbin, Hosni y Damaris y junto a mí tío Armando Bustillo que me motivaron a dar lo mejor en todo lo que emprendo.

A mi gran amiga de años Nereira Saraí Pinto que siempre ha estado conmigo y me ha apoyado en cada instante de mi vida y ha sido por mucho tiempo un pilar fundamental.

Arnold Xavier Arias Lara

A Dios, por brindarme la oportunidad de respirar y darme la fortaleza, voluntad y salud para hacer realidad mis sueños.

A mis padres, Inés Saúl y Lidia Yolanda (Mirian) que siempre han definido un estándar de respeto, trabajo, humildad y esfuerzo. Uds. son la luz que siempre ha guiado mis pasos y han moldeado mi carácter para afrontar los retos de la vida.

A mis hermanos Wilson, Karen y Fernando. Su soporte y contribución en mi vida han sido muy importante para mí éxito profesional y personal.

A mis mentores, Mauricio Serrano, José Fernández, Vasty Laínez y Loany Lozano. Uds. son forjadores de mi pensamiento, actitud y hábitos. Sin su guía profesional no hubiera logrado desarrollar la personalidad y carácter que me han ayudado y sé que me seguirán ayudando para contribuir a mi empresa y a mi familia.

Saúl Enrique Murillo García

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por brindarnos la oportunidad de recibir los conocimientos necesarios en nuestra formación profesional.

Al Dr. Olvan López por brindarnos la orientación y su apoyo compartiendo sus conocimientos en el proceso de elaboración de la tesis de graduación.

Al Ingeniero Juan Francisco Ortiz quien nos orientó en el desarrollo técnico y financiero de la presente investigación.

A la Licenciada Florent Marian Hernández quien nos brindó su apoyo y experiencia contable para desarrollar el estudio financiero de este proyecto

Al Arquitecto Orbin Alexander Arias quien nos ayudó en el desarrollo del estudio técnico del proyecto.

A los catedráticos que a lo largo de la maestría han compartido sus experiencias y conocimientos.

A nuestros compañeros de maestría de cada una de las clases cursadas con quienes he creado un vínculo profesional y de los cuales he aprendido.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	4
1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	5
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	6
1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	6
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	6
1.4.1 OBJETIVO GENERAL	7
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	7
1.5 JUSTIFICACIÓN.....	7
CAPITULO II: MARCO TEÓRICO	9
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	9
2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	9
2.1.1.1 MACROENTORNO A NIVEL MUNDIAL.	10
2.1.1.2 MACROENTORNO A NIVEL LATINOAMERICANO.	11
2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO-HONDURAS	14
2.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO LOCAL – SAN PEDRO SULA.....	16
2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO	19
2.2.1 ESTUDIO DE MERCADO	20
2.2.1.1 TEORÍA DE LAS 4 P’s	21
2.2.1.2 PRODUCTO	21
2.2.1.3 PRECIO.....	21
2.2.1.4 PLAZA	22
2.2.1.5 PROMOCIÓN.....	22
2.2.1.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, OFERTA Y COMERCIALIZACIÓN	23
2.2.1.7 CINCO FUERZAS DE PORTER.....	26
2.2.2 ESTUDIO TÉCNICO	29
2.2.2.1 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN.....	29
2.2.2.2 ANÁLISIS DE TAMAÑO.....	30
2.2.2.3 ANÁLISIS DE ORGANIZACIÓN.....	31
2.2.3 ESTUDIO FINANCIERO.....	31
2.2.3.1 ANÁLISIS FINANCIERO	31
2.2.3.2 ESTADOS FINANCIEROS	32
2.2.3.3 ESTADOS PRESUPUESTADOS	34
2.2.3.4 INVERSIÓN TOTAL INICIAL	36
2.2.3.5 COSTO DE CAPITAL.....	36
2.2.3.6 MÉTODOS DE EVALUACIÓN PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN	37
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN	38
CAPITULO III: METODOLOGÍA	40

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA.....	40
3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA	40
3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	41
3.1.3 HIPÓTESIS	45
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS	45
3.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN	45
3.2.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN	46
3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN	46
3.3.1 POBLACIÓN	46
3.3.2 MUESTRA	47
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS.....	48
3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA	49
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS.....	49
3.4.1 INSTRUMENTO	49
3.4.2 TÉCNICA.....	50
3.4.3 PROCEDIMIENTO	50
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN.....	50
3.5.1 FUENTES PRIMARIAS.....	50
3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS	51
CAPITULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS.....	52
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	52
4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	52
4.1.1.1 MISIÓN.....	53
4.1.1.2 VISIÓN	53
4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	53
4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL	55
4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO	56
4.4.1 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.....	56
4.4.1.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES	56
4.4.1.2 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES	57
4.4.1.3 AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS	57
4.4.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES	58
4.4.1.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES	58
4.4.1.6 DIAGRAMA DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER	58
4.4.2 ANÁLISIS PESTEL	59
4.4.2.1 FACTORES POLÍTICOS-LEGALES	60
4.4.2.2 FACTORES ECONÓMICOS	60
4.4.2.3 FACTORES SOCIOCULTURALES	61
4.4.2.4 FACTORES TECNOLÓGICOS.....	61
4.5 ESTUDIO DE MERCADO	62
4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	62
4.5.1.1 COMPETIDORES DIRECTOS.....	62

4.5.1.2	COMPETIDORES CON SERVICIOS SUSTITUTOS	66
4.5.2	ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR	66
4.5.2.1	EDAD	66
4.5.2.2	LUGAR DE PROCEDENCIA	67
4.5.2.3	USO DE RENTA ACTUAL Y SU NIVEL DE SATISFACCIÓN	68
4.5.2.4	DISPOSICIÓN PARA RENTAR	70
4.5.2.5	PREFERENCIAS	70
4.5.2.6	RANGO DE PRECIOS	72
4.5.2.7	CRITERIOS INFLUYENTES PARA LA DECISIÓN DE RENTAR	73
4.5.2.8	CANAL DE PROMOCIÓN MAS VISTO	73
4.5.3	ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL	74
4.5.3.1	COMPETIDORES, LOCALIZACIÓN Y CAPACIDAD INSTALADA	74
4.5.3.2	CALIDAD Y PRECIO	76
4.5.3.3	INVERSIÓN FIJA	77
4.5.3.4	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	78
4.5.4	ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL	78
4.5.4.1	DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA	79
4.5.5	ANÁLISIS DEL PRECIO	81
4.5.5.1	EL PRECIO DE MERCADO	81
4.5.5.2	DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR POTENCIAL	81
4.5.5.3	MÉTODO BASADO EN EL COSTO MÁS MARGEN	82
4.5.6	COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIA DE MERCADO	82
4.5.6.1	PRODUCTO O SERVICIO	83
4.5.6.2	PRECIO	83
4.5.6.3	PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN	84
4.5.6.4	PROMOCIÓN	85
4.6	ESTUDIO TÉCNICO	89
4.6.1	DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN OPTIMA	89
4.6.1.1	UBICACIÓN GEOGRÁFICA	91
4.6.2	DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO	92
4.6.2.1	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	92
4.6.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO	101
4.6.4	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	101
4.6.4.1	ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA	102
4.7	ESTUDIO FINANCIERO	106
4.7.1	INVERSIÓN INICIAL, COSTOS Y ESTRUCTURA DE CAPITAL	106
4.7.1.1	INVERSIÓN INICIAL	106
4.7.1.2	COSTO DE CAPITAL DE APORTACIÓN	107
4.7.1.3	COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO	108
4.7.2	PLAN DE FINANCIAMIENTO	108
4.7.3	PRESUPUESTO DE VENTA	109
4.7.4	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS	111
4.7.5	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	112
4.7.6	ESTADO DE RESULTADO	113
4.7.7	FLUJO DE CAJA	115
4.7.8	BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	116

4.7.9 FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO.....	117
4.7.10 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN PARA EL PROYECTO.....	118
4.7.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	118
4.7.12 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS	120
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	121
5.1 CONCLUSIONES	121
5.2 RECOMENDACIONES	121
ANEXOS.....	133
1 DOCUMENTOS ESTUDIO DE MERCADO.....	133
1.1 ENCUESTA	133
2 DOCUMENTOS ESTUDIO TÉCNICO.....	135
2.1 TERRENO	135
2.2 LOGO DE LA EMPRESA.....	136
2.3 DISEÑO DEL EDIFICIO	137
2.4 REGLAMENTO DE USO DEL EDIFICIO	139
3 DOCUMENTOS ESTUDIO FINANCIERO.....	141
3.1 COSTOS MOBILIARIO Y EQUIPO	141
3.2 GASTOS OPERATIVOS	142
3.3 INVERSIÓN	152
3.4 CAPITAL SOCIAL.....	155
3.5 INGRESOS	155
3.6 PRÉSTAMO.....	159
3.7 ESTADOS FINANCIEROS	165

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Población universitaria de la Ciudad de San Pedro Sula para el año 2013.....	16
Tabla 2: Matriz metodológica del proyecto	41
Tabla 3: Operacionalización de las variables	42
Tabla 4: Muestra total por universidad	48
Tabla 5: Características de la unidad de análisis.....	48
Tabla 6: Modelo de Negocio.....	54
Tabla 7: Cinco Fuerzas de Porter en Escala Likert	59
Tabla 8: Oferta actual de competidores considerando espacios ambientes	63
Tabla 9: Análisis de la competencia en cuanto a tipo de vivienda y espacios ofrecidos	65
Tabla 10: Análisis de la competencia en cuanto a tipos de servicios ofrecidos.....	65
Tabla 11: Cantidad de apartamentos por colonia	76
Tabla 12: Precio de apartamentos por sector	77
Tabla 13: Oferta proyectada de cantidad de apartamentos	78
Tabla 14: Cálculo de la demanda potencial	79
Tabla 15: Proyección de la demanda potencial insatisfecha y la participación de mercado.....	80
Tabla 16: Precios definidos por tipo de apartamento y nivel de ubicación.....	84
Tabla 17: Ponderación de la localización.....	90
Tabla 18: Área de apartamentos de una habitación.....	93
Tabla 19: Área de apartamentos de dos habitaciones.	95
Tabla 20: Funciones del Administrador de la Propiedad	103
Tabla 21: Funciones del Encargado de Lavandería	104
Tabla 22: Sueldos y Salarios expresado en lempiras para el Administrador de la propiedad.....	105
Tabla 23: Sueldo y Salario Proyectados para el Encargado de Lavandería	105
Tabla 24: Derechos laborales expresados en lempiras de los colaboradores	105
Tabla 25: Inversión Inicial del Proyecto	107
Tabla 26: Costo de Capital del Inversionista	108
Tabla 27: Costo de Capital Promedio Ponderado	108
Tabla 28: Amortización de Préstamo Bancario.....	109
Tabla 29 : Cálculo de ingresos expresado en lempiras por servicio de lavandería.	110
Tabla 30 : Cálculo de ingresos expresado en lempiras por alquiler de bodegas.....	110

Tabla 31: Ventas proyectadas en lempiras	111
Tabla 32: Gastos Operativos	112
Tabla 33: Depreciación de Mobiliario y equipo en Lempiras.....	113
Tabla 34: Depreciación del Edificio en lempiras	113
Tabla 35: Estado de Resultado proyectado en lempiras.....	114
Tabla 36: Flujo de Caja Proyectado en lempiras.....	115
Tabla 37: Balance General proyectado en lempiras.....	116
Tabla 38: Flujo de Efectivo Operativo con financiamiento en lempiras.....	117
Tabla 39: Flujo de Efectivo Operativo sin financiamiento en lempiras.....	117
Tabla 40: Evaluación PR, VPN, TIR, IR con Financiamiento.....	118
Tabla 41: Evaluación PR, VPN, TIR, IR sin financiamiento.....	118
Tabla 42: Resumen del Análisis de Sensibilidad	119
Tabla 75: Estado de Resultado proyectado en lempiras.....	165
Tabla 79: Flujo de Efectivo Operativo sin Financiamiento	174

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Crecimiento de estudiantes universitarios a nivel nacional de Honduras.....	17
Figura 2: Análisis FODA del proyecto basado en situación actual.....	19
Figura 3: Teorías de Sustento del Estudio de Factibilidad.....	20
Figura 4: Factores del estudio de mercado.....	23
Figura 5: Cinco Fuerzas de Porter.....	26
Figura 6: Análisis del Estudio Técnico.....	29
Figura 7: Fuentes de flujo de efectivo.....	33
Figura 8: Clasificación de activos y pasivos de un balance general.....	34
Figura 11: Características del método de la investigación.....	46
Figura 12: Logotipo del edificio de apartamentos.....	55
Figura 16 : Edad de población estudiantes universitarios SPS.....	67
Figura 17 : Lugar de procedencia de estudiantes de las universidades de SPS.....	68
Figura 18 : Estudiantes que actualmente renta apartamento.....	69
Figura 19 : Nivel de satisfacción de los estudiantes que rentan apartamento.....	69
Figura 20 : % de estudiantes que si estuviesen dispuestos a alquilar un apartamento.....	70
Figura 21 : Tipo de apartamento de preferencia.....	71
Figura 22 : Preferencia de servicios.....	71
Figura 23 : Rango de precios que el estudiante está dispuesto a pagar.....	72
Figura 24: Criterio influyente para la selección del lugar para rentar.....	73
Figura 25 : Canal de publicidad y promoción preferido.....	74
Figura 26 : Localización geográfica de los competidores y del mercado objetivo.....	75
Figura 32 : Elementos diferenciadores vs la competencia.....	87
Figura 33 : Resumen del plan de promoción del proyecto.....	88
Figura 34: Localización del terreno.....	91
Figura 35: Distancia de la localización a la UNAH-VS.....	92
Figura 36: Diseño y distribución Apartamento de una habitación.....	94
Figura 37: Diseño y distribución de apartamento de dos habitaciones.....	95
Figura 38: Diseño y distribución del área de estudio.....	96
Figura 39: Diseño y distribución área social.....	97
Figura 40: Diseño y distribución de las bodegas.....	97

Figura 41: Diseño y distribución de área de lavandería	98
Figura 42: Diseño y distribución de las áreas comunes y estacionamiento	99
Figura 43: Diseño y distribución del Nivel I.....	100
Figura 44: Diagrama de Proceso del servicio.....	101
Figura 45: Organigrama de la empresa	102

CAPITULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el presente capítulo se detallan los elementos que contemplan el planteamiento de la investigación: Análisis de Prefactibilidad de Construcción y Alquiler de Apartamentos para Estudiantes Universitarios en San Pedro Sula. Dichos elementos, están constituidos por una introducción que contiene una explicación general de la investigación, seguido por los antecedentes del problema que comprenden los orígenes del mismo y que han tenido repercusión en otros lugares, la definición del problema que va a incluir su enunciado, formulación y las preguntas a las cuales pretende dar respuesta la investigación, los objetivos que serán la guía a considerar para el proyecto, y para finalizar con la justificación que establece los motivos para llevar a cabo la presente investigación.

1.1 INTRODUCCIÓN

El presente proyecto trata sobre como satisfacer una de las necesidades básicas de todo ser humano; un lugar para vivir cómodo y dignamente. Muchos de los estudiantes universitarios de San Pedro Sula provienen de municipios y departamentos aledaños a la ciudad. Debido a esto, existe la necesidad y potencial demanda de un lugar donde vivir mientras cursan sus estudios superiores, y aunque actualmente existe cierta oferta importante de casas y apartamentos, este estudio intentara probar que esta oferta es menor que la demanda y la calidad de lo ofrecido tanto en espacios como amenidades podría ser mejor.

Muchos de los lugares donde residen una gran cantidad de estudiantes no cumplen con las condiciones adecuadas para que el estudiante tenga una estadía cómoda, segura y con condiciones idóneas para fomentar su descanso y estudio. Según (Estadísticas - Dirección de Educación Superior 2018) la tasa de crecimiento de estudiantes es de un 3.4% en los últimos 10 años. Con este aumento se ha generado de igual forma un crecimiento de la demanda por servicios básicos como vivienda, alimento, entretenimiento y transporte en las zonas aledañas a las universidades. Como se observará en el estudio de mercado de esta investigación, hay una demanda potencial

insatisfecha muy importante lo que nos hace inferir de que este es un mercado en crecimiento que vale la pena analizar como una posibilidad de inversión a largo plazo.

En el mercado de la construcción y más específico el de alquiler de apartamentos, las empresas o proyectos actuales tienen como fin principal la generación de utilidades a través del alquiler de los espacios esto hace que el enfoque sea más en las ganancias que en la calidad del servicio o vivienda ofrecida, dicho lo anterior, los proyectos actuales no cuentan con condiciones idóneas para el estudiante. Veremos en nuestro estudio técnico, la propuesta de proyecto considerando atributos de diferenciación como áreas comunes y adecuadas para que el estudiante pueda estar en una zona de descanso, pero también de concentración para realizar sus estudios fuera del campus de la universidad.

Con estas premisas, y pensando en la calidad de vida, necesidades, demanda actual y crecimiento acelerado de la población estudiantil de las universidades en la Ciudad de San Pedro Sula, se pretende diseñar un proyecto que ofrezca mayor comodidad y condiciones adicionales más allá del alojamiento básico que influya en el mejoramiento de la calidad de vida de los estudiantes universitarios. Se intentará probar que este proyecto tiene una rentabilidad mayor a la de su costo de capital y que de hecho podrá ser una opción para inversionistas que estén dispuestos a tener posiciones en bienes raíces que sean pacientes para ver su capital crecer a largo plazo.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

Tamayo y Tamayo (2009) afirma que: “En los antecedentes se trata de hacer una síntesis conceptual de las investigaciones o trabajos realizados sobre el problema formulado con el fin de determinar el enfoque metodológico de la misma investigación” (p. 146). Tomando esto en cuenta se analizará en esta sección varios casos relacionados al problema de la presente investigación.

La población estudiantil de las universidades a nivel mundial va en ascenso, a nivel latinoamericano según el Banco Mundial (2017) “La educación superior en la región se ha expandido radicalmente en los últimos quince años, pues la tasa bruta promedio de matrícula (definida como la ratio entre la cifra de matriculados en educación secundaria y la población de

edad 18-24 años) ha crecido del 21 por ciento al 43 por ciento entre el año 2000 y el 2013. En la actualidad el sistema incluye aproximadamente a 20 millones de estudiantes” (p. 2).

Muchos son los países de la región Latinoamérica que han sufrido con el tema habitacional de los estudiantes, tal es el caso de Bogotá, Colombia que según Cruz Libreros (2016) “Con el aumento de la población estudiantil se ve afectada la condición arquitectónica en cuanto a la vivienda en Bogotá debido a que se requieren más espacios que contemplen la caracterización habitacional específica de esta población” (p.12).

Los apartamentos de alquiler para estudiantes son una gran opción para poder hospedarse mientras están estudiando, así lo define Gutiérrez (2015): “Las residencias universitarias se presenta en la vida del estudiante como una de las opciones para habitar, mientras este se encuentre fuera de su hogar habitual, en busca de la educación superior dentro de Chile” (p.19).

Países como Perú, para más exactitud en la Ciudad de Piura también han experimentado dichos problemas sobre la necesidad de sus estudiantes en poder establecer su residencia provisional, según Garcés, Arrascue, Ávalos, Calle, & Muñoz (2014) “Actualmente en Piura no existe ninguna residencia brindada por alguna universidad, esto causa que un gran número de alumnos de la Universidad de Piura busquen cuartos en zonas cercanas para poder vivir mientras realizan sus estudios universitarios, aunque estos no reciban un buen nivel de calidad en los servicios más importantes y necesarios” (p.4).

Gutiérrez (2015) “Un espacio con características de vida universitaria debe contar con una concentración de servicios inmediatos y áreas que permitan satisfacer las necesidades básicas de los estudiantes, como alimentación, lavandería, librería, dormitorios, biblioteca, etc. Y a su vez complementarla con seguridad o bienestar que se puede dar a través de un ambiente universitaria (edificio con vida universitaria)” (p. 19).

Un dato muy importante es la cantidad de apartamentos que puede tener una zona universitaria o una ciudad donde posee varios centros universitarios, y para tal es el caso de Madrid, España. De acuerdo con el sitio web para reservar apartamentos estudiantiles universitarios Uniplaces, Madrid posee 961 apartamentos para estudiantes universitarios (Uniplaces.com, 2018).

Según Campón & Hernández (2011): “Para el año 2007, España recibió 237,600 estudiantes extranjeros, de los cuales 42% se hospedaron en apartamentos estudiantiles alrededor de todo el país” (p. 6). Los apartamentos de alquiler para estudiantes extranjeros son también una gran opción de vivir de forma cómoda mientras están en su etapa universitaria.

En la Ciudad de Bergen, Noruega existe un complejo de apartamentos para estudiantes universitarios llamado Grønneviksøren, según Cruz Libreros (2016) “Este proyecto de residencias para estudiantes en Grønneviksøren es un intento de responder a un gran reto en el crecimiento de las ciudades de hoy”. También hace mención que “este proyecto ofrece 704 pequeñas unidades de vivienda para una renta asequible. Las unidades son módulos prefabricados, todo sale de la fábrica al sitio. Hoy aproximadamente 730 estudiantes residen dentro de las unidades individuales, dobles, colectivas y familiares”. (p. 12)

Citando a Titus Monzón (2012) “Según el Informe del Banco Mundial del año 2001 sobre Educación Superior en Centro América y República Dominicana, el 80% (160,000) de los estudiantes universitarios se concentra en la región metropolitana y el 11% (17,600 estudiantes) de esta población tiene problemas de vivienda, ya que deben vivir con familiares o buscar un lugar para residir” (p.6). Podemos ver que el problema habitacional no es un tema actual, si no de muchos años atrás. Y que este debe de cumplir con ciertos parámetros para una estancia adecuada.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, se detalla el enunciado del problema, la formulación del problema y las preguntas de investigación sobre el estudio de prefactibilidad de construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en San Pedro Sula. Partiendo de las preguntas se definen los objetivos del proyecto.

1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Las casas y apartamentos que actualmente ofrecen los servicios de alquiler para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula no tienen condiciones que sean las más idóneas y específicas a las necesidades de los estudiantes. La mayoría de las viviendas actuales se enfocan en ofrecer el espacio básico sin ninguna amenidad o área/espacio que pueda ser utilizado por estudiante para sus momentos de estudio o convivencia. De igual forma siempre el acceso, la cercanía a zonas comerciales, restaurantes y servicios básicos son factores importantes por tomar en cuenta al momento de generar una oferta de vivienda estudiantil.

Según las estadísticas de la UNAH (2018), el centro universitario UNAH-VS que es una de las universidades con mayor población estudiantil en San Pedro Sula, tuvo una matrícula en el 2006 de 13,664 estudiantes y en el 2018 de 19,076 generando un crecimiento poblacional del 28.37% en el ese periodo de 12 años. Para este año 2018 hubo un primer ingreso de 14.59% con respecto a la matrícula general.

Aunque no se encuentra un estudio que indica la cantidad de estudiantes que alquilan un apartamento muchas son las colonias aledañas a las universidades que cuentan con instalaciones ya sea casas o apartamentos que albergan estudiantes. Según Zapata (2017) “En la medida que la UNAH-VS amplía su oferta académica, así crece la cantidad de estudiantes del interior del país que demanda de la ciudad servicios de vivienda, aseo de ropa, alimentación, entre otros”.

Según Zapata (2017) “El jefe regional del Departamento Administrativo de Inquilinato (DAI), Carlos Iván Cerrato, dijo que la proliferación de alquileres para estudiantes creció en el 2011, para el año 2017 se realizaron 2,644 contratos de alquiler de apartamentos, la mayoría para estudiantes, casa, cuarterías y mesones”. Podemos apreciar que la misma necesidad de los estudiantes por obtener un lugar donde radicar mientras estudian ha generado que muchas personas que viven en residenciales y colonias cerca de las universidades, tomen la decisión de modificar sus casas, mudarse y luego alquilar los espacios modificados.

Es por ello por lo que dicho proyecto va enfocado a solventar estos problemas para una mejor calidad del servicio de alquiler de apartamentos a estudiantes universitarios. Muchos son los lugares a nivel mundial que han establecido estos proyectos en pro de satisfacer las necesidades básicas y de comodidad de los estudiantes.

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Según Tamayo y Tamayo (2009) “La formulación del problema consiste en reducir en su más mínima expresión de síntesis el desarrollo del trabajo investigativo contemplado en el anteproyecto. Mediante la formulación se puede captar la estructura interna del problema identificado” (p.95). Al clarificar las ideas sobre el tema del estudio y con el propósito de orientar la investigación e identificar las variables vinculadas con el problema, es necesario plantear la siguiente pregunta de investigación:

¿Es factible desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿Cuáles son los factores de mercado a considerar para ejecutar un proyecto de alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?
2. ¿Cuáles son los aspectos técnicos por considerar para la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?
3. ¿Es financieramente factible la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Los objetivos del proyecto nos brindan una visión de lo que se debe hacer y cómo se debe llevar a cabo en la investigación. En el siguiente apartado se planteará el objetivo general como los objetivos específicos.

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer la viabilidad desde el punto de vista del estudio de mercado, técnico y financiero de la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Determinar los factores de mercado para el alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.
2. Determinar los aspectos técnicos a considerar para la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.
3. Analizar si es financieramente factible la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2010) “Indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante” (p.39).

Consideramos algunos criterios para determinar la importancia de la presente investigación desde diversos puntos de vista:

1. La migración de estudiantes desde ciudades aledañas a San Pedro Sula ha incrementado en los últimos años a medida que las universidades incrementan su oferta académica en la ciudad, en consecuencia, la demanda por servicios básicos como vivienda se han incrementado, es por eso por lo que el proyecto pretende satisfacer la demanda que tiene un crecimiento anual importante.

2. Tomar ventaja de una oportunidad de negocio que se encuentra en crecimiento en la ciudad para generar una rentabilidad.
3. En la actualidad existen edificios de apartamentos para estudiantes y en su mayoría ofrecen solo el arrendamiento del espacio. A través de este proyecto se pretende ofrecer comodidades, calidad de instalaciones y seguridad que los actuales viviendas y edificios no están ofreciendo.
4. Existe un grupo de 4 personas que han mostrado interés por invertir en este proyecto y han recolectado un capital y constituido una sociedad de responsabilidad limitada.
5. Siendo un proyecto dirigido al sector de bienes y raíces segmento de vivienda, se tiene la ventaja de que este tipo de inmuebles históricamente tiene una curva ascendente en ganancia de valor a largo plazo. Se pueden obtener ganancias de capital (al vender por un precio mayor al que se compró) y rentas periódicas producto del alquiler mensual.
6. De igual forma, el proyecto tiene la intención de ser dirigido a un segmento de mercado que crece anualmente por lo tanto la demanda potencial igualmente tendería a crecer cada año.
7. La zona donde se pretende ejecutar el proyecto es de alta plusvalía y ha tenido un crecimiento muy agresivo en los últimos 10 años y aún está en desarrollo. Esto nos da la pauta de que el proyecto puede generar valor con el tiempo y generar ganancias de capital en caso de que se decida liquidar en algún momento.

CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

Según Tamayo y Tamayo (2009) “El marco teórico nos amplía la descripción del problema. Integra la teoría con la investigación y sus relaciones mutuas” (p.144). Es decir, nos unifica nuestras variables a investigar con respecto a las teorías que las explican, ya sea por la recopilación de investigaciones nacionales como internacionales.

En este capítulo 2 se hace referencia a un análisis de la situación actual de las construcciones y alquileres de apartamentos para estudiantes universitarios. Se presenta un análisis del macroentorno (general) hasta llegar a un análisis interno del área de San Pedro Sula (especifico). También se brinda información detallada sobre las teorías que desempeñan la función de sustentar la forma en que se lleva a cabo la investigación. Considerando la experiencia y conocimientos adquiridos de los autores a mencionar. Para terminar, se incluye la conceptualización que permite al lector poder comprender a mayor profundidad los conceptos más importantes encontrados en la investigación.

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

A continuación, se presenta la información sobre el entorno de la investigación desde el análisis macroentorno (global), microentorno (regional) y análisis interno (local) y como este se relaciona con dicha investigación acerca de la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios.

2.1.1 ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

El análisis de la situación macroentorno esta vista a nivel Mundial y latinoamericano. Esta división viene a revisar como se encuentra la situación en una forma de comparación.

2.1.1.1 MACROENTORNO A NIVEL MUNDIAL.

Son muchos los países que han tomado la iniciativa de mejorar las condiciones habitacionales de sus estudiantes, desde residencias dentro de los campus hasta alquileres de apartamento cercanos a sus universidades. la población universitaria ha ido en aumento según López Segrera (2016) “La tasa bruta de matrícula (TBM) a nivel mundial pasó de 13 millones de estudiantes en 1960 a 198 millones en 2013 (1427% crecimiento total- 27% anual) según el último Informe del Instituto de Estadística de la UNESCO de junio de 2015”. (p. 16)

Para el caso de países europeos y EE. UU que son visitados por gran cantidad de estudiantes extranjeros se ha visto envuelta en un mercado inmobiliario de gran valor.

2.1.1.1.1 ESPAÑA

Wride, (2017) afirma:

El mercado de residencias de estudiantes ha ido ganando popularidad como una clase de activo y se considera uno de los sectores más de moda en inversión inmobiliaria en los mercados del Reino Unido y el norte de Europa, para muchos especialistas de este sector, España se ha vuelto ahora el foco de atención. (p. 33)

Siempre en la misma investigación el autor hace referencia al crecimiento poblacional universitario como del auge a la demanda habitacional. Wride (2017) afirma que: “En las dos últimas décadas, el sector internacional de residencias de estudiantes ha experimentado un rápido crecimiento gracias a tendencias demográficas favorables. El crecimiento del número de estudiantes ha provocado una demanda importante de residencias de estudiantes” (p. 5).

Madrid, España es una de las ciudades culturales por excelencia a nivel mundial, y gracias al crecimiento estudiantil en las universidades los edificios de apartamentos también han tenido un gran impacto, de tal forma que tiene 97 edificios de apartamentos exclusivos para estudiantes universitarios en la zona metropolitana con acceso fácil a muchas universidades (Romea, s.f, p. 8)

Otra ciudad importante de España es Alicante, en la cual se ha construido el Complejo Residencial Universitario Mixto, el cual costa de 905 apartamentos, según Sánchez Guillén (2010):

Nuestro “Complejo Residencial Universitario Mixto” nace de la Idea fundamental de promover un Centro Tecnológico de Alto rendimiento estudiantil donde sus usuarios puedan disfrutar de todas las ventajas iniciales de una residencia de estudiantes y además poder disfrutar de una serie de servicios que los motiven y apoyen al mismo tiempo con profesorado de apoyo, clases particulares, aulas de estudio equipadas y biblioteca para mejorar el rendimiento durante su estancia, además de poder disfrutar de su tiempo de ocio y deporte todo ubicado dentro del Complejo. (p. 9)

2.1.1.1.2 IRLANDA

Cabe destacar que Irlanda posee unos de los complejos de apartamentos más grandes y hermosos en todo Europa, el Menlo Park Apartments Galway ubicado en el condado que lleva su mismo nombre Galway en el cual se hospedan estudiantes universitarios y dicho complejo posee excelentes instalaciones como ser: acceso a internet en cada habitación, amplio aparcamiento, todos los apartamentos son para no fumadores, 15 minutos a pie del centro del campus y la ciudad, lavadora y secadora en cada apartamento, seguridad de las patrullas, parada de autobús justo enfrente del complejo y todas las habitaciones incluyen un espacio de estudio de calidad (Galway, s.f).

2.1.1.1.3 ESTADOS UNIDOS DE AMERICA

Para el caso de muchos países desarrollados como lo es Estados Unidos de América donde la gran mayoría de sus universidades ofrecen el servicio habitacional a sus estudiantes, siempre existe una demanda de estudiantes que prefiere vivir fuera de la Universidad, pero de forma cercana, de acuerdo el sitio web Universia los apartamentos de alquiler ya sea de forma individual o compartida, son una de las mejores opciones de alojamiento y que ofrece mayor independencia. Simplemente el costo del alquiler dependerá de la zona donde se ubiquen los apartamentos, la ciudad, entre otros ya que son de alto costo (Universia, 2018).

2.1.1.2 MACROENTORNO A NIVEL LATINOAMERICANO.

Según el Banco Mundial (2017):

La educación superior en la región se ha expandido radicalmente en los últimos quince años, pues la tasa bruta promedio de matrícula (definida como la ratio entre la cifra de matriculados en educación secundaria y la población de edad 18-24 años) ha crecido del 21 por ciento al 43 por ciento entre el año 2000 y el 2013 (p.2).

2.1.1.2.1 MÉXICO

Para el caso de México, un país que le ha apostado a la educación para poder salir adelante y ubicarse dentro de los mejores en todas las áreas, ha sido uno de los tantos que ha apostado por la construcción de residencias o apartamentos para estudiantes universitarios en la Ciudad de Jalisco, según Niño Bermudes (2015):

Actualmente Jalisco es uno de los destinos educativos más populares en México, ocupa el tercer lugar nacional en matrícula de estudiantes de licenciatura y muestra un crecimiento sostenido en volumen de estudiantes, lo que lo hace una opción ideal para la implementación del proyecto de residencias estudiantiles. (p. 12)

2.1.1.2.2 CHILE

Otro aspecto por considerar por parte de los estudiantes que deciden radicarse cerca de las universidades es que dichos apartamentos o residencias cuenten con las condiciones básicas, así sucede en la Residencia Pedro de Valdivia Norte en Chile, según Ceresa Jorquera, Gouet Hiriart, Kraljevic del Río, & Meyer de Pablo (2013) :

Esta Residencia Universitaria es una Empresa con funcionamiento y carácter familiar dirigida y administrada por sus dueños. El objetivo central de esta Residencia es entregar comodidad, seguridad y afecto gestando un ambiente familiar en la estadía. Cuenta con habitaciones singles y baños compartido por Aproximadamente 2 O 3 residentes. Servicio de aseo y limpieza (áreas comunes) baño, salas de estudios, sala de computación, sala de tv, pasillos, sala audio visual, cocina y áreas de exterior son responsabilidad de nuestro personal de limpieza a cargo. (p. 90)

2.1.1.2.3 ECUADOR

Siempre hablando de América del Sur, en la Ciudad de Guayaquil, Ecuador una de las más importante en su contexto universitario y de su calidad, por lo cual muchos estudiantes que viven en provincias cercanas a la ciudad ha decidido trasladarse a estudiar sus carreras universitarias, sin embargo, la oferta es menor a la demanda de alojamientos.

Zambrano Farias (2009) afirma:

La oferta de alternativas inmobiliarias para alojamiento de estancia, concretamente aquellas dirigidas a estudiantes universitarios, ha sido escasamente explotada y desarrollada por el sector

privado, por lo cual la oferta actual es reducida y no suple las necesidades reales de la creciente población universitaria que se desplaza de distintos lugares del país a ciudades más desarrolladas como Guayaquil. (p. 3)

2.1.1.2.4 EL SALVADOR

Otro país en donde se puede percibir evidencias es El Salvador, donde sus estudiantes han empezado a buscar lugares donde vivir y que estos queden cerca de las universidades, así lo explica: Aguilar Pleitez & Jaco Avilés (2017) “La problemática vista desde la perspectiva de los estudiantes que residen en el territorio salvadoreño radica en que no existe una residencia estudiantil cercana a la UES, donde ellos se puedan alojar mientras realicen sus estudios universitarios” (p.7)

Por ello que, gracias a estas razones se construyó Live, un edificio de alojamiento para estudiantes que abrió sus puertas en enero del año 2017. Hernández (2016) sostiene que “Live” es un concepto de residencias estudiantiles inspirado en los “dorms” que existen en la mayoría de los campus universitarios en Estados Unidos y otros países. Dicho complejo consta de una capacidad para 30 habitaciones distribuidas como individual, dobles y triples. Cada habitación tiene un TV, cama, refrigeradora y los servicios de agua potable y electricidad están ya incluidos en la mensualidad.

2.1.1.2.5 COLOMBIA

En un estudio realizado por un estudiante universitario de la Pontificia Universidad Javeriana de Bogotá que trabajaron en un proyecto de factibilidad para la creación de un hotel universitario llamado The Colombian House – Hotel Universitario, se descubrió el siguiente dato:

Doncel Moreno (2010) : “Al final de la operación, también, se concluye que son los Arriendos y las Residencias Universitarias quienes tienen mayor demanda por considerar para los estudiantes. Que los Hoteles son costosos y no ofrecen los servicios considerados básicos para ellos” (p.35).

Es por ello por lo que Colombia ha empezado a realizar inversiones inmobiliarias como su nuevo Complejo Inmobiliario U que está ubicado en el centro de Bogotá, el cual tendrá 1,700 personas como beneficiarias, y ofrecerá cerca de 700 apartamentos para estudiantes y docentes (Portafolio, 2016).

2.1.1.2.6 ARGENTINA

Otro país que ha implementado dicho proyecto para la creación de un complejo de apartamentos para estudiantes ha sido Argentina, según Lowenstein, s.f:

El proyecto consiste en la apertura de una residencia para estudiantes extranjeros, que brinde a los mismos una zona confortable de estudio y dispersión. Se pretende lograr un espacio en el que los estudiantes se sientan cómodos, encontrando un marco de contención, minimizando extrañar sus hogares y logrando resultados satisfactorios en sus estudios. (p.4)

2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO-HONDURAS

Dicho análisis está basando en la situación dentro del territorio Nacional de Honduras, especialmente en zonas donde hay presencia de un número importante de estudiantes. Para este análisis del microentorno, hemos analizado el área de Tegucigalpa. D.C. siendo el área metropolitana de mayor relevancia y tamaño del territorio nacional de Honduras.

En un contexto de país, las perspectivas para el crecimiento de la industria de la construcción en Honduras son muy positivas.

Según Central America Data (2017) : se proyectaba cerrar el año 2017 con un total de \$ 650 millones en inversión que representa un 6% de crecimiento con respecto al año 2016. Este desarrollo proviene del crecimiento en obras residenciales, comerciales e industriales en los municipios de Tegucigalpa, San Pedro Sula y Choloma. Siendo el sector de vivienda el que más aporta al crecimiento debido a programas públicos de vivienda social.

Estos datos nos dan una pauta de que la construcción de vivienda en Honduras está experimentando un repunte muy importante. Un factor relevante que influye para la tendencia

positiva de inversiones en construcción, particularmente vivienda, son las tasas de interés que se encuentran en los porcentajes más bajos desde los últimos 7 años.

De acuerdo a datos del Banco Central de Honduras, Francisco Javier Morazán Matute (2018) : El % interés para préstamos de propiedad raíz tuvo un descenso del 13.27% a 11.59% comparando el año 2012 con datos hasta abril 2018 respectivamente.

Basado en lo anterior explicado, la oferta de vivienda para estudiantes universitarios es variada en el área de la Tegucigalpa. Existen opciones desde condominios de lujo con precios de alquiler mensual que van desde los \$500 hasta los \$ 900 mensuales (entre L. 15,000 y L. 21,000 aprox.). Estas opciones tienen una estructura de 1 hasta 3 habitaciones, cuenta con áreas sociales y compartidas que hacen de esta una opción de mucha comodidad y lujo para aquellos que puedan pagarla (ASTRIA 2018).

Un ejemplo claro de este tipo de viviendas disponibles, son los condominios Eco vivienda ubicados en la Villa Olímpica en Tegucigalpa. Por su cercanía a la Universidad Nacional Autónoma representan una opción muy importante a considerar para los estudiantes que puedan pagar los precios mencionados de alquiler. El proyecto Eco vivienda cuenta con 8 edificios construidos a la fecha y da una oferta de un total de 197 condominios distribuidos en estructuras de Estudios de 1 habitación (ideal para estudiantes), 1 habitación normal, 2 y 3 habitaciones (Ecovivienda-El Proyecto 2018).

Aunque este proyecto habitacional originalmente fue creado para venta total de las unidades, son muchas las personas que han invertido y ofrecen la unidad para alquiler (Bienes y Raíces “TREBOL” 2018).

Por otra parte, existen opciones en zonas y colonias más populares y cercanas a la Universidad Autónoma de Honduras campus Tegucigalpa, Universidad Católica de Honduras o Universidad Tecnología Centroamericana, que puede estén más al acceso del presupuesto de un estudiante. Estos apartamentos están estructurados de una o dos habitaciones, con zonas compartidas como una pequeña cocineta, sala y área de lavandería. Los precios se estiman en el rango L. 3,500 a L. 10,000 (INMO 2018).

2.1.3 ANÁLISIS DEL ENTORNO LOCAL – SAN PEDRO SULA

El análisis de la situación interna está basado de forma local dentro de la Ciudad de San Pedro Sula.

Iniciando el año escolar 2013, la población estudiantil universitaria en San Pedro Sula, redondeaba los 50,300 estudiantes considerando 11 instituciones privadas (30,000) y dos públicas (20,300) (Castillo 2013). Como se desglosa en la tabla 1.

Tabla 1: Población universitaria de la Ciudad de San Pedro Sula para el año 2013.

UNIVERSIDAD	POBLACIÓN ESTUDIANTIL
Universidades Privadas	30,000
UNAH-VS	18,000
UPNFM-SPS	2,300
TOTAL	50,300

Fuente: (La Prensa,2013)

Considerando las estadísticas de la dirección de educación superior, del año 2006 al 2016 la población estudiantil universitaria a nivel nacional creció a una tasa del 3.4% en promedio (Dirección de Educación Superior, 2018).

Si tomamos de referencia la tasa de crecimiento del 3.4% extraída de las estadísticas de la dirección de educación superior, se estima que para el año 2018, la cantidad de estudiantes en San Pedro Sula debería estar cerca de los 59,500 representando un 28% del total de la población estudiantil universitaria del país. El crecimiento estudiantil a nivel nacional por año se puede apreciar en la figura 1.

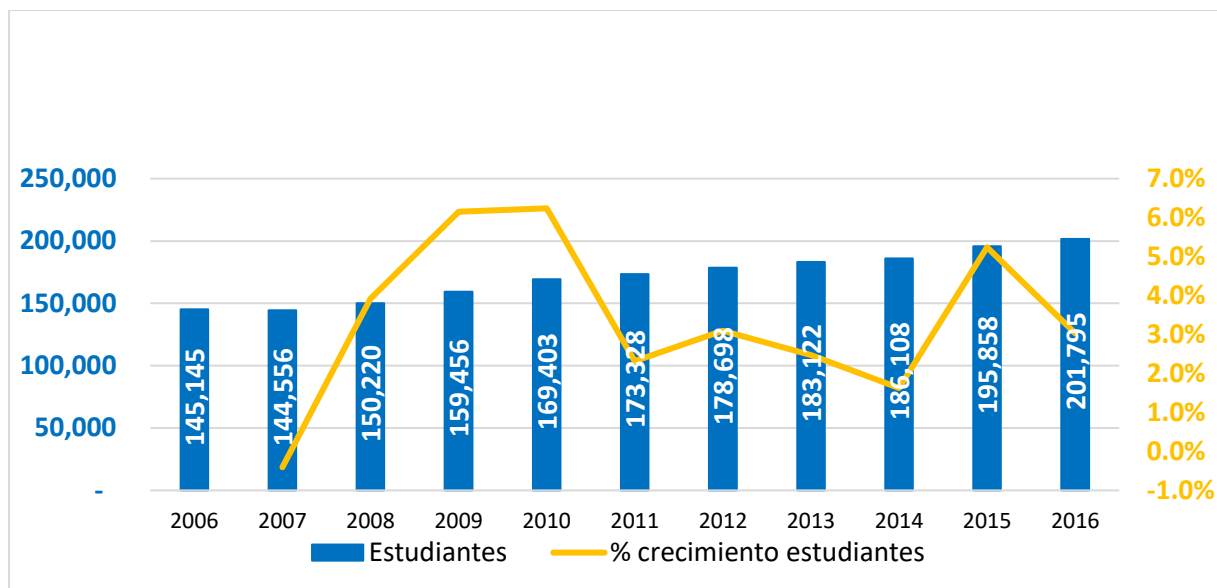


Figura 1: Crecimiento de estudiantes universitarios a nivel nacional de Honduras

Fuente: (Dirección de Educación Superior, 2018).

El crecimiento de la oferta académica de la Universidad Autónoma de Honduras – Valle de Sula trae consigo un crecimiento en la cantidad de estudiantes que provienen del interior de país demandando vivienda y otros servicios indispensables (Zapata 2017).

Aunque no se encontraron referencias claras de la cantidad de estudiantes que provienen del interior del país (fuera de San Pedro Sula), nos parece que, a partir de los datos de crecimiento de población estudiantil, podemos tener una estimación de que la demanda por la renta de vivienda es alta específicamente en el sector noroeste de San Pedro Sula que es en donde se encuentran ubicadas la mayoría de las universidades.

La cantidad de contratos de alquiler esta aumentado en las zonas norte y este de la ciudad de San Pedro Sula. Hay una diferencia importante en el costo del alquiler entre ambas zonas, por ejemplo: en la zona Noroeste el costo del alquiler de una casa anda alrededor de L. 15,000. Según datos del Departamento administrativo de inquilinato, en los primeros 4 meses del 2018 ya se superan la cantidad de contratos para el mismo periodo en el 2017 (Baquedano 2018).

Las colonias y zonas principales que se encuentran en el sector Noroeste y a escasos metros de la UNAH-Vale de Sula son: Villas del sol, Jardines del Valle, Laureles y Universidad. Es aquí donde se encuentra una concentración de proyectos inmobiliarios de apartamentos y casas con zonas compartidas para estudiantes. Esta zona no solamente permite el acceso rápido a varias universidades, pero también acceso a zonas comerciales, restaurantes y entretenimiento.

En los últimos dos años (2016 y 2017) los permisos de construcción para remodelar residencias en las colonias aledañas a la UNAH-VS se han aumentado en un 20%. La colonia Villas del sol es la que tiene el primer lugar en cantidad de permisos de construcción, la ventaja de esta colonia es que está a pocos metros de la entrada a la universidad y permite a los estudiantes ahorrarse el pago de transporte público y matricular clases en horas de la noche sin tener que preocuparse por tener que caminar tramos largos o tomar el autobús (Zapata 2017).

Las personas que invierten en este tipo de proyectos de apartamentos prefieren rentarles a estudiantes ya que es por tiempo definido y siempre tienen la oportunidad de tener nuevos inquilinos en el lugar mientras la universidad continúe abierta y operando. Se estima que el rango de precios en el alquiler de un apartamento en esta zona anda en el rango de los L. 3,000 y L. 8,000 (Zapata 2017).

Según (Jones, 2018) , Villas del Sol es la zona en donde habitan un mayor número de estudiantes. Se observan entre 8 y 12 edificios de apartamentos y entre 20 y 30 casas que se usan como alquiler para estudiantes de igual forma.

Se deduce que la oferta y precios de la colonia Villas del sol son bastante accesibles para los estudiantes que se matriculan en UNAH-VS. Como apunta (Jones 2018) : los precios por una habitación en la zona está en el rango de los L. 3,500 a los L. 6,000 y existe las opciones de un edificio de apartamentos como tal o una habitación en una casa regular familiar en donde se comparten zonas como la sala, el comedor y cocina.

La situación actual Investigada sobre este tipo de proyectos nos sugiere que existen ya modelos definidos que han funcionado en otros países y localmente. Vale la pena representar en una matriz FODA, cuáles son esas características observadas sobre proyectos de esta índole.



Figura 2: Análisis FODA del proyecto basado en situación actual.

Fuente: Elaboración propia

2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

Según Lee y Kerlinger (2002) “Una teoría constituye un conjunto de constructos (conceptos) vinculados, definiciones proposiciones que presentan una visión sistemática de los fenómenos al especificar las relaciones entre variables, con el propósito de explicar y predecir los fenómenos” (p.10).

A continuación, se detallan las teorías de Mercado, Técnico y Financiero para la presente investigación en la figura 3.

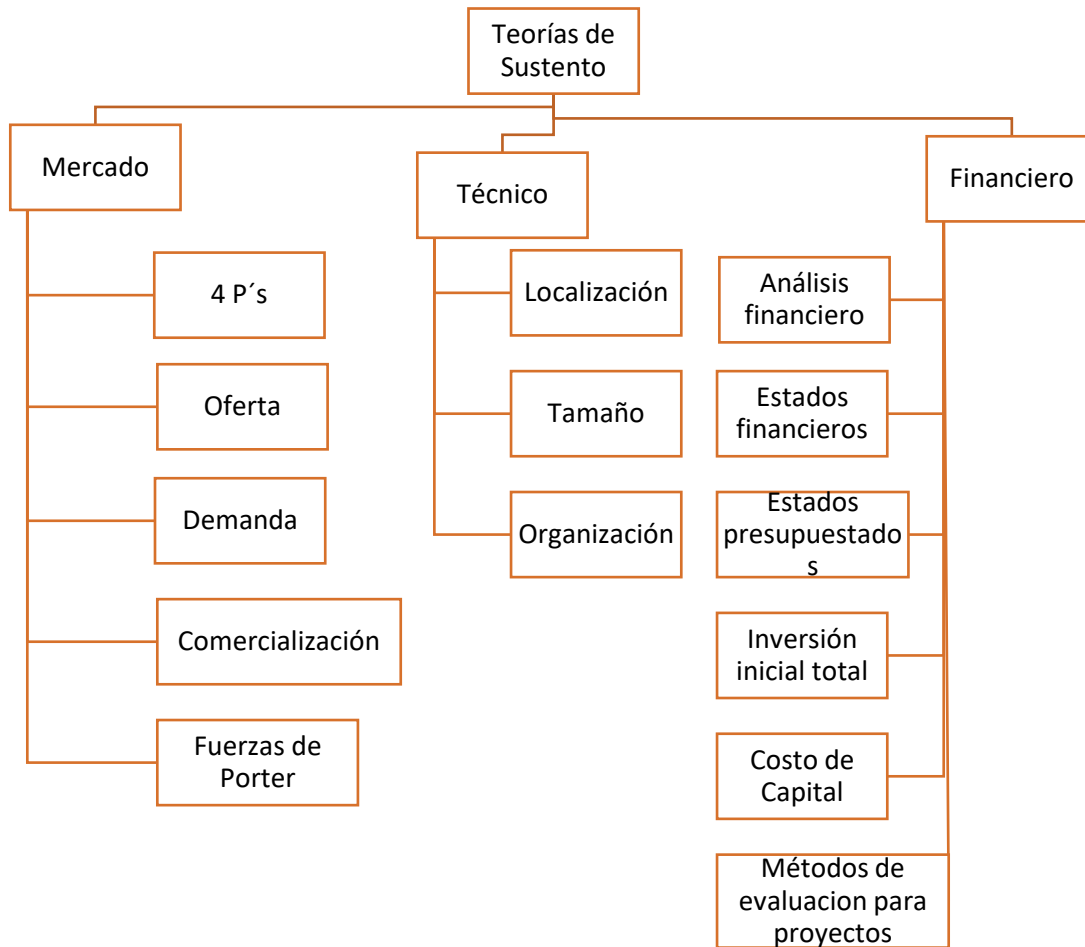


Figura 3: Teorías de Sustento del Estudio de Factibilidad

Fuente: Elaboración propia.

2.2.1 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado nos sirve para poder llevar nuestro producto o servicios a los consumidores finales y así realizar una estrategia comercial que dependerá de la demanda y de la oferta la cual se moverá según sea el mercado. Así lo establece (Monteferrer Tirado 2013):

La planificación comercial se integra dentro de un rango superior al que denominamos planificación estratégica, la cual se define como el proceso de mantenimiento de un ajuste viable entre los objetivos y recursos de la compañía y las cambiantes oportunidades del mercado, con el fin de modelar y reestructurar las áreas de negocio y producto de la compañía de forma que den beneficios y crecimientos satisfactorios. (p.34).

2.2.1.1 TEORÍA DE LAS 4 P's

Es por ello por lo que se estableció realizar una de las teorías de mercado más famosas y con resultados óptimos la Teoría de Mercado de las 4 P's de McCarthy (1960): Producto, Precio, Plaza y Promoción.

2.2.1.2 PRODUCTO

Según Monteferrer Tirado (2013) “Debemos concebir el producto como una propuesta de valor, es decir, un conjunto de ventajas que contribuyen a satisfacer las necesidades. Esta propuesta de valor se materializa en una oferta que supone una combinación de productos físicos, servicios, información, experiencias, etc” (p.97). La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

1. La cartera de productos
2. La diferenciación de productos
3. La marca
4. La presentación

2.2.1.3 PRECIO

Son muchos los conceptos de precio, sin embargo, consideramos que el siguiente concepto se adecua mucho a nuestra investigación, según Goñi Avila (2008) “Precio es la cantidad de recursos financieros (dinero) y/o físicos que está dispuesto a pagar el consumidor o cliente por un bien o servicio siempre y cuando este satisfaga sus necesidades o cumpla los requisitos requeridos” (p.12)

Hay otras razones que debe considerar el consumidor cuando se habla de precio y no es tanto lo que se desea comprar, así lo establece la misma autora Goñi Avila (2008):

Para algunos segmentos de la población el precio no es un factor determinante que influye en la compra del producto, pues al adquirir un producto considera otros factores relevantes, como son la calidad, el servicio, la ubicación del autoservicio o tienda, entre otros. En cambio, hay segmentos (que son la mayoría) que si son sensibles a las variaciones del precio; esto sucede principalmente en las economías latinoamericanas o en economías en vías de desarrollo (p.13).

Para determinar el precio de venta se sigue una serie de consideraciones, que se mencionan continuación, según Baca Urbina (2010):

1. La base de todo precio de venta es el costo de producción, administración y ventas, más una ganancia.
2. La segunda consideración es la demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país. Las condiciones económicas de un país influyen de manera definitiva en la fijación del precio de venta.
3. La reacción de la competencia es el tercer factor importante que considerar.
4. El comportamiento del revendedor es otro factor muy importante en la fijación del precio. Si la cadena de comercialización es larga, el precio final se duplica con facilidad
5. La estrategia de mercadeo es una de las consideraciones más importantes en la fijación del precio.
6. Finalmente hay que considerar el control de precios que todo gobierno puede imponer sobre los productos de la canasta básica. (p. 47)

2.2.1.4 PLAZA

Cuando nos referimos a plaza, nos estamos refiriendo a la ubicación de nuestro negocio para el traslado de productos u otros materiales. Así lo establecen (Fischer and Espejo 2011):

En la distribución o plaza es necesario establecer las bases para que el producto llegue del fabricante al consumidor; estos intercambios se dan entre mayoristas y detallistas. Es importante el manejo de materiales, transporte, almacenaje, todo esto con el fin de tener el producto óptimo al mejor precio, en el mejor lugar y al menor tiempo. (p.18)

2.2.1.5 PROMOCIÓN

Al hablar de promoción no referimos en dar a conocer el producto por diferentes canales de comunicación así lo define (Monteferrer Tirado,2013)

La calidad de un producto es un elemento necesario para mantener a los clientes actuales que la empresa ya posee, pero por si sola, no es suficiente para atraer a nuevos compradores. En este sentido, es fundamental que la empresa de a conocer (comunique) al mercado la existencia de su producto y los beneficios que reporta su uso al consumidor. (p. 156).

Por lo tanto, la promoción es de gran importancia dentro de la mezcla de marketing ya que se refiere a un proceso de informar, persuadir e influenciar a un consumidor para que elija el producto que se desea comprar. La promoción se realiza a través de ventas personales, publicidad

y promoción de ventas, entre otras. También con el “boom” de las redes sociales puede darse el uso para poder llegar a muchas personas.

2.2.1.6 ANÁLISIS DE LA DEMANDA, OFERTA Y COMERCIALIZACIÓN

El estudio de mercado debe contener diferentes tipos análisis para la creación de un proyecto según Baca Urbina, (2010) “Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización.” (p.7). Sin embargo, solo consideremos el análisis de la demanda y la oferta, ya que anteriormente hemos visto el análisis de los precios.

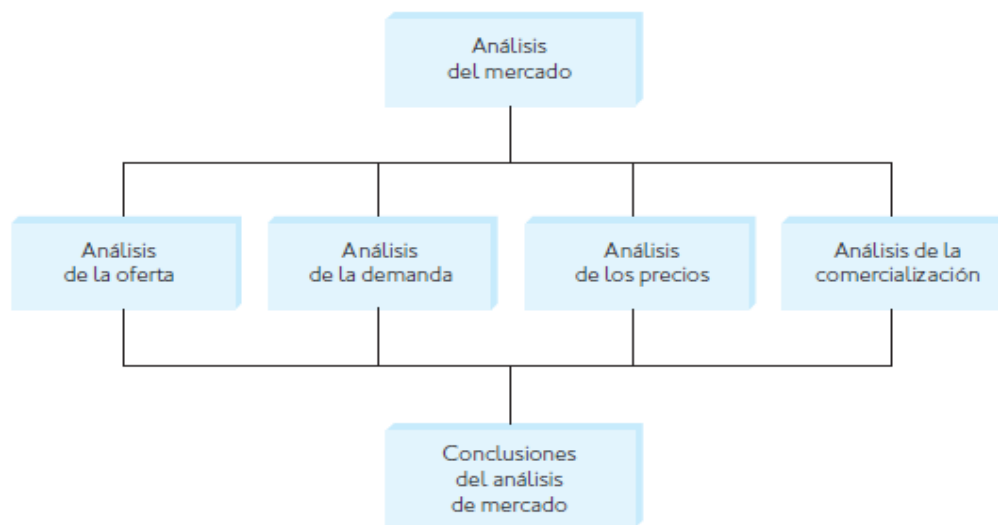


Figura 4: Factores del estudio de mercado.

Fuente: (Baca Urbina, 2010)

2.2.1.6.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda es la cantidad de bienes y servicios que los compradores desean adquirir en el mercado. Según Baca Urbina (2010) afirma que:

La demanda está en función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tiene del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población, y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias, de indicadores econométricos, etcétera. (p. 15).

Según Andía Valencia (2011) “La demanda tiene por objetivo cuantificar la necesidad identificada por el proyecto.” (p.15).

2.2.1.6.1.1 DEMANDA INSATIFECHA

La demanda Insatisfecha es aquella a la que llamamos como la demanda no atendida y la atendida pero no ha sido de su agrado. Según Andía Valencia (2011) “En términos operativos la comparación de lo que se requiere (demanda) y lo que se está satisfaciendo (oferta) es la demanda insatisfecha” (p.69).

2.2.1.6.1.2 DEMANDA SATISFECHA

Es de las más importantes ya que este se puede clasificar en dos tipos, según Baca Urbina (2010) que afirma:

Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:

1. Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente.
2. Satisfecha no saturada, es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad. (pág. 16)

2.2.1.6.2 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Se conoce como oferta a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o personas están dispuestos colocar a disposición del mercado a un precio determinado para su consumo.

La definición de oferta necesita ciertas partes para poder suplirse tales como la existencia de vendedores, cantidad de un producto, la disposición para vender el producto como también la capacidad de vender que este último hace referencia a la cantidad de productos o servicios que se

desean introducir al mercado a un precio determinado en cierto tiempo, otro aspecto a considerar es el hecho de un establecimiento o un espacio ya sea físico o virtual para poder realizar las transacciones comerciales, y de esta forma poder satisfacer las necesidades y los deseos de las personas. (Thompson, 2006).

2.2.1.6.3 ANÁLISIS DE LA COMERCIALIZACIÓN

Al hablar de comercialización no referimos a la distribución del producto a los segmentos de mercado establecidos o a un mercado meta, son los canales de como llegara el producto final a su venta, así lo establecen Stanton, Etzel, & Walker, (2007): “El papel de la distribución de la mezcla de marketing consiste en hacer llegar el producto al mercado meta. La actividad más importante para llevar un producto al mercado es la de arreglar una venta” (p.203).

Un canal de distribución muy importante es el intermediario, el cual en un punto de la transferencia del producto a los futuros vendedores es dueño de la mercancía, sin embargo, su gran importancia se centra en la ubicación del producto de forma más eficaz y eficiente, según Stanton, Etzel, & Walker (2007): “Los intermediarios actúan como especialistas de ventas para sus proveedores y, a la inversa, le sirve de agente de compra a sus clientes” (p.404).

Según Velazquez Velazquez (2012):

Los miembros del canal de marketing o de distribución, deberán realizar diferentes funciones para satisfacer la demanda de los consumidores finales o industriales, a saber:

1. Información: obtención de ésta mediante estrategias de inteligencia de marketing o de investigación de mercados que tengan como propósito el estudio del entorno de marketing para planear el intercambio de bienes y servicios.
2. Promoción: difusión de las ofertas de los productos o servicios.
3. Contacto: búsqueda de compradores para los productos o servicios.
4. Negociar: lograr acuerdos en relación con el precio y volumen de ventas.
5. Distribución: transportar y almacenar los productos o servicios. (p. 45)

2.2.1.7 CINCO FUERZAS DE PORTER

(Hernández, 2010) menciona que el modelo de Porter postula que cinco fuerzas que conforman básicamente la estructura de la industria, comercio y servicios. Y que estas fuerzas están delimitadas por precios, costos y requerimientos de inversión, que constituyen los factores básicos que explican la expectativa de rentabilidad a largo plazo. Porter estableció que las fuerzas competitivas son: la rivalidad entre los competidores existentes, amenaza de nuevos entrantes, amenaza de productos o servicios sustitutos, poder de negociación de los proveedores y poder de negociación de los compradores.

Según Porter (2008) “La comprensión de las fuerzas competitivas, y sus causas subyacentes, revela los orígenes de la rentabilidad actual de un sector y brinda un marco para anticiparse a la competencia e influir en ella (y en la rentabilidad) en el largo plazo” (p.2).

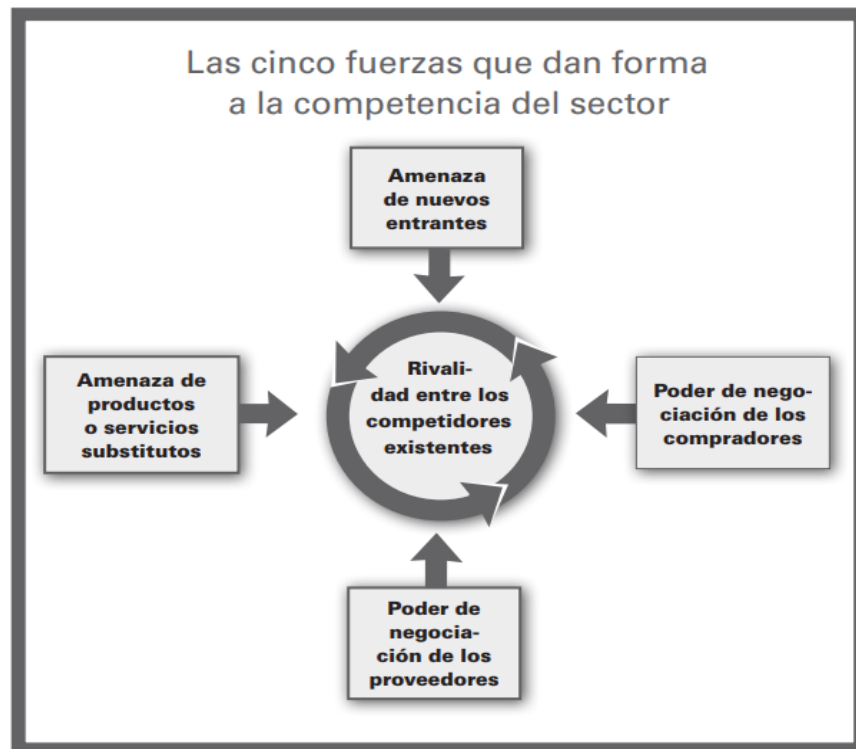


Figura 5: Cinco Fuerzas de Porter

Fuente: Porter, (2008)

2.2.1.7.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

Según Porter (2008) “La rivalidad entre los competidores existentes adopta muchas formas familiares, incluyendo descuentos de precios, lanzamientos, de nuevos productos, campañas publicitarias, y mejoramiento del servicio. Un alto grado de rivalidad limita la rentabilidad del sector” (p.7). Es decir, con el mejoramiento de la oferta por parte de la competencia esto puede hacer que su rentabilidad mejore para alguno o baje para otros.

Según Baena (2003) “Es la fuerza con que las empresas emprenden acciones, de ordinario, para fortalecer su posicionamiento en el mercado y proteger así su posición competitiva a costa de sus rivales en el sector” (p. 63).

2.2.1.7.2 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

Con el aumento de los nuevos competidores en el mercado esto produce que los ya existentes deben establecer diferentes estrategias comerciales, ya que los nuevos competidores en su gran mayoría llegan con productos nuevos y eso acapara el mercado, lo que hace crecer el sector productivo, así lo establece Baena (2003) “El ingreso de nuevos competidores al sector depende del tipo y nivel de barreras para la entrada. Como es obvio, las compañías que entran en el mercado incrementan la capacidad productiva en el sector” (p. 62).

Según Porter (2008) “Los nuevos entrantes en un sector introducen nuevas capacidades y un deseo de adquirir participación de mercado, lo que ejerce presión sobre los precios, costos y la tasa de inversión necesaria para competir” (p.2).

2.2.1.7.3 AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

Para Aguilar Joyas (2006) “La disponibilidad de sustitutos genera que el cliente este continuamente comparando calidad, precio y desempeño esperado frente a los costos cambiantes” (p.5). Es decir, que si existe una mayor oferta de producto sustitutos o genéricos estos llegan a ser

consumidos con mayor frecuencia ya que los clientes prefieren hacer sus comparaciones como lo describe el autor.

Así lo confirma Porter (2008) “Los sustitutos no sólo limitan las utilidades en tiempos normales, sino que también reducen las bonanzas que el sector podría cosechar en los periodos buenos” (p.7).

2.2.1.7.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Los proveedores juegan un papel importante para toda empresa sin importar el sector al que pertenezca y la negociación con ellos depende de varias factores para obtener sus servicios o productos según Baena (2003):

1. Las condiciones del mercado
2. Del resto de los proveedores y,
3. La importancia del producto que proporcionan. (p. 65).

2.2.1.7.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES

Según Porter (2008) “La competencia en un sector industrial está determinada en parte por el poder de negociación que tienen los compradores o clientes con las empresas que producen el bien o servicio” (p.64). Para poder determinar el plan de negociación con los compradores o los clientes este depende de varias factores a tener en cuenta los cuales se menciona a continuación según Hernández (2010):

1. Concentración de clientes.
2. Volumen de compra.
3. Diferenciación.
4. Información acerca del proveedor.
5. Identificación de la marca.
6. Productos sustitutos. (p.10)

2.2.2 ESTUDIO TÉCNICO

Según Sapag Chain & Sapag Chain (2008) “En el análisis de la viabilidad financiera de un proyecto, el estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esas áreas” (p.24)

En el estudio técnico se definirá que tipo instalaciones son las más ideales para la construcción y alquiler de apartamentos amueblados para estudiantes universitarios en la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés. Como el tamaño y la organización, desde el punto de vista de seguridad, comodidad, distancia y que estas este dentro del marco legal de construcciones en Honduras. Como se muestra en la Figura 6.

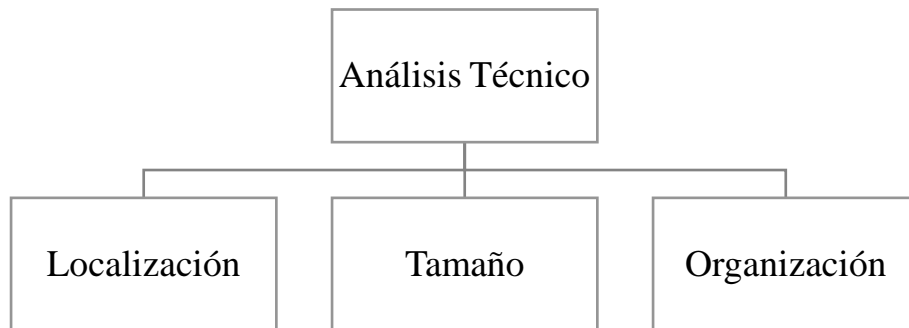


Figura 6: Análisis del Estudio Técnico

Fuente: Elaboración propia.

2.2.2.1 ANÁLISIS DE LOCALIZACIÓN

La localización que se elija es para realizar el proyecto es uno de los factores que determinara si tendremos éxito o no, ya que este lugar deberá ser el ideal para los clientes o en este caso para los estudiantes. Deberá de tener acceso rápido a las universidades y zonas comerciales además de contar con seguridad y privacidad.

Según Sapag Chain & Sapag Chain (2008):

La decisión de localización de un proyecto es una decisión de largo plazo con repercusiones económicas importantes que deben considerarse con la mayor exactitud posible. Eso exige que el

análisis de este aspecto se realice de manera integrada con las restantes variables del proyecto: demanda, transporte, competencias, etcétera. (pág. 151).

La localización de un proyecto cuenta con dos aspectos la macro y la micro localización, según Machicado Corrillo (2016):

1. Macro- localización; Consiste en evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto.
 - a. Ubicación de los consumidores o usuarios.
 - b. Vías de comunicación y medios de transporte.
 - c. Infraestructura de servicios públicos.
 - d. Tendencias de desarrollo de la región.
 - e. Condiciones climáticas, ambientales, suelos.
2. Micro localización; Es la determinación del punto preciso donde se construirá la empresa dentro de la región, y en esta se hará la distribución de las instalaciones en el terreno elegido.
 - a. Disponibilidad y costos de Recursos: Mano de Obra, materias primas, servicios de comunicaciones.
 - b. Otros Factores: Ubicación de la competencia, limitaciones tecnológicas y consideraciones ecológicas.
 - c. Costo de transporte de insumos y de productos. (pág. 29)

2.2.2.2 ANÁLISIS DE TAMAÑO

Las dimensiones del tamaño del proyecto o de las instalaciones debe estar expresada mediante la capacidad de producción en un periodo determinado. Para determinar el tamaño de una inversión esta debe estar relacionada con las proyecciones de las demandas que el proyecto genere.

Los factores o razones que determinan o justifican el tamaño de las instalaciones son, según Morales Castro (2009):

1. Magnitud de la demanda de productos y/o servicios.
2. Tipo de permanencia de los productos en el mercado.
3. Suministros y disponibilidad de materia prima e insumos.
4. Economías en escala.
5. Tecnología y disponibilidad de servicios para el mantenimiento de equipos y maquinaria.
6. Tipo de obsolescencia. (p.94).

La Importancia de definir el Tamaño que tendrá el Proyecto se manifiesta principalmente en su incidencia sobre el nivel de las inversiones y costos que se calculen y, por tanto, sobre la estimación de la rentabilidad que podría generar su implementación.

2.2.2.3 ANÁLISIS DE ORGANIZACIÓN

Según Franklin Fincowsky (2014) afirma:

La organización se refiere al proceso que parte de la especialización y división del trabajo para agrupar y asignar funciones a unidades específicas e interrelacionadas por líneas de mando, comunicación y jerarquía. Sus componentes son los siguientes:

1. *Estructura organizacional*. Conformación orgánica de una entidad.
2. *División y distribución de funciones*. Delegación de autoridad y responsabilidad en un individuo, grupo o unidad administrativa.
3. *Cultura organizacional*. Conjunto de valores, actitudes, hábitos y supuestos que definen a una organización.
4. *Recursos humanos*. Elemento más valioso de una organización.
5. *Cambio organizacional*. Capacidad de emprender acciones con otra óptica para innovar valor.
6. *Estudios administrativos*. Iniciativas para mejorar la dinámica organizacional.
7. *Instrumentos técnicos de apoyo*. Recursos que coadyuvan a la correcta realización de las acciones y el aprovechamiento racional de los recursos. (pág. 13)

2.2.3 ESTUDIO FINANCIERO

Según Baca Urbina (2010) “Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirvan de base para la evaluación económica” (p. 8).

2.2.3.1 ANÁLISIS FINANCIERO

Según Gitman (2007):

Todas las empresas reúnen datos financieros sobre sus operaciones y reportan a los estados financieros para las partes interesadas. Estos estados están ampliamente estandarizados y, por lo tanto, podemos usar los datos incluidos en ellos para realizar comparaciones entre empresas y a través del tiempo. El análisis de ciertos rubros de los datos financieros identifica las áreas donde la empresa sobresale y, además, las áreas de oportunidad para el mejoramiento. (p. 40)

2.2.3.2 ESTADOS FINANCIEROS

Según Gitman & Zutter (2012) “Las empresas elaboran sus estados financieros usando principios de contabilidad, pero en finanzas, es el flujo de efectivo lo que realmente importa.” (p. 51).

2.2.3.2.1 ESTADO DE RESULTADO

Según Gitman & Zutter (2012) “El estado de pérdidas y ganancias o estado de resultados proporciona un resumen financiero de los resultados de operación de la empresa durante un periodo específico. Los más comunes son los estados de pérdidas y ganancias que cubren un periodo de un año que termina en una fecha específica” (p.53). Dichos periodos pueden ser decisión de las empresas, ya que pueden evaluar meses, trimestres, entre otros.

Para Ross, Westerfield, & Jordan (2010) “El estado de resultados mide el desempeño durante cierto periodo, por lo común un trimestre o un año. La ecuación del estado de resultados es: Ingresos – gastos = utilidad” (p. 24).

2.2.3.2.2 FLUJOS DE EFECTIVOS

El 1 de enero de 2008, entró en vigor la NIF B-2 “Estado de flujo de efectivo”. En años recientes han crecido sustancialmente el interés de los usuarios de los estados financieros por contar con información relativa a los flujos de efectivo de la entidad, por lo cual decidió establecer el *estado de flujo de efectivo* como un estado financiero básico al considerar que este estado muestra las entradas y las salidas de efectivo que representan la generación o aplicación de recursos de la entidad durante el periodo.

Según Romero López (2014) “Financieramente, uno de los elementos más importantes es la información a los flujos de efectivos presentes y futuros, derivados de las operaciones *realizadas* por la empresa, como los flujos de *entradas de efectivo*.” (p. 201).

Tal como se representa en la figura 7, las fuentes de los flujos de efectivo pueden provenir de la venta al contado de mercancías, las ventas al crédito y otros ingresos debido a causas fuera de las operaciones normales de la empresa (Romero López, 2014).



Figura 7: Fuentes de flujo de efectivo.

Fuente: Romero López, (2014)

También existe diferentes fuentes de salida del flujo de efectivo que según Romero López (2014) son: compra de mercancías, pago a proveedores y acreedores, pago de gastos e intereses.

Cabe destacar que el Estado de Flujo de Efectivo nos permite comprender de mejor forma los flujos operativos, de inversión y financiero, así lo establece Gitman & Zutter (2012):

El estado de flujos de efectivo es un resumen de los flujos de efectivo de un periodo específico. El estado permite comprender mejor los flujos operativos, de inversión y financieros de la empresa, y los reconcilia con los cambios en su efectivo y sus valores negociables durante el periodo. (p. 60)

2.2.3.2.3 BALANCE GENERAL O SITUACION FINANCIERA

Para Gitman L. J. (2007) “El balance general representa un estado resumido de la situación financiera de la empresa en ese momento específico” (p. 42). Es decir, el balance general es una radiografía de la empresa, en donde muestra lo que tenemos como la propiedad, planta y equipo

(activos), lo que debemos a nuestros proveedores, bancos, entre otros (pasivos) y la inversión inicial o capital de los accionistas dentro de la empresa(patrimonio).

Para otros autores el concepto de Balance General es, según Ross, Westerfield, & Jordan (2010) “El balance es una instantánea de la empresa. Es un medio conveniente de organizar y resumir lo que posee una empresa (sus activos), lo que adeuda (sus pasivos) y la diferencia entre los dos (el capital de la empresa) en un punto determinado del tiempo” (p.20). Esto se puede ver representado en la figura 8.

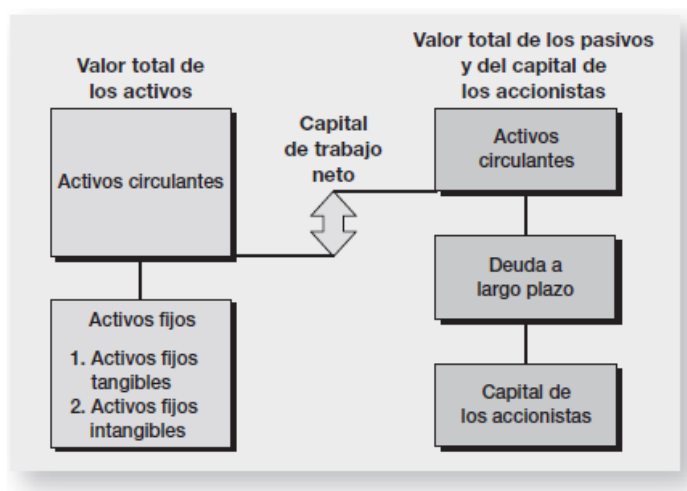


Figura 8: Clasificación de activos y pasivos de un balance general

Fuente: Ross, Westerfield, y Jordan, (2010)

Según Romero López (2014):

El estado de situación financiera es una forma de representar la dualidad económica de la entidad. Por ello, es importante comprender que a pesar de que cuando preparemos un balance general debemos obtener una igualdad entre los recursos y sus fuentes, la finalidad de esta herramienta no es igualar las partidas, sino sustancialmente mostrar la posición o situación financiera de la entidad en una fecha determinada. (p.150)

2.2.3.3 ESTADOS PRESUPUESTADOS

Los estados financieros proyectados son una herramienta muy útil para poder medir los ingresos futuros, el comportamiento de las utilidades generadas como de los egresos en los

periodos. Gracias al presupuesto maestro estos pueden proyectarnos el mañana y en qué tiempo tener que realizar toma de decisión.

Para Ramírez Padilla (2008) “El presupuesto maestro está integrado básicamente por dos áreas, que son:

1. El presupuesto de operación
2. El presupuesto financiero” (p. 250)

2.2.3.3.1 PRESUPUESTO DE OPERACIÓN

Según Ramírez Padilla (2008):

El presupuesto de operación forma la primera parte en la realización de un presupuesto maestro. Aquí se presupuestan aquellas partidas que conforman o influyen directamente en las utilidades de la compañía, en específico la utilidad de operación o utilidad antes de financieros, impuestos y repartos (UAFIR)), que es precisamente el último eslabón del presupuesto de operación.

Los diferentes presupuestos que conforman al presupuesto de operación son:

1. Presupuesto de ventas
2. Presupuesto de producción
3. Presupuesto de materia prima
4. Presupuesto de mano de obra
5. Presupuesto de gastos indirectos de fabricación
6. Presupuesto de gastos de operación
7. Presupuesto de costo de venta y de valuación de inventarios (p.251)

2.2.3.3.2 PRESUPUESTO FINANCIERO

Considerando al mismo autor sobre el presupuesto de operación, también establece Ramírez Padilla (2008):

La esencia del presupuesto financiero surge de la información generada por el presupuesto de operación. Es necesario considerar que son tres grandes planes los que engloban un modelo de planeación: el plan de mercados, el de requisitos de insumos y el financiero.

El presupuesto de ventas, el de costo de producción y el de gastos de operación producen el estado de resultados proyectado. El presupuesto financiero, aunado a ciertos datos del estado de resultados

presupuestado, expresa el estado de situación financiera presupuestado y el estado de flujo efectivo presupuestado. El estado de resultados, el estado de situación financiera y el estado de flujo de efectivo presupuestado indican la situación financiera proyectada. (p. 263)

2.2.3.4 INVERSIÓN TOTAL INICIAL

Según Baca Urbina (2010) “La inversión inicial comprende 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” (p. 143).

Tomando en cuenta la teoría anterior, la cual define que hay dos tipos de inversiones iniciales, el mismo autor las define de la siguiente manera:

1. Activo Tangible:

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

2. Activo Intangible:

Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales) (p. 143).

2.2.3.5 COSTO DE CAPITAL

Según Gitman & Zutter (2012) “El costo de capital de una empresa se calcula en un momento específico y refleja el costo futuro promedio esperado de los fondos a largo plazo utilizados por la empresa” (p. 333). Como se sabe, muchas empresas locales, nacionales y extranjeras trabajan con capitales prestados o propios y la combinación de todos estos me ofrece un porcentaje al cual llamaremos costo de capital promedio ponderado (CCPP).

Así lo establece Baca Urbina (2010):

El capital que forma esta inversión puede provenir de varias fuentes: sólo de personas físicas (inversionistas), de éstas con personas morales (otras empresas), de inversionistas e instituciones de crédito (bancos) o de una mezcla de inversionistas, personas morales y bancos. Como sea que haya

sido la aportación de capitales, cada uno de ellos tendrá un costo asociado al capital que aporte, y la nueva empresa así formada tendrá un costo de capital propio. (pág. 151)

Como sabemos el Costo de Capital es una tasa, pero una tasa de rendimiento mínimo que se debe cubrir para los proyectos. Según Ramírez Padilla (2008) “Calcular el costo de capital ponderado de la empresa: Consiste en determinar cuánto le cuesta en promedio a la empresa cada peso que maneja; esto servirá de punto de referencia en el análisis cuantitativo de los proyectos, ya que será la tasa de rendimiento *mínimo aceptable* por la empresa” (p.383).

2.2.3.6 MÉTODOS DE EVALUACIÓN PARA PROYECTOS DE INVERSIÓN

Según Gitman & Zutter (2012) “Las tres técnicas más utilizadas de elaboración del presupuesto de capital: tiempo de recuperación de la inversión, valor presente neto y tasa interna de rendimiento” (p. 364). Las cuales utilizaremos en nuestro proyecto de prefactibilidad.

2.2.3.6.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Según Myers, Brealey, & Allen (2010) “El valor presente neto depende únicamente de los flujos de efectivo del proyecto y del costo de oportunidad del capital” (p.151). En pocas palabras el Valor Presente Neto, es traer los flujos de efectivos futuros al presente, descontados a una tasa equivalente al costo de capital, y si estos son positivos entonces el proyecto es viable, de lo contrario se rechaza el proyecto por ser negativos. Recordando que, al momento de traer los Flujos de efectivos al presente, se debe hacer la resta de la inversión (Myers, Brealey, & Allen, 2010).

Este es uno de los métodos muy utilizados por muchos inversionistas para saber si tendrá un valor de retorno su dinero. Según Gitman & Zutter (2012) “El método usado por la mayoría de las grandes empresas para evaluar proyectos de inversión se conoce como valor presente neto (VPN)” (p.367).

2.2.3.6.2 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Ramírez Padilla (2008) afirma:

Este método consiste en encontrar la tasa a que se deben descontar los flujos positivos de efectivo, de tal manera que su valor actual sea igual a la inversión. La tasa obtenida significa el rendimiento de la inversión tomando en consideración que el dinero tiene un costo a través del tiempo. Este rendimiento se debe comparar con el costo de capital de la empresa. (p. 401)

Según Myers, Brealey, & Allen (2010) “La tasa interna de rendimiento se define como la tasa de descuento a la cual $VPN = 0$. Para calcular la TIR, se sigue el método de prueba y error” (p. 154). Al igual que el VPN, si la Tasa Interna de Retorno (TIR) es menor o igual que el CCPP entonces se rechaza el proyecto, y si la TIR es mayor que el CCPP entonces se acepta el proyecto.

2.2.3.6.3 PERIODO DE RECUPERACIÓN

El periodo de recuperación es otro método muy utilizado por muchos inversionistas para saber en cuanto tiempo podrán recuperar la inversión inicial en el proyecto que se realice. Así lo establecen Myers, Brealey, & Allen (2010) “El periodo de recuperación de un proyecto se obtiene al contar el número de años que pasarán antes de que la acumulación del flujo de efectivo pronosticado sea igual a la inversión inicial” (p.152).

Otra definición válida es la que ofrecen Ross, Westerfield, & Jordan (2010) “Con base en la regla del periodo de recuperación, una inversión es aceptable si su periodo de recuperación calculada es menor que algún número preestablecido de años” (p. 265).

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

En esta sección se describen conceptos operacionales de algunos términos que se usarán en el contexto de esta investigación. Lo más relevantes son :

1. **Proyecto de bienes y raíces** : Es todo emprendimiento que tenga que ver con una inversión en terreno o construcción de un inmueble ya sea para venta o alquiler del mismo.
2. **Apartamento para estudiantes** : Es un inmueble de alquiler o venta dirigido para una población de estudiantes universitarios en San Pedro Sula.

3. **Apartamentos amueblados** : Inmueble de alquiler que además de contar con el espacio para habitar, también dispone de muebles de cocina, muebles de sala y muebles de dormitorio como closets y camas.
4. **Condominio** : Es un apartamento que cuenta con áreas sociales y comunes que se comparten con más inquilinos del edificio.
5. **Tasa de crecimiento de estudiantes** : es el porcentaje de crecimiento anual que se observa de estudiantes universitarios comparando un año con el inmediato anterior o con un rango de años.
6. **Tasa de inflación subyacente**: es el porcentaje de crecimiento de los precios de los bienes y servicios en un periodo de tiempo. La inflación subyacente NO incluye algunos bienes y servicios cuyo comportamiento es volátil a lo largo del tiempo. Para el caso de Honduras no se incluyen un total de 37 bienes y servicios como tarifas de energía, precios del combustible, alimentos perecederos no industrializados.
7. **Tasa de desocupación** : es la estimación del porcentaje de tiempo que un apartamento podría permanecer desocupado. Este indicador mide los días de desocupación con respecto al total de días disponibles del año.

CAPITULO III: METODOLOGÍA

La metodología comprende los métodos a utilizarán para llevar a cabo la investigación. En la cual se definirán el enfoque de la investigación, se mostrará la conexión de las variables con los objetivos. También se incluyen la población, el tamaño de la muestra, el análisis de unidad, el instrumento a utilizar para la recolección de datos junto con las técnicas y la hipótesis de investigación.

3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA

En este apartado se pretende establecer claramente la relación directa entre el objetivo general, objetivos específicos, preguntas de investigación con las hipótesis planteadas y las variables de estudio, sus dimensiones y sus indicadores. De esta manera se asegura que la investigación de campo está basada en los planteamientos iniciales del estudio.

3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA

La matriz metodológica permite tener una visión clara e integra de la investigación y mostrar el camino a seguir para mantener el orden y congruencia. Mostrando una congruencia lógica desde la formulación del problema hasta la variable dependiente como se mostrará a continuación.

Tabla 2: Matriz metodológica del proyecto

NOMBRE	PROBLEMA	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	OBJETIVOS		VARIABLES	
			GENERAL	ESPECIFICOS	INDEPENDIENTES	DEPENDIENTES
Investigación de Pre-factibilidad para la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en S.P.S	¿Es factible desde el punto de vista de mercado, técnico y financiero la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?	1. ¿Cuáles son los factores de mercado para el alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?	Establecer la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del estudio de mercado, técnico y financiero la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.	1. Determinar los factores de mercado para el alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.	MERCADO	RENTABILIDAD
		2. ¿Cuáles son los aspectos técnicos a considerar para la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?		2. Determinar los aspectos técnicos a considerar para la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.	TÉCNICO	
		3. ¿Es financieramente factible la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés?		1. Analizar si es financieramente factible la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, Cortés.	FINANCIERO	

Fuente: Elaboración propia

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

En esta sección se identificará cuáles son las variables dependientes e independientes. Se mostrará la dimensión de cada variable con el fin de poder definir un instrumento con el cual medir las variables. Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) “Cuando se construye un instrumento, el proceso más lógico para hacerlo es transitar de la variable a sus dimensiones o componentes, luego a los indicadores y finalmente a los ítems o reactivos” (p.211). la tabla 3 muestra el detalle de la operacionalización de las variables.

Tabla 3: Operacionalización de las variables

Variable Independiente	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidad	Escala	
Mercado	Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010, p. 7)	Definición de la demanda potencial insatisfecha que al precio correcto estaría dispuestos a alquilar un apartamento	Producto	1. Consumo	1. ¿Ud. renta casa o apartamento actualmente? *Si l respuesta es "NO" pasar a la pregunta 3	Si	1	
						No	2	
					2. ¿Qué tan satisfecho se siente con el lugar que renta actualmente?	Muy satisfecho	1	
						Satisfecho	2	
						Neutral	3	
						Insatisfecho	4	
						Muy insatisfecho	5	
					2. Disposición	3. ¿Estaría dispuesto en rentar un apartamento? *Si la respuesta es NO se termina la encuesta.	Si	1
							No	2
					Preferencias	4. Adicional al dormitorio, ¿Qué otra área le gustaría que tuviera el apartamento?	Baño privado	1
				Sala			2	
				Cocineta			3	
				Otros			4	
				5. Según sus necesidades ¿Con cuántas habitaciones prefiere el apartamento?		Una habitación	1	
						Dos habitaciones	2	
				6. ¿Con qué tipo de servicios le gustaría que contara el apartamento?		Seguridad privada	1	
						Estacionamiento	2	
						Cable e internet	3	
Aire acondicionado	4							
Área de lavandería	5							
Otros	6							

Continuación de tabla 3

Variable Independiente	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidad	Escala
Mercado	Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. (Baca Urbina, 2010, p. 7)	Definición de la demanda potencial insatisfecha que al precio correcto estaría dispuestos a alquilar un apartamento	Precio	Distribución del precio	7. ¿Preferiría que los servicios adicionales de su apartamento fueran incluidos en el precio total de renta?	Si	1
						No	2
				Precio de compra	8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el apartamento?	L.3500 a L.5000	1
						L.5001 a L.8000	2
			L.8001 a L.10000			3	
			Mas de L.10001			4	
			Plaza	Preferencia	9.¿Qué criterios influyen para la elección del apartamento para renta?	Precio	1
						Comodidad y seguridad	2
						Cercanía a la universidad	3
						Acceso a comercio y alimentación	4
						Otros	5
			Comercialización	Publicidad	10. ¿Cómo le gustaría informarse sobre lugares disponibles para renta?	Correo electrónico	1
						Redes sociales	2
						Radio y televisión	3
Periódicos y revistas	4						

Continuación de tabla 3

Variable Independiente	Definición Real	Definición Operacional	Dimensión	Indicadores	Ítems	Unidad	Escala
Técnico	El estudio técnico tiene por objeto proveer información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de operación pertinentes a esas áreas. (Sapag Chain, 2008, p.24)	Análisis sobre los requerimientos técnicos para la Localización, tamaño óptimo y construcción. De un edificio de apartamentos par estudiantes universitarios	Localización	Ubicación geográfica	Localización óptima en donde se construirá los apartamentos	Ubicación ponderada	1
			Tamaño y Distribución	Aprovechamiento de los espacios	Cantidad de apartamentos del edificio y su respectiva distribución de las áreas	Planos de distribución	1
			Organización	Cantidad de personas a contratar	Personal administrativo y de mantenimiento operacional	Estructura organizacional	1
Financiero	Los objetivos del análisis financiero son ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores, elaborar cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y evaluar los antecedentes para determinar su rentabilidad (Sapag Chain, 2007, p. 29)	Estudio para identificar la rentabilidad del proyecto de construcción de apartamentos para estudiantes. Análisis para determinar si la tasa interna de retorno es mayor que el costo de capital	Alcance de construcción y el alquiler de apartamentos amueblados para estudiantes universitarios	Presupuesto de capital	Costo de capital	Financiamientos	1
				Sensibilidad financiera	Variabilidad del efectivo	Valor Presente Neto	1
						Tasa Interna de Retorno	1
				Flujos de efectivos	Ingreso-gasto	Presupuestos	1
				Utilidad proyectada	Utilidad	Estados financieros	1

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 HIPÓTESIS

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) “Las hipótesis indican lo que tratamos de probar y se definen como explicaciones tentativas del fenómeno investigado” (p.92).

Para fines de esta investigación debemos tomar en cuenta probar la prefactibilidad del proyecto desde el punto de vista mercado, técnico y financiero. Se plantea también una hipótesis nula para probar la no factibilidad del proyecto.

Hi: La tasa interna de retorno de la construcción y alquiler de apartamentos amueblados para estudiantes universitarios en San Pedro Sula es mayor que el costo de capital.

Ho: La tasa interna de retorno de la construcción y alquiler de apartamentos amueblados para estudiantes universitarios en San Pedro Sula es menor o igual que el costo de capital.

3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

En este apartado se relaciona el enfoque que puede ser cuantitativo o cualitativo, como también el método de investigación para aplicar.

3.2.1 ENFOQUE DE LA INVESTIGACIÓN

El enfoque de esta investigación es meramente de tipo cuantitativo ya que este permitirá comprobar la rentabilidad del proyecto de forma objetiva a través de la recolección de datos. Así lo establece Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) “En el enfoque cuantitativo, el investigador utiliza su o sus diseños para analizar la certeza de las hipótesis formuladas en un contexto en particular o para aportar evidencia respecto de los lineamientos de la investigación” (p.120)

3.2.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

Es una investigación con un diseño no experimental, ya que no hay manipulación deliberadas de las variables, de tipo transeccional por que se recolectan datos en un solo momento, su alcance de carácter descriptivo, porque se indagan la incidencia de las categorías de las variables en estudio. Estas características resumidas se pueden observar en la figura 11.

Tipo de enfoque	• Cuantitativo
Tipo de Diseño	• No experimental
Tipo de estudio	• Transversal
Tipo de Alcance	• Descriptivo
Tipo de muestra	• Probabilística
Técnica	• Encuesta

Figura 9: Características del método de la investigación

Fuente: Elaboración propia

3.3 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

En esta sección de la investigación se relacionada la procedencia y descripción demográfica de la población a considerar. También se delimita el tamaño muestral para poder responder las preguntas de investigación.

3.3.1 POBLACIÓN

Para esta investigación nuestra población a la que se dirige son los estudiantes universitarios de la ciudad de San Pedro Sula, Cortés. Basado en que el año 2013 se registró una población universitaria de 50,300 estudiantes y considerando la tasa de crecimiento nacional de 3.4% de los

años 2006 al 2016, la población a considerar es de 59, 500 estudiantes en la ciudad de San Pedro Sula para el presente año 2018, tanto de universidades privadas como públicas (Dirección de Educación Superior, 2018).

3.3.2 MUESTRA

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010): “Para el proceso cuantitativo la muestra es un subgrupo de la población de interés sobre el cual se recolectarán datos, y que tiene que definirse o delimitarse de antemano con precisión, éste deberá ser representativo de dicha población” (p.173)

La muestra de dicha investigación se estableció que sea probabilística ya que con esto se establece que todos los estudiantes universitarios de la ciudad de San Pedro Sula tengan opción de ser parte del proceso.

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Datos:

n = tamaño de la muestra

σ = desviación estándar (0.5)

N = tamaño de la población (59,500)

Z = nivel de confianza (95%) es de 1.96

e = error aceptable (5%)

$$n = \frac{(59,500)(0.5)^2(1.96)^2}{(59,500 - 1)(0.05)^2 + (0.5)^2(1.96)^2}$$

$$n = \frac{57,143.8}{149.7079}$$

$$n = 382$$

La cantidad de encuestas por Universidad se han calculado considerando la cantidad de estudiantes en cada centro. Es decir, es un número que relaciona el peso de cada población de universidad con respecto a total y luego este se multiplica por el número de la muestra total (382) como se aprecia en la siguiente tabla.

Tabla 4: Muestra total por universidad

Universidad	Población	%	Total muestra
UNAH-VS	19,074	56.1%	214
USAP	4,917	14.5%	55
UNICAH	6,500	19.1%	73
CEUTEC	3,500	10.3%	39
Total	33,991		382

Fuente: Elaboración propia.

3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

La investigación comprende como unidad de análisis los estudiantes universitarios tanto de universidades públicas como privadas de la Ciudad de San Pedro Sula. En la tabla 2 se puede ver el detalle de las características principales de nuestra unidad de análisis y que nos ayuda a delimitar la población y escoger la muestra.

Tabla 5: Características de la unidad de análisis

Características	Unidad de análisis
Genero	Femenino y masculino
Lugar de residencia	Cualquiera
Educación	Estudiantes universitarios
Edad	Mayor o igual de 17 años
Ingresos	Cualquiera
Universidades	Las ubicadas en el sector NOROESTE de SPS

Fuente: Elaboración propia.

3.3.4 UNIDAD DE RESPUESTA

Siendo que se pretende identificación la intención de los estudiantes universitarios de San Pedro Sula de rentar un apartamento con ciertas condiciones, la unidad de respuesta para esta investigación es cada estudiante al que se le aplicará la encuesta que dará como resultado una intensidad individual que deberá tabularse para interpretar preferencias y otros aspectos.

3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010): “El momento de aplicar los instrumentos de medición y recolectar los datos representa la oportunidad para el investigador de confrontar el trabajo conceptual y de planeación con los hechos” (p.195).

En esta sección se describen las técnicas y herramientas utilizadas en la investigación de campo para este estudio.

3.4.1 INSTRUMENTO

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio (2010) “El instrumento de medición o de recolección de datos tiene un papel central. Sin él, no hay observaciones clasificadas” (p.199).

Los principales instrumentos de medición y recolección de datos que se utilizan en el son las entrevistas, cuestionarios, matrices, diagramas, estados financieros, flujos de efectivo, entre otros. Para nuestra investigación que es de carácter cuantitativa, utilizaremos el cuestionario el cual cumple con los tres requisitos: confiabilidad, validez y objetividad.

El cuestionario es de los instrumentos más utilizados en investigaciones con el cual se puede obtener datos sobre las variables que investigamos de manera relativamente rápida y eficiente, poco costosa y se logra el anonimato de la persona que proporciona información.

3.4.2 TÉCNICA

Las técnicas de recolección de datos están muy relacionadas con las herramientas de medición expuestas en el apartado anterior. A diferencia de las herramientas que hace mención de dónde se registrarán los datos, las técnicas nos indican las distintas maneras, formas o estrategias que se emplearán para llevar a cabo la recolección de los datos.

Para esta investigación utilizaremos la encuesta dirigida como técnica para registrar los datos de los estudiantes universitarios de la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés.

3.4.3 PROCEDIMIENTO

A continuación, se describe la planificación para la aplicación del instrumento de recolección definido.

- La aplicación de encuestas será de forma presencial y se han elegido los estudiantes de las universidades ubicadas en el Sector NOROESTE de San Pedro Sula. Estas son: Universidad Nacional Autónoma de Honduras campus Valle de Sula (UNAH-VS), La universidad de San Pedro Sula (USAP), la Universidad Católica de Honduras (UNICAH) y el Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC).

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Las fuentes de información se clasifican en dos: fuentes de información primaria y fuentes de información secundaria cuales son utilizadas para ratificar la investigación.

3.5.1 FUENTES PRIMARIAS

Las fuentes primarias utilizadas fueron libros relacionados a la investigación, tesis de pregrado como de postgrado, revistas científicas de universidades reconocidas, encuesta aplicada, investigación de campo y la asesoría de expertos en las áreas de construcción y financiera. Dichas

fuentes fueron tomadas para enriquecer el contenido de la investigación y así poder asegurar que su información sea de primera mano.

3.5.2 FUENTES SECUNDARIAS

Las fuentes secundarias es toda aquella información de segunda mano, para nuestra investigación se consideraron las siguientes:

1. Sitios Web: UNAH, periódicos en línea (La Prensa), entre otros.
2. Revistas por organismos internacionales como nacionales.
3. Proyectos relacionados a la investigación.

CAPITULO IV: RESULTADOS Y ANÁLISIS

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, y Baptista Lucio (2010) “En el capítulo se comenta la importancia que tienen los usuarios en la presentación de resultados. Éstos son quienes toman decisiones con base en los resultados de la investigación; por ello, la presentación debe adaptarse a sus características y necesidades” (p. 346).

4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

En este apartado se describe el servicio que se ofrecerá a los estudiantes, como la descripción de la empresa y el modelo de negocio que la empresa pretende realizar.

4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La empresa se dedica a ofrecer servicios de alquiler de apartamentos para estudiantes universitarios en la ciudad de San Pedro Sula, ya sea para estudiantes provenientes del interior de la Ciudad como de afuera. Como objetivo principal es brindar a los estudiantes un espacio de hospedaje ideal para su formación académica dentro de un ambiente sano, en una zonas seguras y cercanas a los centros universitarios a precios accesibles.

La empresa está regida bajo las leyes de Comercio, constituida como una sociedad de responsabilidad limitada bajo el nombre A & M Capital S de R.L, establecida en la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés. Dicha sociedad cuenta con dos socios que serán los responsables directos de su operación. La empresa aparte de ofrecer el servicio de arrendamiento del local también brinda a los estudiantes condiciones y atributos diferenciados como:

1. Baño privado
2. Cocineta
3. Seguridad privada
4. Estacionamiento
5. Área de lavandería
6. Sala de estudio

7. Área audio visual
8. Área social para barbacoa
9. Bodegas de almacenamiento

El edificio de los apartamentos está ubicado en el sector noroeste de la Ciudad de San Pedro Sula en la Colonia Jardines del Valle a unos 1.4 km de la Universidad Nacional Autónoma del Valle de Sula.

4.1.1.1 MISIÓN

Brindar un servicio profesional de renta de apartamentos para estudiantes universitarios con las condiciones básicas y de comodidad que brinden al estudiante un ambiente propicio para llevar con éxito su proceso académico.

4.1.1.2 VISIÓN

Consolidarnos como la mejor alternativa de apartamentos de alquiler para estudiantes universitarios en la Ciudad de San Pedro Sula, y que nuestros clientes se sientan satisfechos durante su hospedaje dentro de nuestras instalaciones para mejorar su proceso de formación académica.

4.2 DEFINICIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

Para poder definir nuestro modelo de negocio haremos uso de una herramienta llamada Lienzo de Modelos de Negocio, según (Megias 2012) “si hay una herramienta que ha causado sensación en el mundo de la estrategia es el famoso lienzo de modelos de negocio o Business Model Canvas, una interesante herramienta que nos ayuda a diseñar e innovar sobre nuestro modelo de negocio de forma visual”. Dicho modelo muestra las estrategias relacionadas con la construcción y el alquiler de apartamentos para estudiantes.

Tabla 6: Modelo de Negocio

MODELO DE NEGOCIO				
PROBLEMA	SOLUCION	PROPOSICION DE VALOR UNICO	VENTAJA ESPECIAL	SEGMENTOS DE CLIENTES
1. No existen suficientes proyectos que ofrezcan una vivienda segura, cómoda, con un ambiente interno adecuado a un precio accesible para estudiantes universitarios.	1. Satisfacer la demanda habitacional con la construcción y alquiler de apartamentos para estudiantes. 2. Establecer condiciones y servicios básicos y de comodidad en los apartamentos.	1. Servicio de lavandería, estacionamiento y seguridad privada. 2. Condiciones básicas: cocineta, baño privado, Mueblería básica 3. Área audiovisual 4. Área de estudio	Ubicación, comodidad y seguridad	Estudiantes universitarios de la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés.
	METRICAS CLAVE		CANALES	
	1. % de ganancias con respecto al capital invertido 2. Tasa de quejas de los estudiantes. 3. Tasa de vacancia		Redes sociales, correos electrónicos y periódicos.	
ESTRUCTURA DE COSTOS		FLUJOS DE INGRESOS		
Costos operativos, administrativos y de adquisición.		Rentas mensuales por alquiler y servicio de lavandería.		

Fuente: Elaboración propia

A continuación, se explica cada elemento del modelo de negocio a utilizar.

1. Segmentos de cliente: para definir nuestro segmento de mercado se toma en cuenta que sean estudiantes de las diversas universidades tanto privadas como públicas de la Ciudad de San Pedro Sula, Cortés.
2. Propuesta de Valor Único: Se pretende ofrecer a los estudiantes un espacio único para ellos. Como también contaremos con varios servicios como de seguridad y lavandería, como las condiciones básicas de vivencia temporal.
3. Canales: Los canales de comunicación establecidos serán en primer lugar mediante las redes sociales para poder llegar a todos nuestros clientes. Otro medio es el uso del correo electrónico como anuncios publicitarios en periódicos.
4. Ventaja especial: Se brinda un servicio especial para hospedaje de estudiantes universitarios, con cercanía a los centros de estudio, comerciales como también seguridad privada.
5. Fuentes de ingreso: Los ingresos recibidos son por el alquiler de las unidades del edificio y del servicio de lavandería.

6. Solución: Dentro de nuestras soluciones es satisfacer la demanda habitacional por parte de los estudiantes universitarios en la Ciudad de San Pedro Sula y con ello establecer condiciones básicas dentro de los apartamentos.
7. Métrica clave: Dentro de nuestras métricas están los indicadores que utilizaremos para nuestro negocio como ser: el equilibrio de la oferta/demanda, la tasa de quejas de nuestros clientes ya que estos nos darán la pauta de mejora en nuestros servicios.
8. Estructura de coste: Como todo negocio debemos tener gastos, y estos se reparten en operativos, administrativos y de adquisición para el buen funcionamiento y servicio.
9. Problema: El problema por el cual nuestro negocio empieza es por mejorar el servicio de renta de apartamentos para estudiantes universitarios y por satisfacer la demanda que año con año va en aumento y la oferta empieza a quedar atrás.

4.3 PROPIEDAD INTELECTUAL

Se estableció la siguiente propuesta de nombre y logotipo para el edificio de apartamentos el cual será registrado en el Instituto de la Propiedad de la Dirección General de Propiedad Intelectual como Marca y Patente, luego de ser aprobada por el Consejo Directivo.



Figura 10: Logotipo del edificio de apartamentos

Fuente: Elaboración propia.

4.4 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Cuando se establece un negocio siempre existirán factores de riesgo que llegan a convertirse en amenazas, pero si se llega a tomar las debidas precauciones se pueden evitar o contrarrestar, de esa manera se selecciona el Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter que a continuación se explican cada una y el motivo de esta.

4.4.1 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

Se escogió este modelo para realizar el análisis de los potenciales riesgos que puede presentar esta empresa. Dicho modelo es muy utilizado por muchos comercios, industrias y empresas de servicios para poder determinar los niveles de riesgos que pueden presentar sus negocios. Según (Porter 2008) “La fuerza competitiva o las fuerzas competitivas más fuertes determinan la rentabilidad de un sector y se transforman en los elementos más importantes de la elaboración de la estrategia” (p.2)

4.4.1.1 RIVALIDAD ENTRE LOS COMPETIDORES EXISTENTES

Son muchos los competidores que tenemos ya que el mercado escogido es tan grande que abarca a toda la ciudad de San Pedro Sula y sus universidades tanto públicas como privadas. Es por ello por lo que nuestra rivalidad se centra en edificios de apartamentos aledaños a los centros universitarios. Para tal es el caso que la Colonia Villas de Sol que posee alrededor de 12 edificios con ofertas similares a los de otras colonias como Jardines del Valle y Universidad.

Nuestra mayor competencia la tenemos en los Edificios de Apartamentos ubicados en Villas del Sol, ya que esta se encuentra junto a la UNAH-VS la cual cuenta con la mayor cantidad de población estudiantil. Y es muy preferida por muchos estudiantes por su cercanía y sus bajos precios de renta.

4.4.1.2 AMENAZA DE NUEVOS ENTRANTES

Con el aumento de la población estudiantil anualmente, la oferta empieza a crecer y con ello la inversión en bienes y raíces que ha mostrado mucho interés empezando a motivar a otros a entrar al negocio al ver los buenos resultados que se obtienen, a los cuales le llamamos nuevos competidores. Estos son los encargados de generar nuevas estrategias de comercialización y de establecer precios diferentes a los del mercado para captar una participación del mercado ya existente.

Es así, que muchos residentes dueños de casa de habitación han visto un negocio o una entrada de efectivo con la transformación de sus viviendas en apartamentos de alquiler, y otros han decidido ir más allá y realizar inversiones a largo plazo con construcciones de edificios de apartamentos aprovechando el crecimiento de la población universitaria en la Ciudad de San Pedro Sula.

4.4.1.3 AMENAZA DE PRODUCTOS O SERVICIOS SUSTITUTOS

La construcción en la zona norte de Honduras ha empezado a demostrar su crecimiento y con ello podemos apreciar que existen muchos edificios de condominios los cuales han empezado a mejorar la oferta de vivienda que se necesita cubrir en la Ciudad de San Pedro Sula y sus alrededores. Sin embargo, este tipo de servicio es de un alto precio para los estudiantes universitarios, que muchos aún dependen de los ingresos de sus padres.

Existe otro producto sustituto que ha empezado a generar un alto crecimiento y es rentar habitaciones dentro de casas aledañas a las universidades. Según la Administración de Inquilinatos se han solicitado en los últimos dos años permisos para remodelación de casas para establecer apartamentos dentro de las casas o fuera de la misma y así poder rentarlos para estudiantes en su mayoría.

4.4.1.4 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS PROVEEDORES

Para nuestro proyecto el poder de los proveedores recae en los servicios tercerizados como el mantenimiento, seguridad e instalaciones debido a la escasez de personal capacitado cercano a nuestra ubicación, para estos servicios que son de gran importancia para nuestro funcionamiento. Según (Porter 2008:4) “Los proveedores poderosos capturan una mayor parte del valor para sí mismos cobrando precios altos, restringiendo la calidad o los servicios, o transfiriendo los costos a los participantes del sector” (p.4).

4.4.1.5 PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS CLIENTES

Debido a que existe una gran variedad de ofertas y precios; estos pueden variar dependiendo la zona donde se ubique la competencia o muestren interés los estudiantes, el poder de negociación de parte de los clientes es alta, ya que ellos buscaran satisfacer sus necesidades en lugares cercanos y con precios cómodos. Por lo cual no podemos establecer precios por encima del mercado, ya que nuestro objetivo es captar un porcentaje de la demanda de estudiantes por rentar apartamentos.

4.4.1.6 DIAGRAMA DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER EN ESCALA LIKERT

Para el diagrama de riesgo de las Cinco Fuerzas de Porter se utilizó la escala de Likert de 1 a 5, siendo 1 el menor y 5 el mayor como se establece en la tabla 7.

Tabla 7: Cinco Fuerzas de Porter en Escala Likert

FUERZAS	ESCALA					TOTAL
	Muy Baja 1	Baja 2	Neutro 3	Alto 4	Muy Alta 5	
Rivalidad entre competidores existentes			3			3
Amenaza de nuevos competidores		2				2
Amenaza de productos sustitutos		2				2
Poder de negociación de los proveedores			3			3
Poder de negociación de los clientes				4		4
TOTAL OBTENIDO						14
TOTAL POSIBLES						25

Fuente: Autoría propia.

Luego de haber realizado el diagrama podemos ver que el riesgo representa 14 puntos de 25 posibles lo que indica que se encuentra en un nivel neutro de riesgo.

4.4.2 ANÁLISIS PESTEL

El Análisis PESTEL nos sirve para identificar los factores actuales como futuros y encontrar en ellos oportunidades o barreras al corto o largo plazo para nuestro negocio ya que estos factores son externos a nuestra empresa y no son manipulados por nosotros. Así lo establece Ortega Nielfa (2013) “La herramienta de análisis PESTEL es una técnica de análisis estratégico para definir el contexto de una compañía a través del análisis de una serie de factores externos” (p.10).

Para el análisis Pestel de una empresa se debe tener en cuenta varios factores según Ortega Nielfa (2013) “Es necesario tener en cuenta los siguientes factores: Factores político-legales, Factores Económicos, Factores Socio-Culturales, Factores Tecnológicos” (p.10).

4.4.2.1 FACTORES POLÍTICOS-LEGALES

Honduras es un país que a lo largo de los últimos 9 años ha presentado inestabilidad sociopolítica, generando grandes pérdidas para la industria, comercio, servicio y principalmente para su población. Pero donde se ha visto afectada ha sido en las empresas que han surgido en los últimos años ya que existe una gran variedad de tributos como el impuesto sobre la renta, municipales y de exportación como importación que ha provocado el cierre de operaciones de los negocios por sus altos costos tributarios. A su vez la inseguridad política ha generado que los grandes capitales extranjeros como nacionales se vayan a otros países para invertir.

4.4.2.2 FACTORES ECONÓMICOS

Un factor de gran importancia es el índice de inflación que afecta de forma directa al poder adquisitivo de los padres de familia de los estudiantes ya que según él (Banco Central de Honduras 2018) el índice de inflación interanual del mes de mayo del presente año es de 3.99% lo que genera una reducción de sus ingresos. Lo que evitaría minimizar el gasto en sus familias y priorizar en necesidades básicas o elementales del diario vivir.

Aunque los programas de vivienda y acceso a financiamiento han mejorado en el país, para obtener el préstamo del banco se debe cumplir con una serie de requisitos como % de endeudamiento, capital inicial para la prima, capacidad de pago, garantías ...etc. que hacen muy difícil que una familia de ingresos de un salario mínimo (L. 9,000 aprox.) puedan lograr calificar para el préstamo de una vivienda. Lo anterior constituye un factor relevante como oportunidad para el incremento de la demanda de alquileres en la ciudad de San Pedro Sula.

El alto índice de desempleo que impera en el país es un factor de gran riesgo, la OIT en su informe anual del 2017 resaltó que Honduras posee un 55% de desempleo en el país (La Prensa 2018). Otro factor de riesgo es la devaluación de la moneda que a lo largo de los años esta ha ido en ascenso.

4.4.2.3 FACTORES SOCIOCULTURALES

San Pedro Sula por varios años fue considerada la Ciudad más peligrosa del mundo, lo que generó que los inversionistas extranjeros no llegarán al país (La Prensa n.d.). Ya sea por delincuencia común, asesinatos, grupos antisociales (maras) y la misma corrupción que han cerrado grandes oportunidades de crecimiento dentro de las familias hondureñas.

Otro punto a tomar en cuenta es la alta tasa de pobreza que posee el país, según FOSDEH (2017) “En el año 2016 el 65.7% de la población Hondureña vivía en condiciones de pobreza y al cierre de este año ese porcentaje aumento a 68.8%”. Lo que al final viene a producir un aumento en la delincuencia en el país.

4.4.2.4 FACTORES TECNOLÓGICOS

Con la tecnología emergente y el uso de las redes sociales esto representa una gran oportunidad para cualquier empresa de poder comercializar sus productos dentro y fuera del país y llegar a cualquier destino, según Hondudiario “Hoy en día podemos estar enterados de todo lo que sucede en nuestro país con tan solo hacer un clic en tu laptop o PC, o desde un teléfono inteligente”. Las redes sociales es una de las herramientas o medios que utiliza gran parte de la población en Honduras.

Sin dejar atrás que con el uso de la tecnología se ha logrado reducir costo y procesos que antes llevan mucho tiempo y así poder ser más eficientes, donde se ha destacado a nivel mundial su crecimiento, así lo establece Romero (2016):

El Foro Económico Mundial destaca el avance de Honduras en la implementación de las información y comunicación, la inclusión de la banca a los servicios electrónicos y el apoyo de las instituciones gubernamentales en la promoción de la tecnología, como el caso del régimen de facturación que aboga por la formalización de la economía de Honduras.

4.5 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado tiene como objeto proveer información valiosa que sirva como ventaja competitiva para el negocio. Pretende comprobar que existe una necesidad insatisfecha en el mercado o que al menos existe la posibilidad de proveer un mejor servicio o producto. El conocimiento de los gustos del consumidor, la oferta actual del producto o servicio en el que se incursionara, los precios y características de la competencia, así como el precio que el consumidor está dispuesto a pagar, son algunos factores a los cuales pretende darle respuesta el estudio de mercado (Baca Urbina, 2013).

La evaluación del nivel de riesgo que el inversionista corre al lanzar un nuevo producto o servicio al mercado también es un asunto que se debe atenderse con cautela y el estudio de mercado igualmente es clave para proveer información que estime un cierto nivel de riesgo al penetrar en ese sector específico (Baca Urbina, 2013).

4.5.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Sapag Xhain, Sapag Xhain, y Sapag Puelma (2014) expresan que el estudio de la competencia tiene como objetivo identificar todos aquellos productos y servicios similares y sustitutos, es decir, determinar todo el abanico de opciones que el consumidor tiene una vez le llega la necesidad.

Cada antecedente o detalle que se conozca de la competencia se usara en la propia estrategia de mercado del proyecto. El conocimiento de los precios, plazos, tipo de descuentos, forma de promoción y publicidad se vuelve necesario para determinar las condiciones de mercado actuales en términos de la competencia (Sapag Xhain, Sapag Xhain, and Sapag Puelma, 2014).

4.5.1.1 COMPETIDORES DIRECTOS

En lo que respecta a los competidores actuales del proyecto, se identifican posicionamientos fuertes en el sector cercano a la Universidad Nacional Autónoma Campus Valle de Sula

específicamente en las colonias Villas del Sol, Jardines del valle y Universidad. Las 3 colonias se encuentran en un rango de 50-1,000 metros de la UNAH-VS y todas tienen acceso a transporte público, zonas comerciales, alimentación y entretenimiento.

Por investigación propia, logramos identificar aproximadamente 57 edificios de apartamentos que tienen una importante variación en cuanto al número de unidades que se ofrecen de uno a otro. Por ejemplo, algunos edificios son de 4-6 unidades, mientras que algunos otros (la minoría) ofrecen entre 15-32 apartamentos.

Con respecto al tipo de vivienda que los competidores están ofreciendo tenemos que solo el 43% es vivienda de una habitación y el resto son apartamentos de dos habitaciones. Solo el 43% ofrecen habitaciones con unidades de Aire acondicionado y solo el 38% de los casos tienen disponibilidad de parqueo para vehículo. Un dato curioso es que actualmente ninguno de los competidores ofrece en sus edificios salas de estudio o un espacio especial para que el estudiante pueda concentrarse y trabajar en sus asignaciones de clases. En la tabla 8 se representan los porcentajes de todas las categorías evaluadas.

Tabla 8: Oferta actual de competidores considerando espacios ambientes

Tipo de vivienda									
1 Hab	2 Hab	3 Hab	Cocineta	Baño privado	Closet	Estudio(comun o privado)	Sala	Unidad de AC	Parqueo
42.9%	52.4%	4.8%	42.9%	85.7%	4.8%	0.0%	19.0%	42.9%	38.1%

Fuente: elaboración propia

La colonia Villas del Sol cuyo acceso está a escasos 50 metros de la entrada de la UNAH-VS, es la zona más poblada de estudiantes. En esta colonia se contabilizaron cerca de 12-14 edificios. El tipo de servicio y vivienda ofrecida en esta localidad varía en términos de espacios, servicios incluidos y por supuesto; precios. Hay complejos de apartamentos que ofrecen una o dos habitaciones que incluyen una cocineta y un espacio para sala, algunas otras opciones solo ofrecen el apartamento de un ambiente con su baño privado.

Algunos de estos edificios ofrecen seguridad privada interna, pero en su mayoría no lo hacen y es debido a que la colonia tiene su propio muro perimetral con accesos controlados por guardias de seguridad que son contratados por el patronato de la colonia y cuyas tarifas son pagadas por los residentes del lugar y los dueños de los edificios de apartamentos. La mayoría de los edificios ofrecen el servicio de internet y cable como parte de la tarifa de la renta, pero en su mayoría no incluyen el servicio de electricidad que debe pagarse como una factura adicional para el inquilino.

En el caso de la Colonia Jardines del Valle, que está ubicada a escasos metros del Centro Comercial “Galerías del valle” y a unos 500-1000 metros de la UNAH-VS, se aprecia un nivel diferente de oferta ya que generalmente incluye unidad de aire acondicionado, estacionamiento, seguridad privada y la mayoría son apartamentos de dos habitaciones que no ofrecen el servicio de internet y cable que es muy vital para un estudiante universitario. A diferencia de la Colonia Villas del Sol, la oferta en Jardines del Valle también está dirigida para un segmento de mercado de profesionales como médicos, abogados u otros que tienen sus trabajos cerca de este sector o para estudiantes que trabajan y tienen un ingreso al menos de 2-3 salarios mínimos. El rango de precios en Jardines del valle es más alto en comparación con Villas del sol.

Igualmente existen competidores en el sector de la colonia universidad y Laureles, ubicada a unos 300 metros de la UNAH-VS. La oferta en este sector es igualmente de un nivel básico que incluye la habitación (1 o 2), seguridad y cable e internet (en su mayoría).

En todo el sector, los espacios físicos de los apartamentos andan alrededor de 15-30 m² si es de una habitación y de 40-60m² si es de dos habitaciones. Hay muchos edificios que tienen cerca de 20 años de antigüedad, pero la mayoría son proyectos relativamente nuevos de menos de 10 años de haber sido construidos.

En las tablas 9 y 10 se representa un resumen del análisis de la competencia en términos de espacios, ambientes y servicios ofrecidos en sus edificios.

Tabla 9: Análisis de la competencia en cuanto a tipo de vivienda y espacios ofrecidos

No.	Localización	Tipo de vivienda									
		1 Hab	2 Hab	3 Hab	Cocineta	Baño privado	Closet	Estudio(comun o privado)	Sala	Unidad de AC	Parqueo
1	Colonia Zeron		X		X	X					
2	Colonia Tara	X				X					
3	Colonia Universidad		X			X					
4	Colonia Jardines del valle		X			X				X	X
5	Los andes		X		X	X					X
6	Colonia Universidad	X			X	X					
7	Colonia Universidad		X			X					
8	Colonia los zorsales	X			X	X			X		
9	Colonia Jardines del valle		X			X				X	X
10	Colonia Villas del Sol	X			X	X					
11	Colonia Villas del Sol		X		X	X				X	X
12	Colonia Villas del Sol	X									
13	Colonia Villas del Sol	X								X	
14	Colonia Jardines del valle		X			X				X	X
15	Residencial Villas Matilde		X			X				X	X
16	Colonia Jardines del Valle	X				X				X	X
17	Colonia los Alamos		X		X		X			X	
18	Residencial Alondra	X			X	X			X		
19	Colonia Universidad	X				X				X	
20	Colonia Villas del Sol			X		X			X		
21	Residencial Foresta		X		X	X			X		X

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10: Análisis de la competencia en cuanto a tipos de servicios ofrecidos.

No.	Localización	Servicios incluidos						
		Seguridad	Cable e internet	Agua potable	Cisterna	Electricidad	Muebles	Lavandería
1	Colonia Zeron	X						
2	Colonia Tara	X			X			
3	Colonia Universidad	X						
4	Colonia Jardines del valle	X	X		X			
5	Los andes	X				X		
6	Colonia Universidad	X						
7	Colonia Universidad	X	X		X			
8	Colonia los zorsales							
9	Colonia Jardines del valle	X	X					
10	Colonia Villas del Sol							
11	Colonia Villas del Sol	X						X
12	Colonia Villas del Sol		X		X	X		
13	Colonia Villas del Sol		X				X	
14	Colonia Jardines del valle	X						
15	Residencial Villas Matilde	X						X
16	Colonia Jardines del Valle							X
17	Colonia los Alamos	X						X
18	Residencial Alondra	X						X
19	Colonia Universidad	X	X					
20	Colonia Villas del Sol	X		X				X
21	Residencial Foresta	X	X				X	X

Fuente: Elaboración propia.

4.5.1.2 COMPETIDORES CON SERVICIOS SUSTITUTOS

Así como se mencionó en el análisis de las fuerzas de Porter, consideramos competidores con servicios sustitutos a las casas tradicionales que se rentan por la habitación y cuyos inquilinos comparten áreas comunes como la sala, comedor y cocina. Este tipo de competidor generalmente ofrecen servicios de internet/cable y agua potable ya incluidos en su precio de renta. De igual forma, la mayoría incluye un subsidio de pago de la electricidad. Alguna de estas casas también ofrecen servicios de alimentación y lavandería.

El costo de estas habitaciones es inferior a una de un edificio de apartamentos, esto da la ventaja que este concepto sea muy popular que muchos estudiantes lo prefieran debido a su bajo costo y el hecho de que, en la mayoría de las ocasiones pueden escoger sus compañeros de casa a conveniencia.

4.5.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

En esta sección se presentarán los resultados más relevantes del instrumento aplicado para inferir sobre los gustos y preferencias de los potenciales consumidores. Para Sapag Xhain, Sapag Xhain, y Sapag Puelma (2014), la estrategia de promoción que se determine tendrá una influencia directa en los ingresos y egresos del proyecto y se verá influida igualmente por las características del consumidor.

4.5.2.1 EDAD

En la figura 16 se presentan los datos de los consumidores por rangos de edades. El 75% de los estudiantes se encuentran en el rango de los 17 a los 23 años. Este rango considere los años que tomarían completar sus estudios universitarios.

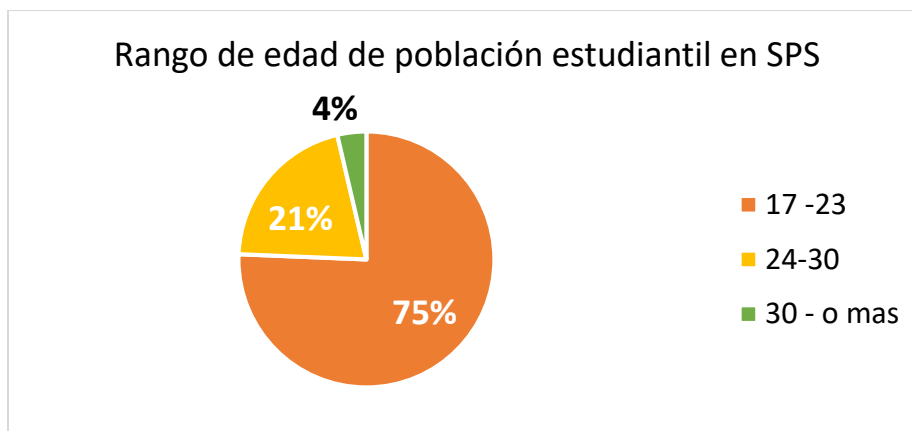


Figura 11 : Edad de población estudiantes universitarios SPS

Fuente: elaboración propia

4.5.2.2 LUGAR DE PROCEDENCIA

El lugar de procedencia de los estudiantes es importante ya que nos da una idea de una demanda potencial, para el caso, todos aquellos estudiantes que no son de San Pedro Sula podrían requerir un servicio de vivienda con más probabilidad que aquellos que si son originarios de la ciudad. El 48% de los estudiantes son nacidos y viven en San Pedro Sula y el resto es procedente de ciudades vecinas del departamento de Cortes, así como de otras zonas como Santa Barbara, Copan, Yoro, Comayagua e incluso Francisco Morazán. La figura 17, muestra la distribución porcentual de los estudiantes acorde a su lugar de procedencia.

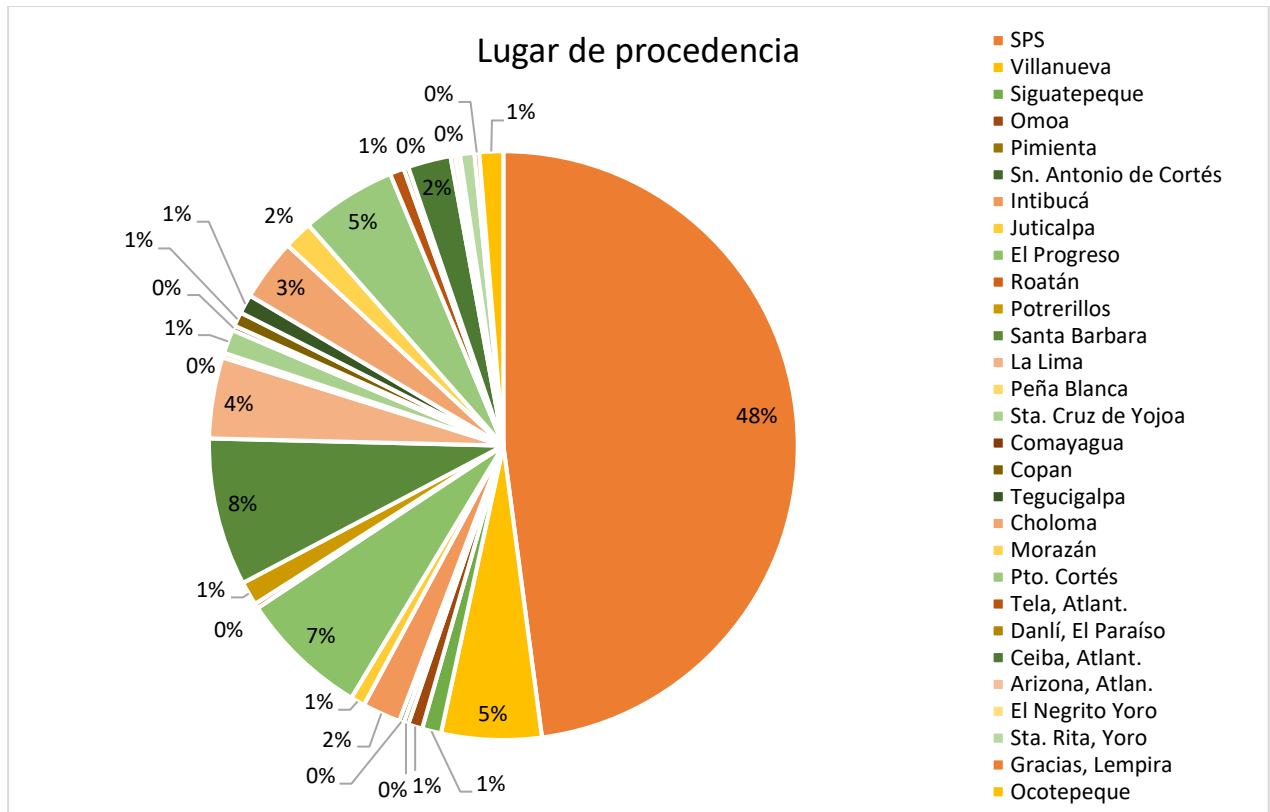


Figura 12 : Lugar de procedencia de estudiantes de las universidades de SPS

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.3 USO DE RENTA ACTUAL Y SU NIVEL DE SATISFACCIÓN

Un dato clave como base para la estimación de la demanda potencial es el número de estudiantes que actualmente renta algún tipo de vivienda y cuál es su nivel de satisfacción con la misma. De igual forma, se debe conocer la estimación de la cantidad de estudiantes que no rentan vivienda actualmente. Los resultados reflejan que un 71% de los estudiantes no renta apartamento y hay un 31% que si renta. Para aquellos que rentan, existe un 37% que se siente de neutral o insatisfecho por el apartamento que renta actualmente. En las figuras 18 y 19 se pueden apreciar los detalles de estos resultados.

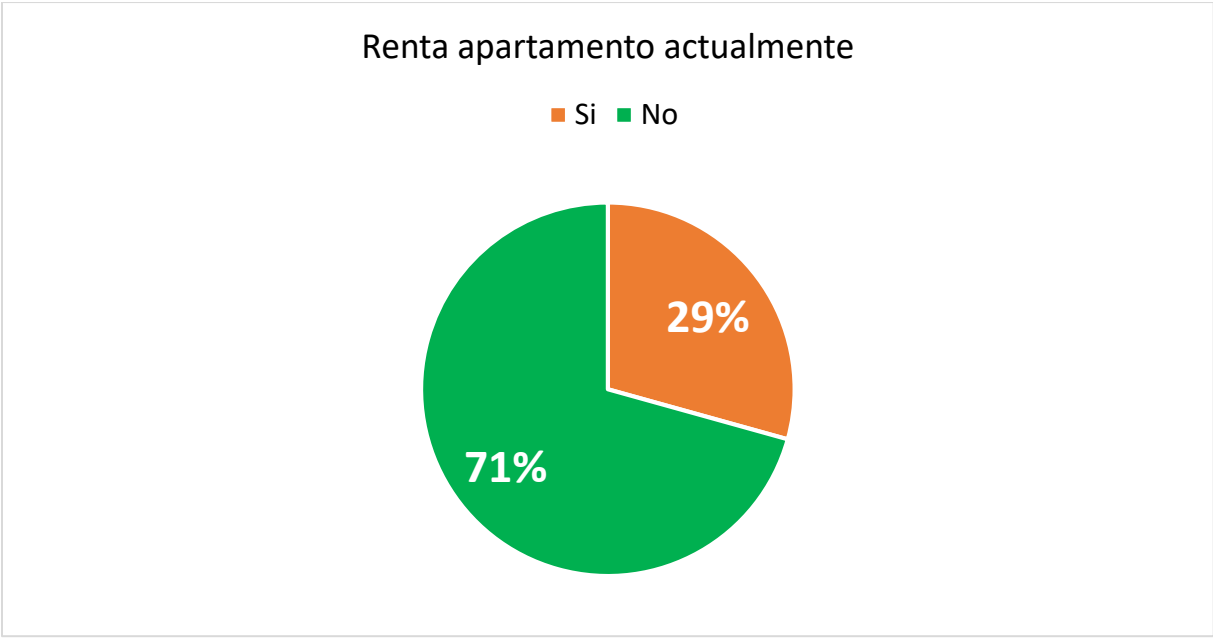


Figura 13 : Estudiantes que actualmente renta apartamento

Fuente: Elaboración propia

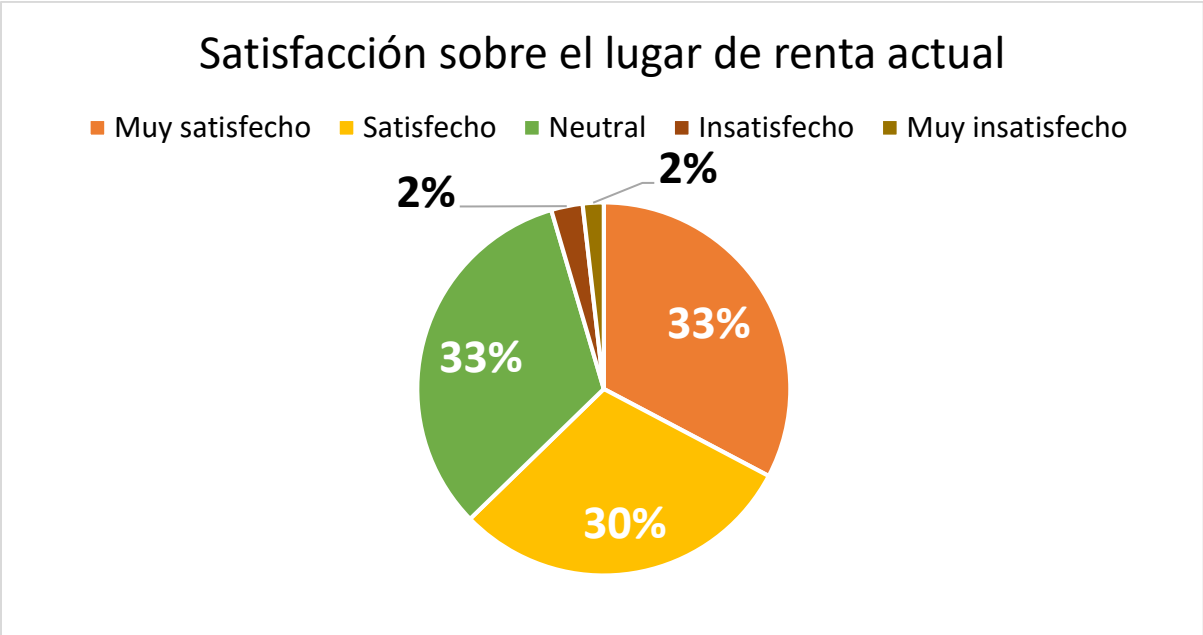


Figura 14 : Nivel de satisfacción de los estudiantes que rentan apartamento

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.4 DISPOSICIÓN PARA RENTAR

La disposición o intención que tenga el estudiante para rentar un apartamento es lo que al final nos va a ayudar a identificar esa demanda potencial. Del total de la muestra identificada, el 53% está dispuesto a rentar un apartamento. En este porcentaje están incluidos aquellos que no rentan actualmente y algunos de aquellos que, si rentan, pero están insatisfechos y podrían estar dispuestos a cambiar (37% de los que si rentan) con su lugar actual. De igual forma, del total de estudiantes que no rentan actualmente, el 74% si estuviese dispuesto a rentar mientras que el restante 26% ya tiene vivienda propia o familiar y están satisfechos.

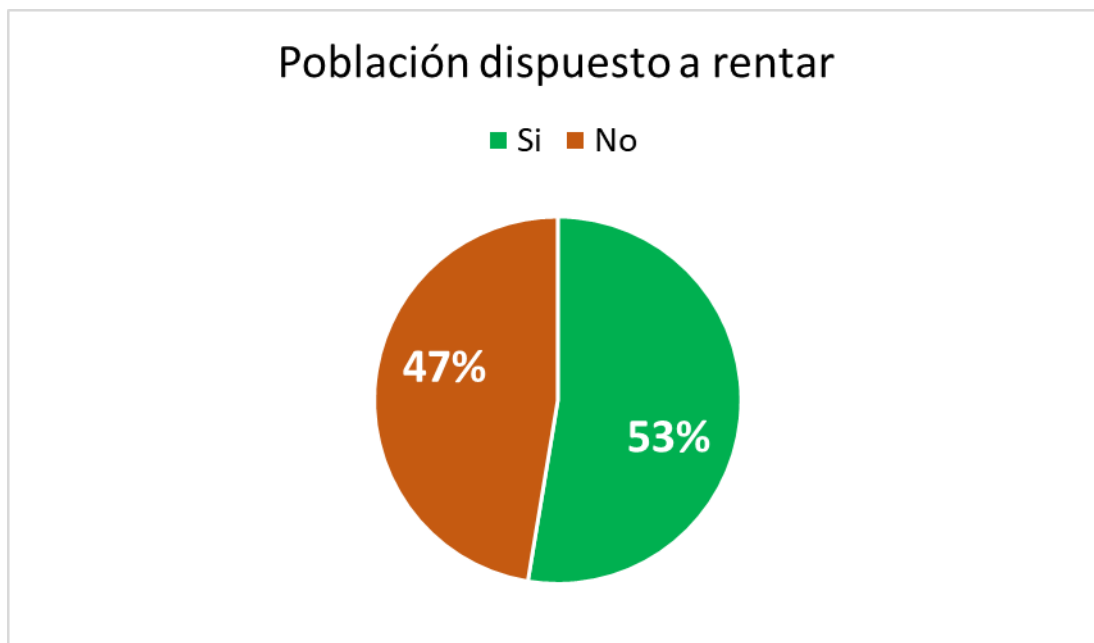


Figura 15 : % de estudiantes que si estuviesen dispuestos a alquilar un apartamento

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.5 PREFERENCIAS

Entender las preferencias de los estudiantes nos dará una idea del tipo de vivienda que están dispuestos a rentar. Qué tipo de espacios, servicios, amenidades, y otras características importantes que busquen brindar comodidad, seguridad, acceso y precio justo. Los hallazgos de la investigación nos reflejan que, con respecto al tipo de vivienda y espacios requeridos, el 67% prefieren

apartamentos de dos habitaciones. El 70% considera que tener acceso a un baño privado es de alto peso. Los detalles se pueden apreciar en la figura 21.

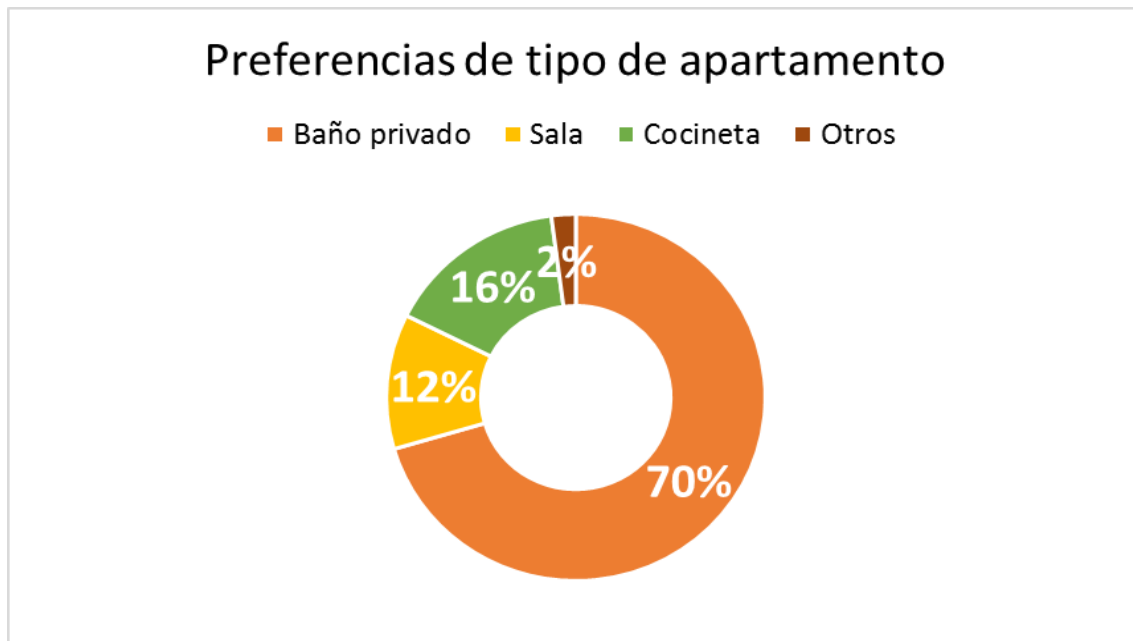


Figura 16 : Tipo de apartamento de preferencia

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a servicios necesarios, el 54% establece como prioridad la seguridad privada del edificio o sector mientras que el 16% considera el servicio de cable e internet como el más importante. Todas las categorías y su peso se pueden observar en la figura 22.

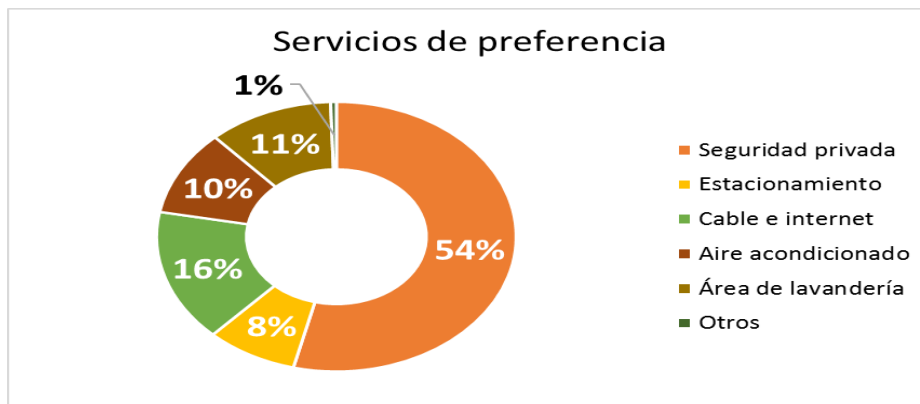


Figura 17 : Preferencia de servicios

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.6 RANGO DE PRECIOS

Un punto sensible pero importante de identificar es el precio que el estudiante estuviese dispuesto a pagar por un apartamento. En la respuesta a esta pregunta tiende a reflejarse la capacidad de pago de los padres de los estudiantes, así como la capacidad propia de los estudiantes que si trabajan. El rango más popular por mucho obteniendo el 68% de la preferencia es de L. 3,500 a L. 5,000. Seguido por el rango de L. 5,001 a L. 8,000 con un 28%. Solo el 4 % estaría dispuesto a pagar más de L. 8,001. No se logró identificar una diferencia importante entre universidades públicas y privadas en cuanto al precio que pagarían.

Este detalle se puede apreciar en la figura 23.

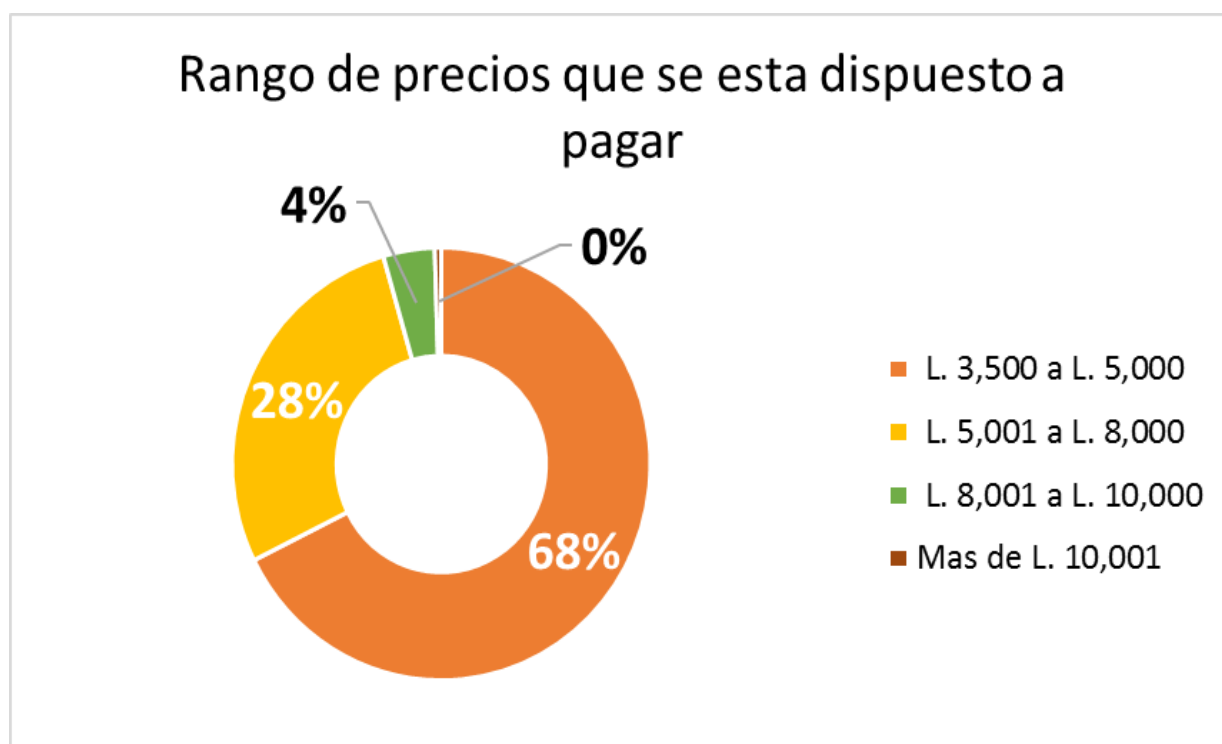


Figura 18 : Rango de precios que el estudiante está dispuesto a pagar

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.7 CRITERIOS INFLUYENTES PARA LA DECISIÓN DE RENTAR

El último dato evaluado fue la parte de los criterios más importantes que el estudiante considera al momento de tomar la decisión de rentar un apartamento. Como era de esperarse, el precio ha sido el criterio más influyente con un 53%, seguido del criterio de comodidad y seguridad con un 27% y sorpresivamente, el criterio del acceso y cercanía a la universidad ocupó el tercer lugar con un 16%. Todos los criterios evaluados se pueden ver en la figura 24.

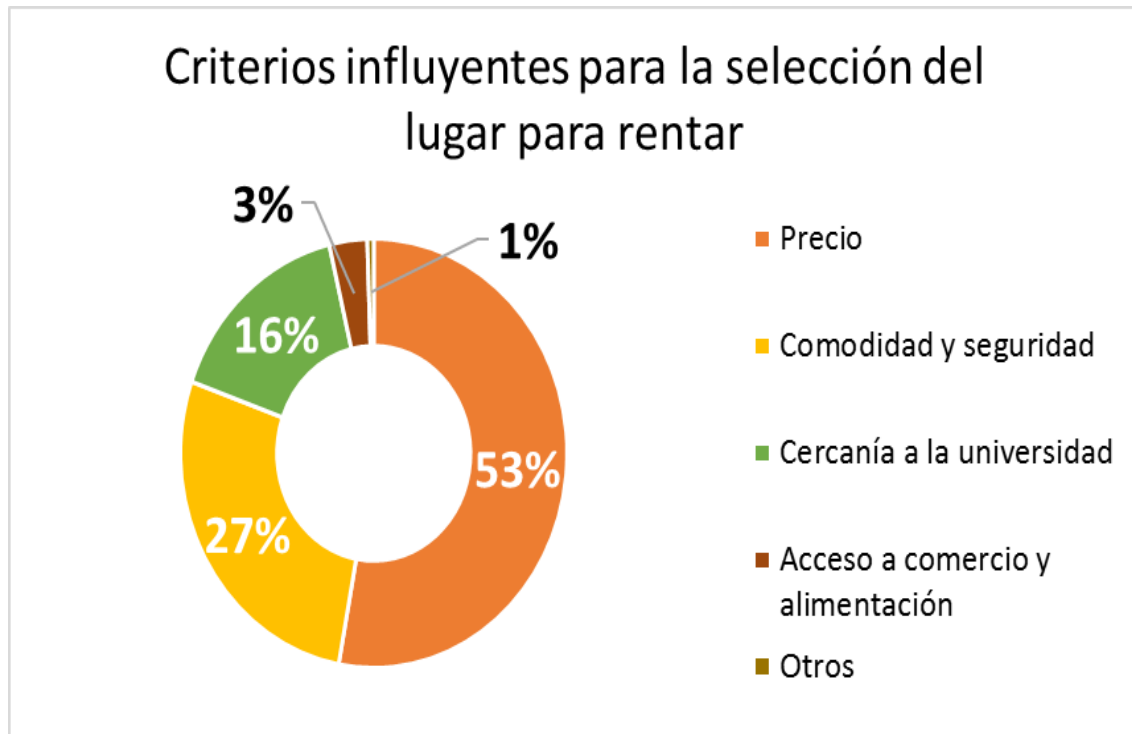


Figura 19: Criterio influyente para la selección del lugar para rentar

Fuente: Elaboración propia

4.5.2.8 CANAL DE PROMOCIÓN MAS VISTO

También se ha identificado en la investigación cual es el canal de promoción y publicidad que los estudiantes prefieren visitar o a través del cual eligen informarse sobre información de apartamentos disponibles para renta. los hallazgos son que casi 3 cuartas partes de los estudiantes prefieren las redes sociales. Los detalles se ven en la figura 25.

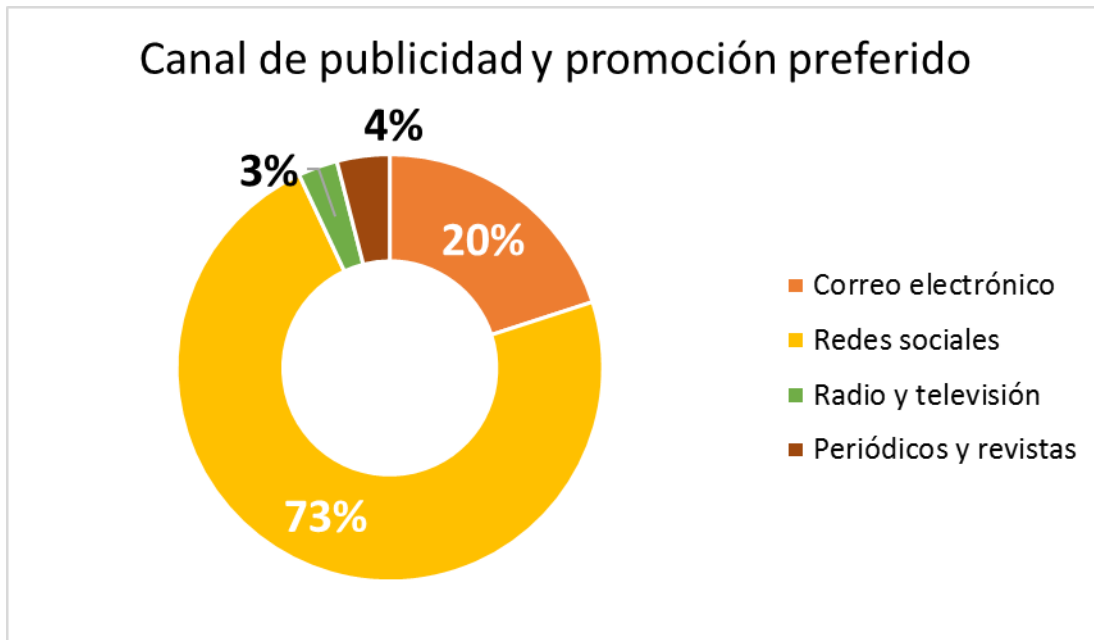


Figura 20 : Canal de publicidad y promoción preferido.

Fuente: Elaboración propia

4.5.3 ANÁLISIS DE LA OFERTA ACTUAL

La oferta de este tipo de servicio y proyectos es de mercado libre, hay muchos competidores y realmente nadie tiene el control absoluto del mercado. La participación en él está determinada por el precio, la calidad y el servicio que se ofrece a los inquilinos.

Según (Baca Urbina, 2013), la oferta actual se debe analizar desde varios factores, estos son: el número de productores, la capacidad instalada, calidad y precio de los productos, planes de expansión y la inversión fija. A continuación, analizaremos algunos de estos factores importantes.

4.5.3.1 NÚMERO DE COMPETIDORES, LOCALIZACIÓN Y CAPACIDAD INSTALADA

Como se mencionó en la sección de análisis de los competidores, por investigación de campo, estimamos que actualmente existen alrededor de 57 edificios de apartamentos ya sea

verticales o de una o dos plantas en el sector cercano a la Universidad Autónoma Valle de Sula (UNAH-VS), la Universidad Católica de Honduras (UNICAH), la Universidad de San Pedro Sula (USAP) y el Centro Universitario Tecnológico (CEUTEC). Los edificios son relativamente pequeños si comparamos con proyectos estudiados en la situación actual-macroentorno del marco teórico. Cada edificio consta con alrededor de 6-12 apartamentos, aunque existen al menos un par de edificios de 20-32 apartamentos. Tomando en cuenta los datos anteriores, se estima que la cantidad de apartamentos actuales en este sector es alrededor de los 508. La figura 26 nos da una idea de la localización de estos proyectos que son considerados como competencia por el tipo de vivienda que ofrecen y su cercanía a las universidades objetivo de nuestro proyecto.

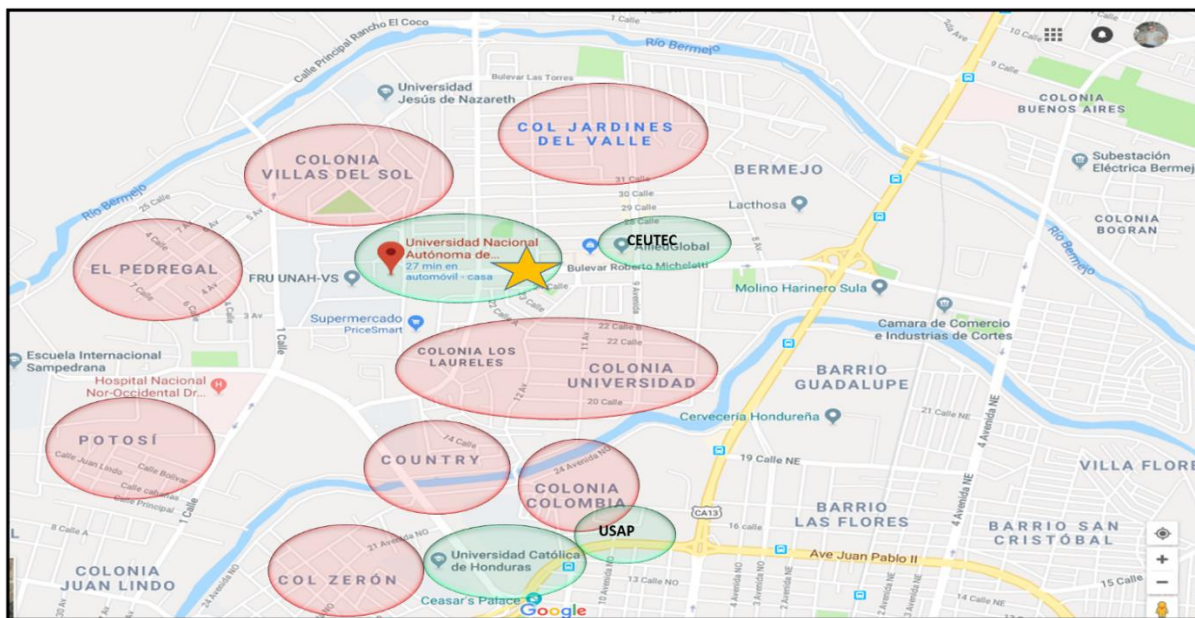


Figura 21 : Localización geográfica de los competidores y del mercado objetivo

Fuente: Google mapas

La mayor oferta está en la colonia Villas del Sol con un 33% del total, le sigue Jardines del Valle con un 24%, la Colonia Zeron con un 12% y en cuarto lugar las colonias Universidad y Laureles con un 11% de la participación. El detalle de la cantidad de oferta por sector se puede apreciar en la tabla 11.

Tabla 11: Cantidad de apartamentos por colonia

Cantidad de edificios y apartamentos en el sector									
	Colonia o residencial								
	Jardines del Valle	Universidad/Laureles	Villas del sol	Potosi	El pedregal	Colombia	Zeron	Country	TOTAL
Edificios	15	8	14	4	2	6	5	3	57
Unidades por edificio	8	7	12	12	4	5	12	6	
Total apartamentos	120	56	168	48	8	30	60	18	508
% por colonia	24%	11%	33%	9%	2%	6%	12%	4%	

Fuente: Elaboración propia

4.5.3.2 CALIDAD Y PRECIO

El tipo de vivienda ofrecida y los servicios que vienen en conjunto son variados como también básicos. Apartamentos de 1 o 2 habitaciones con su baño privado en muchos casos, con servicio de cable e internet incluido. No siempre se incluye la seguridad privada o el servicio de lavandería en la oferta. Los precios son diferentes y están acorde al sector en donde se encuentre el edificio, el tipo de vivienda ofrecido y los servicios incluidos.

Los apartamentos de 2 habitaciones están en un rango de precio de L. 7,000 – 15,000 con una media de L. 11,000. Los apartamentos de una habitación están en un rango de L. 3,000 a L. 8,500 con una media de L. 5,300. Igualmente, la variación es sesgada acorde al sector de ubicación; el precio medio para un apartamento en jardines del Valle es L. 10,500. Mientras que la Colonia Villas del Sol es L. 7,700 y en la Colonia Universidad es alrededor de L. 7,300. La tabla 12 pretende dar una descripción de los diferentes precios de la oferta actual en cada sector estudiado.

Tabla 12: Precio de apartamentos por sector

Promedio de precio x localizacion		
Cantidad	Localizacion	Precio en Lps.
5	Colonia Villas del Sol	HNL 7,700.00
4	Colonia Universidad	HNL 7,325.00
4	Colonia Jardines del valle	HNL 10,475.00
1	Colonia Zeron	HNL 7,000.00
1	Colonia Tara	HNL 5,000.00
1	Los andes	HNL 10,000.00
1	Colonia los zorsaes	HNL 3,000.00
1	Residencial Villas Matilde	HNL 15,600.00
1	Residencial Villas Matilde	HNL 15,600.00
1	Colonia los Alamos	HNL 7,000.00
1	Residencial Alondra	HNL 6,000.00
1	Residencial Foresta	HNL 15,600.00

Fuente: Elaboración propia.

4.5.3.3 INVERSIÓN FIJA

Aunque no se encontró un registro oficial de una fuente secundaria, mediante entrevistas con expertos en construcción, se han logrado estimar la inversión aproximada que la competencia tiene en su respectiva participación. Considerando que el valor de la tierra en este sector estudiado actualmente tiene un precio de \$ 160 por vara cuadrada (L. 3840 aprox.) y el metro cuadrado de construcción según diseño y acabados está en un promedio de L 11,000. Se estima que la inversión de la competencia está en un rango de L. 8,000,000 a L. 20,000,000. Aunque el valor específico dependerá del tamaño y localización del proyecto, este rango pretende darnos una idea de la cantidad de dinero invertido.

No se ha encontrado información de fuentes primarias o secundarias sobre los planes de expansión de la competencia, sin embargo basado en el dato de (Cerrato 2018): La única estimación que podemos considerar está basado en la actual tasa de crecimiento de los contratos de alquiler de apartamentos registrados en el Departamento Administrativo de Inquilinato de San Pedro Sula que es de aproximadamente 11% anual siguen el crecimiento de los últimos 3 años.

Este dato nos da una pauta de que la oferta sigue creciendo año con año y mientras exista terreno para construir, nuevos proyectos podrían surgir.

4.5.3.4 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Para realizar una proyección de la oferta hemos considerado conveniente partir del dato actual investigación de campo estimado en alrededor de 508 apartamentos. Adicional, vamos a considerar el crecimiento de los contratos de alquiler de apartamentos para la ciudad de San Pedro Sula, que según (Cerrato 2018) es alrededor del 11% en los últimos 3 años. La tabla 13 muestra el crecimiento proyectado de la oferta en un horizonte de 10 años.

Tabla 13: Oferta proyectada de cantidad de apartamentos

Proyeccion de la oferta		
Anio	Periodo	Unidades
2018	0	508
2019	1	563
2020	2	624
2021	3	692
2022	4	767
2023	5	850
2024	6	942
2025	7	1,044
2026	8	1,157
2027	9	1,282
2028	10	1,421

Fuente: Elaboración propia

4.5.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA POTENCIAL

Deduciendo por lo que menciona (Baca Urbina 2013), nuestro proyecto tiene una demanda de bien social y nacionalmente necesario. Es requerido por la sociedad para su desarrollo y crecimiento. Este servicio mencionado es vivienda para los estudiantes universitarios. Además, igualmente según (Baca Urbina 2013), se pueda calificar también como una demanda continua ya

que la educación es una necesidad de la sociedad y tiene un aumento que va de la mano con el crecimiento de la población en general.

El cálculo de la demanda actual para el proyecto está fundamentado en la información recolectado en nuestro instrumento de medición, la principal fuente primaria de nuestra investigación. De acuerdo con la encuesta realizada, hay una intención de compra del 52% y según referencias de (Ulrich and Eppinger 2013) se debe aplicar un coeficiente de 0.2 para suavizar la intención de compra que en la mayoría de los casos es sobrestimada. Tomando en cuenta los dos factores mencionados más la cantidad de estudiantes del segmento meta que incluyen los estudiantes universitarios de la UNAH-VS, USAP, UNICAH y CEUTEC, calculamos que la demanda potencial es alrededor de los 3,575 apartamentos. La tabla 14 muestra el cálculo de la demanda actual.

Tabla 14: Cálculo de la demanda potencial

Calculo de la demanda actual		
	%	Datos
Población Estudiantes SPS		59,500
**Estudiantes segmento meta		33,991
Intención de Compra o consumo	52.58%	17,873
*Factor de penalización		0.20
Demanda Estimada NETA		3,575

*Estudiantes de las universidades UNAH-VS, CEUTEC, UNICAH, USAP

**Penalización por la sobrevalorización de la intención de compra. Ulrich & Eppinger (2013)

Fuente: Elaboración propia

4.5.4.1 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Teniendo la demanda y la oferta actual, se puede hacer el cálculo de la demanda potencial insatisfecha con una simple diferencia (Baca Urbina 2013). En este caso, la intención de consumo reflejada en el instrumento de medición es tan basta que se puede inferir que está siendo cubierta

en menos del 5%. Mas de 3,500 estudiantes tiene la intención de rentar en una zona donde solo se tiene una disponibilidad de alrededor de 500 apartamentos.

Se ha definido proyectar la demanda tomando como base del cálculo dos datos importantes: el primero es el % de incremento estudiantil anual que según Estadísticas - Dirección de Educación Superior (2018) es del 3.4% y el segundo es el % de estudiantes con intención de consumo que según nuestra encuesta es del 52%. El producto de estos dos factores es 1.79% que usaremos como factor de crecimiento de la demanda potencial.

Es importante aclarar que como nuevo oferente del mercado no podremos abarcar toda la demanda insatisfecha disponible, así que tomando en cuenta las posibles restricciones de terrenos en las cercanías de la universidad y el acceso a financiamiento como empresa nueva, hemos decidido tener una participación de mercado del 0.6% que es equivalente a cubrir una demanda de un total de 18 apartamentos (en el primer año). Esto nos ubicaría como un proyecto de apartamentos tamaño medio comparado con la oferta actual de la zona estudiada.

Considerando la proyección del incremento de la oferta estudiada en la sección anterior junto con la proyección de la demanda potencial, por simple diferencia (Demanda – Oferta) obtenemos la Demanda Potencial Insatisfecha (DPI). La tabla 15 muestra el cálculo de la demanda insatisfecha, así como el % de participación del proyecto en este mercado considerando un horizonte de 10 años.

Tabla 15: Proyección de la demanda potencial insatisfecha y la participación de mercado

	1	3	5	8	10	13	15
	2019	2021	2023	2026	2028	2031	2033
Oferta Anual	563	692	850	1157	1421	1935	2376
Demanda anual	3575	3704	3837	4047	4193	4422	4582
Demanda insatisfecha	3012	3012	2988	2890	2772	2488	2205
Participación de mercado(%)	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.6%	0.7%	0.8%
Demanda Participación	18	18	18	18	18	18	18

Fuente: Elaboración propia

4.5.5 ANÁLISIS DEL PRECIO

Según (Baca Urbina 2013), Para determinar el precio de un producto o servicio es necesario analizar una serie de factores como ser:

1. Costos de producción, administración y ventas más un % de ganancia esperado. Siendo este porcentaje de ganancia el que conlleva una serie de consideraciones estratégicas.
2. El precio de mercado y la competencia
3. La demanda potencial del producto y las condiciones económicas del país.
4. La reacción potencial de la competencia
5. La estrategia de comercialización usada por la empresa. Es decir, estar claros de cómo nos introduciremos en el mercado, si competiremos con precio o con calidad. Si igualaremos el precio del competidor más fuerte...etc.

4.5.5.1 EL PRECIO DE MERCADO

Haciendo una recapitulación de los precios del competidor que en esta industria están determinados por las fuerzas de la oferta y la demanda y se puede apreciar una representación en los precios ya analizados en la sección del análisis de la oferta, tenemos que la media de precios para apartamentos de 1 habitación es de L. 5,300 y la media para opciones de 2 apartamentos es de L. 11,000. En el sector de la colonia Jardines del valle que es una de las opciones de ubicación que evaluaremos en el estudio técnico, el precio para apartamentos tiene una media de L. 8,500 y L. 11,200 para una y dos habitaciones respectivamente.

4.5.5.2 DISPOSICIÓN DEL CONSUMIDOR POTENCIAL

En la aplicación de la encuesta, por medio de la respuesta a la pregunta: “¿Cuánto estaría dispuesto a pagar?” nos da una clara referencia del poder adquisitivo y la intención de pago de nuestro segmento de mercado potencial. El 68% de los estudiantes están dispuestos a pagar un rango de L. 3,500 a L. 5,000 mientras que hay un 28% que podría pagar hasta L. 8,000. Se puede deducir de los datos que al menos los precios de apartamentos de 1 habitación, hay una consistencia

de disposición del consumidor comparado contra el precio de mercado. Es en los apartamentos de 2 habitaciones en donde se aprecia una brecha de alrededor de L. 3,000 entre el precio actual de mercado en comparación contra lo que el estudiante está dispuesto a pagar.

4.5.5.3 MÉTODO BASADO EN EL COSTO MÁS MARGEN

Es relevante entender cuál será la inversión inicial, los costos y gastos operativos del proyecto para poder proyectar un precio basado en este método. A este momento no podremos realmente determinar un precio final ya que tenemos que calcular nuestros costos fijos y variables para así determinar el precio mínimo para encontrar el punto de equilibrio. El precio será calculado considerando los 3 métodos mencionados: Precio de mercado(competencia), Precio demanda (disposición del consumidor) y método basado en costo más margen.

4.5.6 COMERCIALIZACIÓN Y ESTRATEGIA DE MERCADO

Baca Urbina (2013) afirma: “La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar su bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar” (p. 64). En esta sección se describirán las formas de como el proyecto pretende llegar al consumidor, sus canales de publicidad y su estrategia de introducción al mercado.

Como estrategia y guía a seguir para la comercialización y estrategia de mercado, utilizaremos el “Marketing mix” que Schnarch Kirberg (2014) a su vez citando a Kotler y Armstron (1996) consideran que “es la serie de instrumentos activos y controlables de la mercadotecnia que mezcla la empresa para obtener la respuesta que quiere del mercado hacia el cual se dirige” (p. 266).

Según Schnarch Kirberg (2014) esta mezcla de marketing usualmente se usa para hacer referencia a los componentes básicos de un programa de mercadeo y es una conceptualización que data de la década de los 60’s y es más popularmente conocida como las “4 P’s” : Precio, producto, promoción y plaza que son utilizadas de manera coordinada para alcanzar los objetivos propuestos en el lanzamiento de un nuevo producto.

4.5.6.1 PRODUCTO O SERVICIO

El servicio que se ofrecerá es la renta de apartamentos para estudiantes en el sector Noroeste de San Pedro Sula. A continuación, se describa la oferta de apartamentos y servicios que se ofrecerán:

1. Apartamentos de 1 y 2 habitaciones
2. Cocineta con tamaño acorde al tipo de apartamento
3. Closet
4. Seguridad privada
5. Agua
6. Área social
7. Área de estudio y audiovisuales
8. Área de lavandería
9. Área de estacionamiento
10. Bodegas de almacenaje
11. Área común de barbacoa

4.5.6.2 PRECIO

A este punto, el precio se ha establecido considerando la oferta actual de competidores y lo que el consumidor está dispuesto a pagar según nuestro instrumento de medición. Siendo que el precio de la competencia en cierta medida es el punto en donde la demanda igual a la oferta y el mercado este equilibrio, se puede deducir que el enfoque de la fijación de nuestros precios está basado en el valor.

Según Schnarch Kirberg (2014) esta estrategia de fijación de precios basada en el valor, está fundamentada en la percepción que el consumidor tiene del producto y no en el costo del mismo, en ese sentido, la empresa debe partir de este precio de valor para después determinar una estrategia de reducción de gastos y costos que le permita llegar a estos precios siempre procurando un margen de ganancia.

La tabla 16 muestra los diferentes precios de renta mensual según el tipo de apartamento y el nivel de altura en el cual se ubique en el edificio. Estos precios buscan un equilibrio entre el precio de valor que considera el potencial cliente (fuentes primarias medidas) y el precio actual de la competencia en el sector estudiado.

Tabla 16: Precios definidos por tipo de apartamento y nivel de ubicación

Precios de renta mensual segun tipo y nivel	
	2019
1 habitacion	
1er nivel	HNL 7,600
2do. Nivel	HNL 7,600
3er. Nivel	HNL 7,600
2 habitaciones	
1er nivel	HNL 11,800
2do. Nivel	HNL 11,800
3er. Nivel	HNL 11,800

Fuente: Elaboración propia

El inquilino deberá dejar un depósito correspondiente al 100% de la renta de un mes según el tipo de apartamento rentado y se hará efectivo en el inicio de cada nuevo contrato. Se proveerá un número de cuenta de Banco Ficohsa para que se puedan efectuar los depósitos en cuenta directamente en el banco en cualquier sucursal de su conveniencia.

4.5.6.3 PLAZA O CANAL DE DISTRIBUCIÓN

Siguiendo la teoría de Baca Urbina (2013), nuestro servicio se puede considerar de consumo popular y utilizara un cana 1A que es del productor directo al consumidor. Este canal es la vía más corta, simple y rápida siendo que el inquilino potencial tendrá el acceso directo con la persona encargada de la administración del edificio de apartamentos. No habrá intermediarios. La ubicación física del edificio se describirá a detalle en la sección del estudio de esta investigación.

4.5.6.4 PROMOCIÓN

Monteferrer Tirado (2013) afirman que la promoción debe ser utilizada para lograr los objetivos de la organización y que a través de ella se debe cumplir 3 funciones promocionales indispensables: informar, persuadir y comunicar al público meta. La primera tarea entonces es informar al público en general de la existencia de este nuevo proyecto a través de afiches, banners y anuncios en el periódico. Después se intentará persuadir al potencial cliente de que el proyecto ofrece la mejor opción de vivienda para estudiantes haciendo énfasis en los atributos que nos diferencian de la competencia, los precios justos y en acorde al valor ofrecido. Por último, se mantendrá una comunicación continua por canales de Email, redes sociales y periódicos sobre vacantes, y promociones especiales de la temporada para esas vacantes.

4.5.6.4.1 MÉTODOS DE PROMOCIÓN

Según Stanton, Etzel, y Walker (2007) la promoción puede llevarse a cabo a través de diferentes métodos, entre ellos, están la venta personal y la publicidad. La venta personal es ofrecer y/o mostrar el producto o servicio cara a cara o vía teléfono directamente al consumidor potencial. La publicidad por su parte es una comunicación no personal que promueve ideas y productos a través de medios como la televisión, radio, periódicos...etc. Los métodos anteriormente mencionados serán utilizados para promocionar el lanzamiento del proyecto y para mantener la comunicación de informar y persuadir a nuestros clientes.

La publicidad que utilizaremos será a través de anuncios en el periódico, redes sociales (Facebook e Instagram) y afiches. La venta personal se efectuará con la comunicación que nuestro administrador del proyecto efectúe directamente con los clientes ya sea para atender una llamada de interés, programando citas para una visita a las instalaciones o mostrando las instalaciones y amenidades del proyecto.

4.5.6.4.2 ENFOQUE DE POSICIONAMIENTO

Para lograr el posicionamiento de nuestro servicio en el mercado debemos tener conocimiento del mercado y segmento meta tal como lo describe Schnarch Kirberg (2014) “Identificación de los usuarios o clientes, atributos significativos e importantes, necesidades, expectativas, actitudes, hábitos, valores y comportamiento” (p. 249).

Según Schnarch Kirberg (2014) el producto puede posicionarse de diversas maneras en el mercado, y dependerá de que es lo que se ofrece al mercado que lo diferencie de la competencia y oferta actual. En nuestro caso, el tipo de posicionamiento que se ha elegido es una combinación entre calidad/precio y posicionamiento por atributo.

La combinación de calidad y precio significa que brindaremos un valor mayor que la competencia por un precio al promedio de la oferta actual y que aun este dentro del rango que el estudiante pueda pagar. El posicionamiento por atributo significa que ofertaremos algunos atributos que el cliente percibirá como algo que la actual competencia no está ofreciendo. En este sentido, la estrategia de ingreso al mercado tendrá una confrontación directa con el competidor y un posicionamiento diferenciado. La lista de elementos que nos diferenciarán de la competencia se puede visualizar en la figura 32.



Figura 22 : Elementos diferenciadores vs la competencia

Fuente: Elaboración propia

Como resumen, la figura 33 muestra el plan de promoción para el lanzamiento y sostenibilidad del proyecto.



4. Promoción			
Posicionamiento	Funciones promocionales	Métodos de promoción	Frecuencia
<p>1. Confrontación directa</p> 	<p>1. Informar y persuadir</p>	<p>1. Publicidad</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Anuncios en periódico b. Afiches en universidades c. Pagina de Facebook e Instagram d. Sistema de recomendaciones 	<p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p>
<p>2. Atributos de diferenciación</p> 	<p>2. Persuadir</p>	<p>2. Venta personal</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Atender llamadas de interesados b. Programar citas para visita de instalaciones b. Hacer recorrido de instalaciones c. Llamadas de seguimiento 	<p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p> <p>Lanzamiento y con cada vacante</p>

Figura 23 : Resumen del plan de promoción del proyecto

Fuente: Elaboración propia

4.6 ESTUDIO TÉCNICO

Luego de haber analizado el Estudio de Mercado y darnos cuenta de cuál es la oferta, demanda, precios y otros elementos, ahora tenemos que analizar los diferentes factores como dimensiones, presupuestos de obras, requerimientos de capitales, costos y gastos financieros entre otros, siendo este último de gran importancia.

El análisis de esta sección nos ayuda a determinar aspectos técnicos - operativos como lo establece Baca Urbina (2010) “Pretende resolver las preguntas referentes a dónde, cuánto, cuándo, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico-operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (p.74).

Siempre tomando en cuenta a Baca Urbina (2010), los elementos que componen un estudio técnico son los siguientes: la determinación del tamaño óptimo de la planta, la determinación de la localización óptima de la planta, la ingeniería del proyecto y el análisis organizativo, administrativo y legal.

4.6.1 DETERMINACIÓN DE LA LOCALIZACIÓN OPTIMA

Según Baca Urbina (2010) “El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la planta” (p. 86). En nuestro caso será la construcción del edificio, para la determinación de la localización del proyecto se han evaluado varios factores como ser: precio, comodidad y seguridad, acceso a comercios, acceso a las universidades y tamaño adecuado del terreno.

Para el proceso de localización se utiliza el Método Cualitativos por Puntos que consiste según Baca Urbina (2010) “En asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios” (p.86). Para el proceso de la localización se decidió establecer ciertos pesos (%) a cada una de los factores a evaluar, como darles una evaluación del 1 al 5 siendo 5 la mayor

puntuación y luego realizar la ponderación para cada una de las opciones. Como se describe a continuación.

FACTORES

1. Precio: Nos referimos al valor del terreno.
2. Comodidad y seguridad: Zona segura y de fácil acceso terrestre.
3. Acceso a comercios: Cercanía a los centros comerciales aledaños al terreno.
4. Acceso a universidades: Cercanía a los centros universitarios a través de medios terrestres desde el terreno elegido.
5. Tamaño adecuado: Nos referimos a las dimensiones de los terrenos.

Tabla 17: Ponderación de la localización

	Terrenos										
	Peso %	Jardines del Valle 1		Jardines del Valle 2		Jardines del Valle 3		Universidad 1		Universidad 2	
		Eval.	Ponderación	Eval.	Ponderación	Eval.	Ponderación	Eval.	Ponderación	Eval.	Ponderación
Precio	40	4	1.60	5	2.00	3	1.20	2	0.80	2	0.80
Comodidad y seguridad	30	5	1.50	2	0.60	2	0.60	5	1.50	5	1.50
Acceso a comercios	6	4	0.24	4	0.24	3	0.18	5	0.30	5	0.30
Acceso a universidades	16	3	0.48	2	0.32	2	0.32	3	0.48	3	0.48
Tamaño adecuado	8	4	0.32	4	0.32	2	0.16	2	0.16	2	0.16
	100		4.14		3.48		2.46		3.24		3.24

Fuente: Elaboración propia.

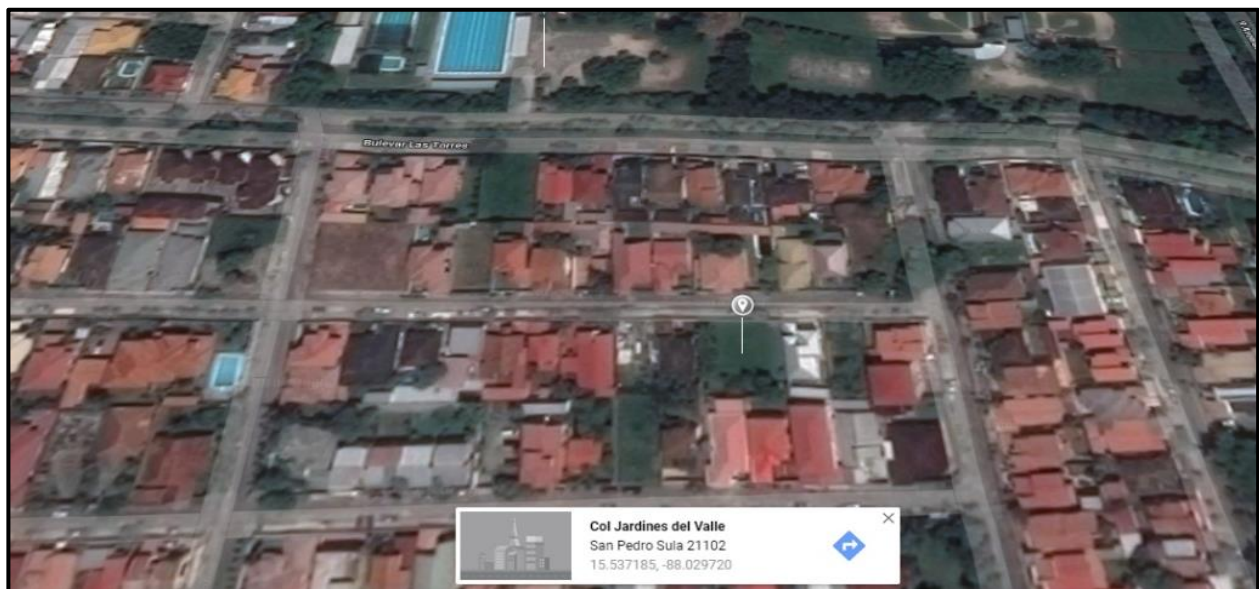
Como se muestra en la tabla ponderada por los factores antes expuesto, se determinó que la mejor localización del terreno es Jardines del Valle 1 con 4.14, el cual cuenta con un área de 840

m2 lo cual esta tabla indica que el mejor lugar para la construcción de los apartamentos es esta opción. Considerando que el 57% de los estudiantes universitarios de la ciudad se concentran en la UNAH-VS y por ello se decidió realizar el análisis de localización en colonias aledañas a dicho centro universitario.

4.6.1.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La ubicación del terreno donde se construirán los apartamentos se encuentra en la 8 calle entre 11 y 12 avenida sector Noroeste, Colonia Jardines del Valle. Como se muestra en la figura 34.

Figura 24: Localización del terreno



Fuente: Google mapas

Figura 25: Distancia de la localización a la UNAH-VS



Fuente: Google mapas

4.6.2 DISEÑO DEL PRODUCTO O SERVICIO

En este apartado se presenta el diseño de los apartamentos para el alquiler de los estudiantes universitarios y otras áreas como lavandería, bodegas, área social y de estudio las cuales presentan sus unidades en m².

4.6.2.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO

En la descripción del producto establecemos los modelos de apartamentos para el Edificio ULive- Apartamentos que estarán habilitados para su uso en los tres niveles, como los demás servicios y áreas adicionales dentro del predio. Y para el cual se ha realizado un reglamento base de las áreas comunes dentro del complejo, ver anexo.

4.6.2.1.1 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL APARTAMENTO DE UNA HABITACIÓN

Este apartamento cuenta con energía eléctrica, agua potable, closet, baño privado, cocineta y sala pequeña. El proyecto tendrá 9 unidades de una habitación distribuidos en los 3 niveles del edificio (3 en cada nivel) siendo del nivel 1 al nivel 3 el mismo diseño y distribución. En la tabla 18 se presenta el área de los apartamentos que incluye solo un dormitorio.

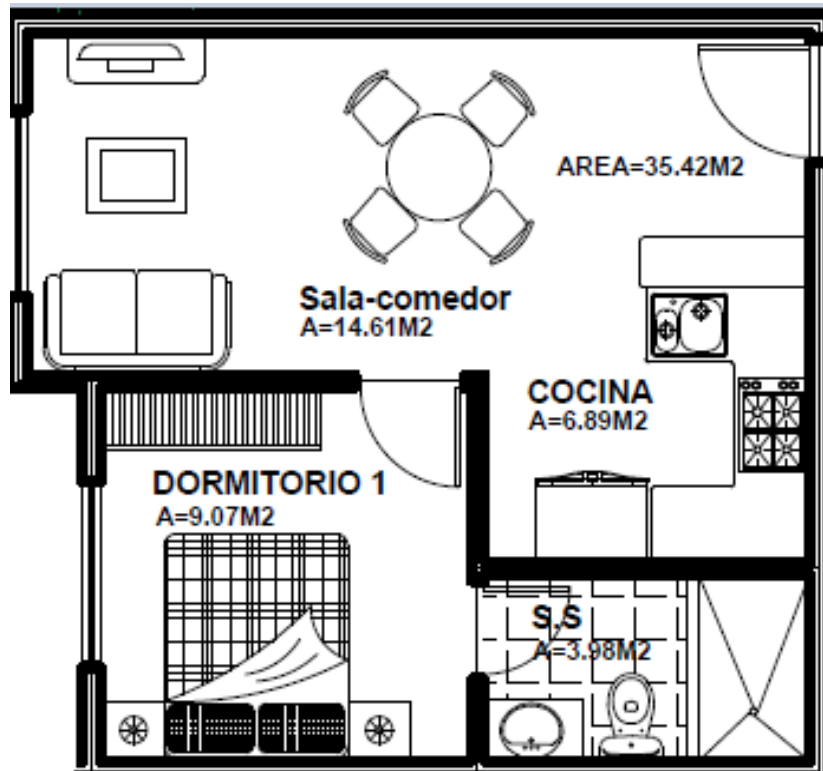
Tabla 18: Área de apartamentos de una habitación

Apartamento de una habitación	Área Total
Apartamento 1	35.42 m ²
Apartamento 2	35.00 m ²
Apartamento 3	34.54 m ²

Fuente: Elaboración propia

Después de establecer el área de los apartamentos de una habitación se procedió a realizar la distribución de este como a continuación se puede apreciar en la figura 36. Ver anexos para el diseño completo de los apartamentos de una habitación.

Figura 26: Diseño y distribución Apartamento de una habitación



Fuente: Elaboración propia

4.6.2.1.2 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL APARTAMENTO DE DOS HABITACIONES

Al igual que en el apartamento de una habitación, este también cuenta con energía eléctrica, agua potable, closet, baño privado, cocineta y sala pequeña. En la tabla 19 se presenta el área de los apartamentos que incluye dos dormitorios.

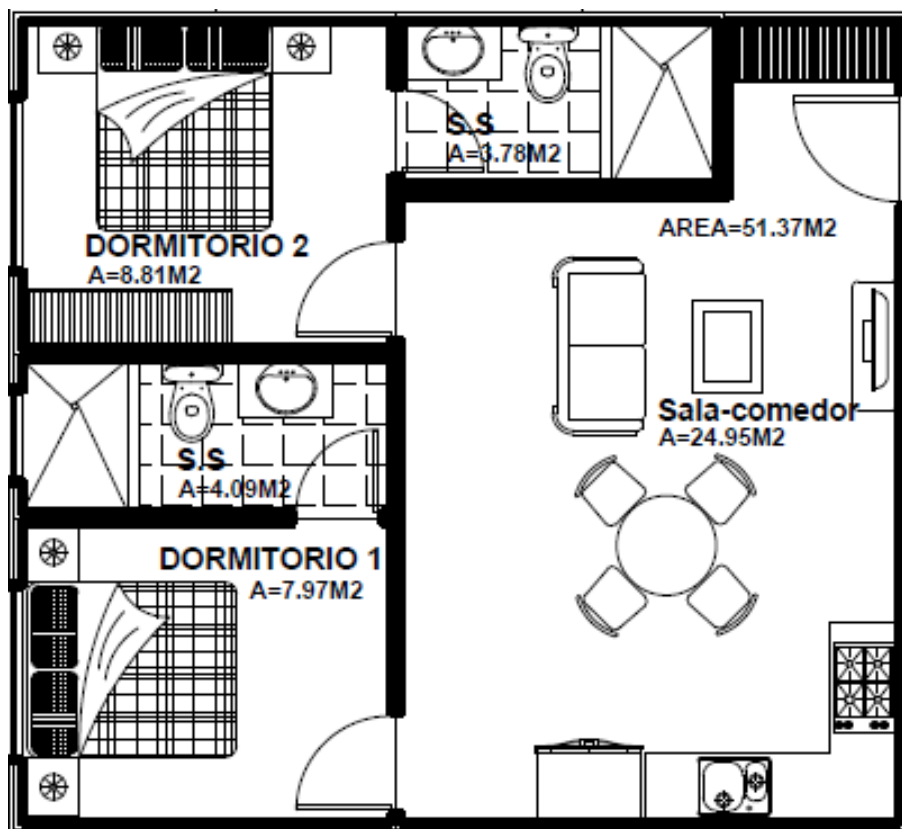
Tabla 19: Área de apartamentos de dos habitaciones.

Apartamento de dos habitaciones	Área Total
Apartamento 1	58.19 m ²
Apartamento 2	57.37 m ²
Apartamento 3	51.37 m ²

Fuente: Elaboración propia

Después de establecer el área de los apartamentos de una habitación se procedió a realizar la distribución de este como a continuación se puede apreciar en la figura 37.

Figura 27: Diseño y distribución de apartamento de dos habitaciones



Fuente: Elaboración propia.

4.6.2.1.3 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS ÁREAS COMUNES

Luego de haber realizado la distribución de los apartamentos de una y dos habitaciones para los tres niveles, pasamos a distribuir las otras áreas comunes como ser: área social, área de estudio, área de lavandería, área de bodegas y estacionamientos.

4.6.2.1.3.1 ÁREA DE ESTUDIO

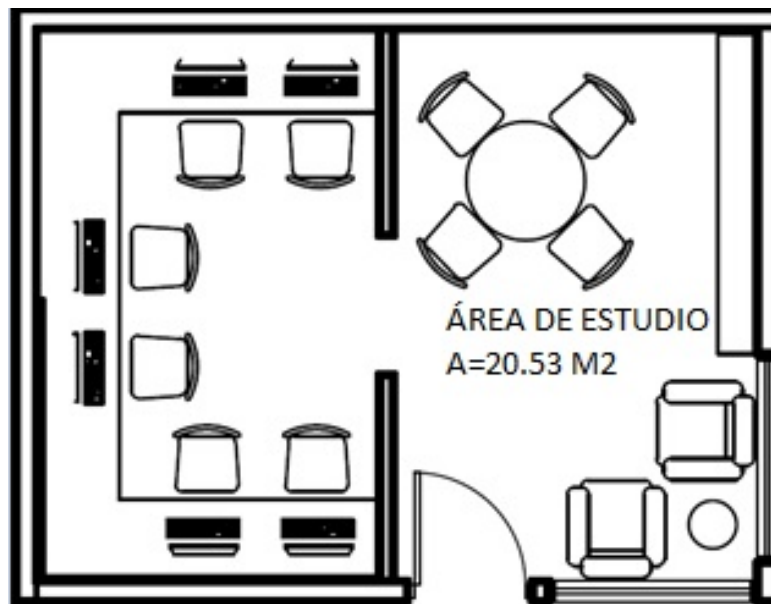


Figura 28: Diseño y distribución del área de estudio

Fuente: Elaboración propia

4.6.2.1.3.2 ÁREA SOCIAL

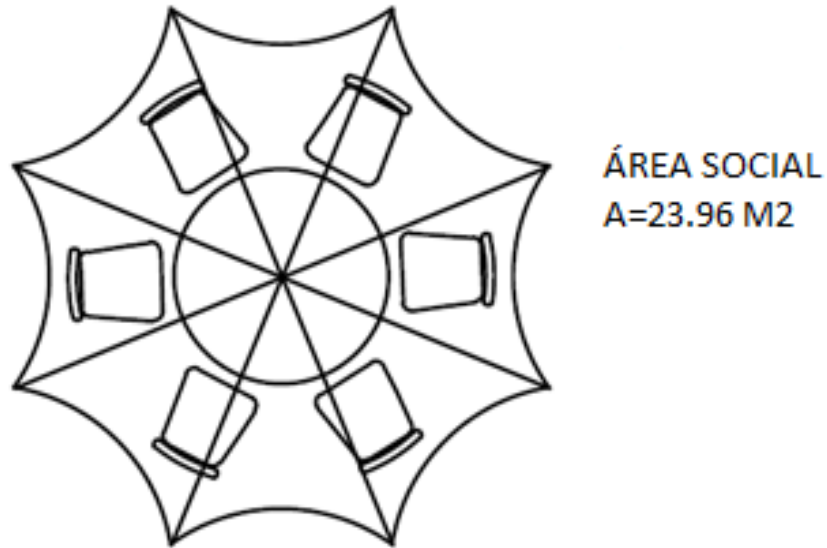


Figura 29: Diseño y distribución área social.

Fuente: Elaboración propia

4.6.2.1.3.3 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DE LAS BODEGAS



Figura 30: Diseño y distribución de las bodegas

Fuente: Elaboración propia

4.6.2.1.3.4 DISEÑO Y DISTRIBUCIÓN DEL ÁREA DE LAVANDERÍA

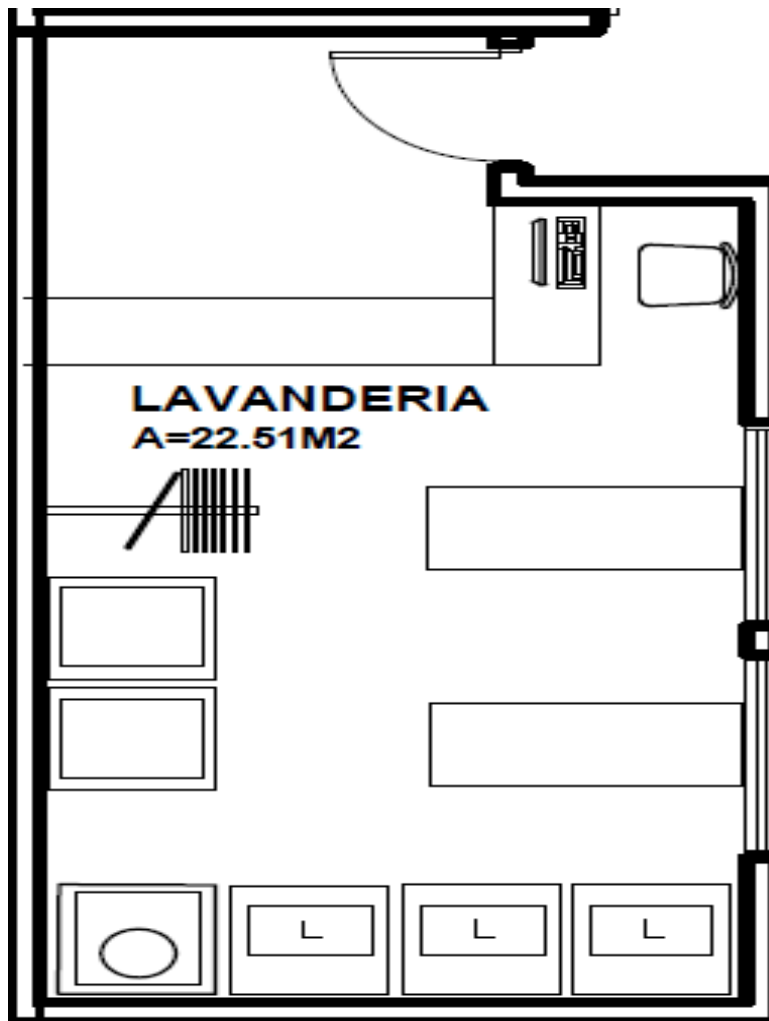
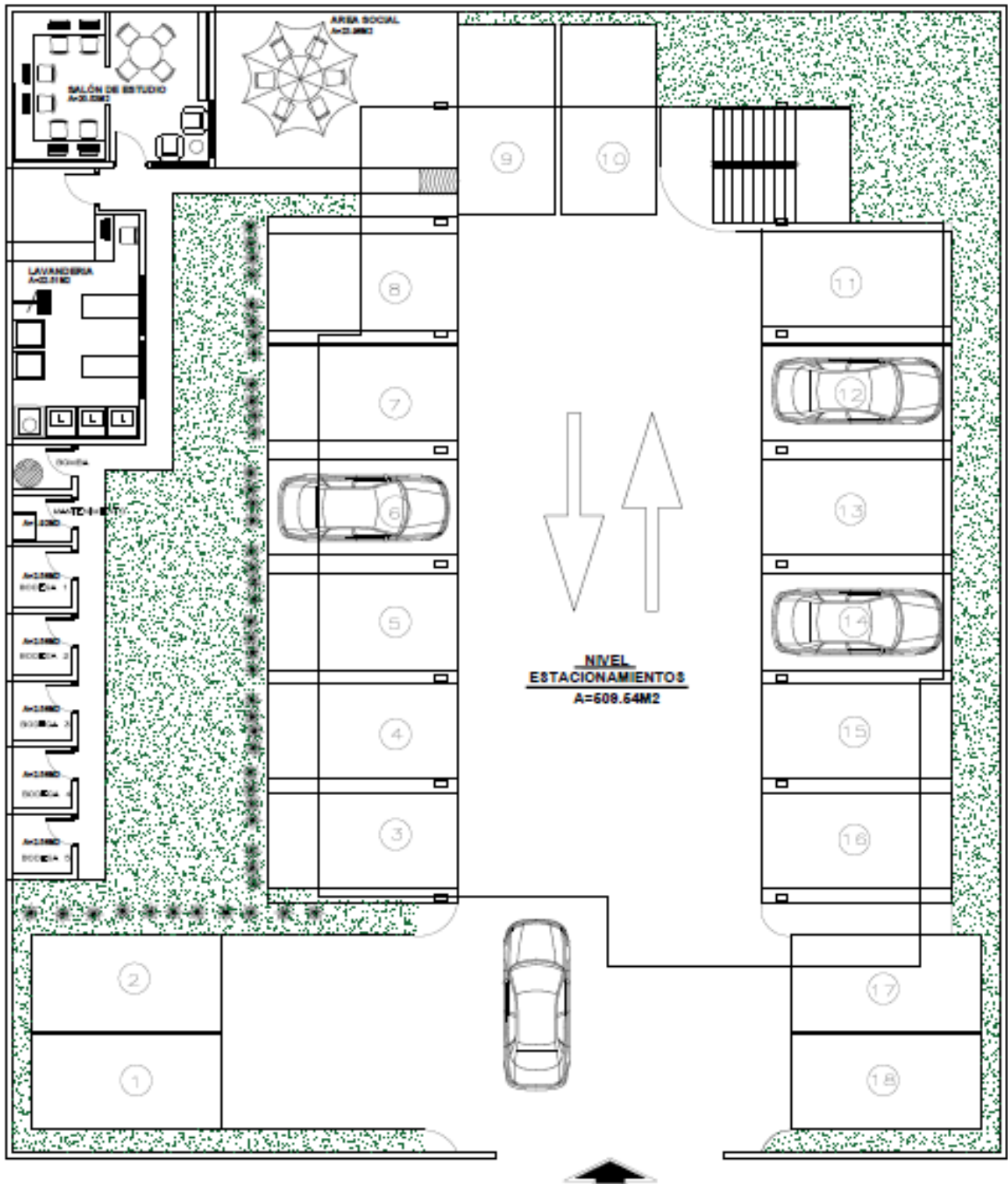


Figura 31: Diseño y distribución de área de lavandería

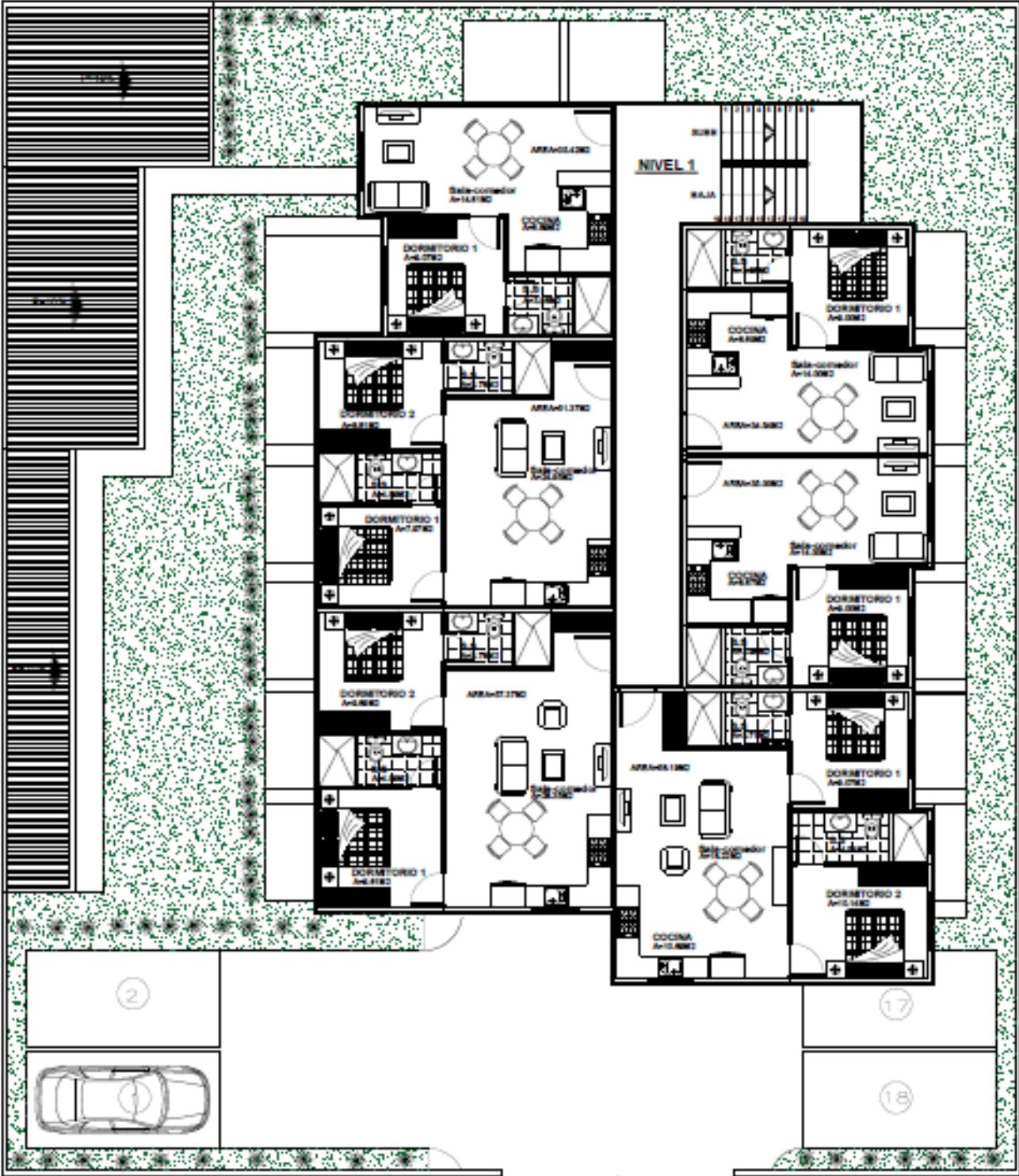
Fuente: Elaboración propia

Figura 32: Diseño y distribución de las áreas comunes y estacionamiento



Fuente: Elaboración propia

Figura 33: Diseño y distribución del Nivel I



Fuente: Elaboración propia

4.6.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO O PROCESO

Según Baca Urbina (2010) “El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto es resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta”(p. 89). Es describir el proceso de la operación. En nuestro caso es desde el momento en que el estudiante muestra interés por nuestros servicios de renta hasta finalizar el contrato de este y el cobro por concepto de alquiler. A continuación, se muestra el diagrama del proceso de la operación en la figura 44.

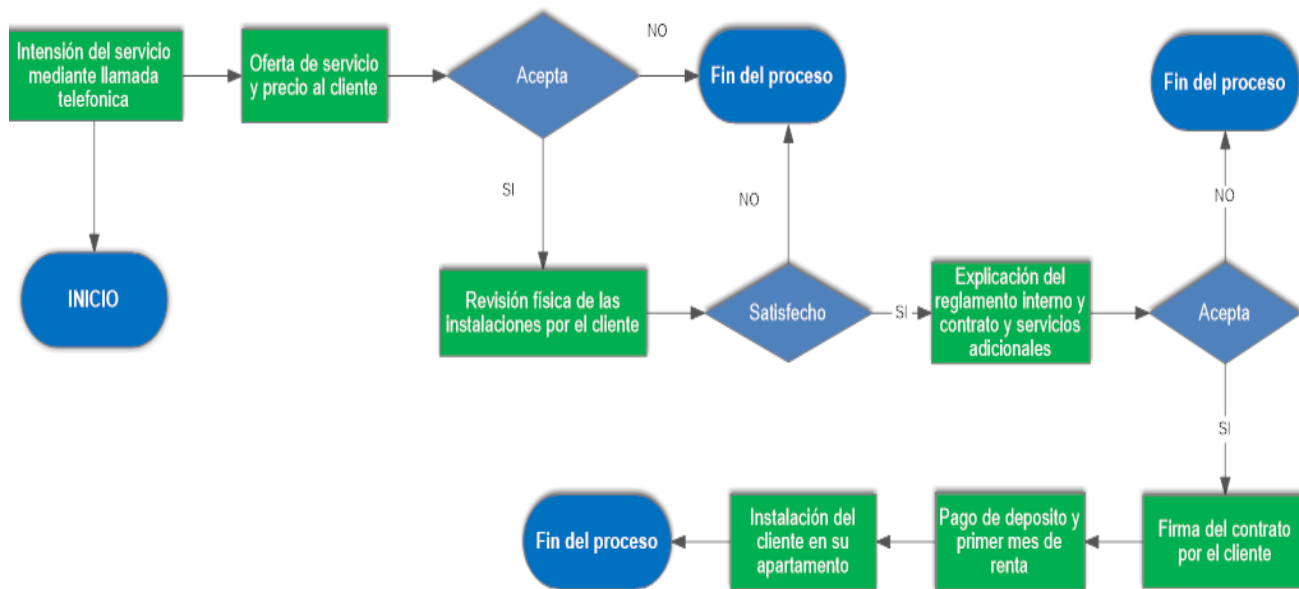


Figura 34: Diagrama de Proceso del servicio

Fuente: Elaboración propia.

4.6.4 ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

El diseñar una planificación organizacional nos da la pauta en que se involucrara cada colaborador de la empresa en el funcionamiento. A continuación, se presenta el desglose de los salarios, derechos y el organigrama institucional.

4.6.4.1 ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

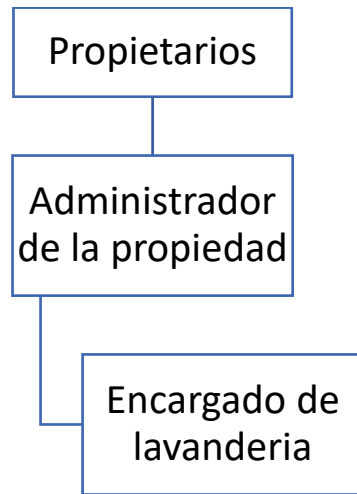


Figura 35: Organigrama de la empresa

Fuente: Elaboración propia.

La organización de la empresa es una estructura en forma de cascada la cual es sencilla y con poco personal para el funcionamiento del edificio de apartamentos para estudiantes universitarios. En la figura 45 se puede apreciar que la cadena de mando empieza con los propietarios del edificio, seguido por un administrador de la propiedad y luego el encargado del área de lavandería del edificio. Los servicios de contabilidad, jardinería, limpieza, mantenimiento y seguridad serán subcontratos por empresas especializadas, por este motivo no forman parte de la estructura organizacional de la empresa.

A continuación, se detalla una breve explicación de los perfiles y funciones que se deben cumplir dentro de la organización.

4.6.4.1.1 PROPIETARIOS

Serán los encargados de tomar las decisiones para el manejo de la empresa y deberán investigar, planificar y ejecutar planes de negocios los cual será revisado de forma constante, junto a los demás empleados. Deberán cumplir con los requisitos de ley para operar de forma legítima, y así poder realizar contratos de su personal como de los estudiantes que opten por el servicio,

también serán los encargados de realizar alianzas estratégicas si estas son necesarias, establecer un plan de comercialización para potenciar el servicio y este sea conocido.

4.6.4.1.2 ADMINISTRADOR DE LA PROPIEDAD

Tabla 20: Funciones del Administrador de la Propiedad

Cargo:	Administrador de la propiedad
Perfil del puesto:	Pasante universitario de la carrera de Administración de Empresas o Ingeniería Industrial
No. de puestos:	1
Genero:	Indistinto

Responsabilidad:	El administrador de la propiedad será el responsable de la empresa ante los clientes, sociedad civil y autoridades nacionales y en ese sentido deberá velar por el cumplimiento de todos los requisitos que afecten al negocios y operaciones. Será el representante Legal de la Sociedad y tendrá a su cargo la dirección y la administración del negocio en forma complementaria a las obligaciones a los propietarios, y reporta a estos acerca del desempeño de la empresa.
------------------	---

Funciones:	1. El administrador de la propiedad deberá manejar los pagos de alquiler por parte de los estudiantes.
	2. Reportar de forma periódica a los propietarios del edificio sobre el estado de los pagos de los inquilinos.
	3. Deberá realizar seguimiento de los contratos por vencer, manejo de desalojo si es necesario y quejas de los clientes.
	4. El administrador tendrá que estar familiarizado con las leyes de arrendamiento que regulan este servicio.
	5. Dar soluciones preventivas a los problemas que puedan surgir dentro del inmueble, ya sean por fallas de servicios comunes.
	6. Realizar las contrataciones de los servicios tercerizados como jardinería, limpieza y mantenimiento del edificio.
	7. Supervisar los trabajos de los servicios contratados y asegurar que la propiedad se mantenga en buen estado.
	8. Realizar los pagos correspondientes del servicio de seguridad, agua y electricidad a las dependencias encargadas.

Fuente: Elaboración propia

4.6.4.1.3 ENCARGADO DEL ÁREA DE LAVANDERÍA

Tabla 21: Funciones del Encargado de Lavandería

Cargo:	Encargado del área de lavandería
Perfil del puesto:	Graduado de secundaria con experiencia en servicios de lavandería
No. De puesto	1
Genero:	Indistinto

Responsabilidad:	El encargado de lavandería será el responsable del control y manejo del equipo y productos de limpieza para el lavado correcto de la ropa de los clientes. Reportará de forma directa al Administrador de la Propiedad sobre los gastos e ingresos del servicio.
------------------	--

Funciones:	1. El encargado de lavandería maneja y verifica el correcto uso de las máquinas de lavado.
	2. Selecciona y clasifica el tipo de ropa para su lavado y el producto de limpieza a utilizar.
	3. Atención personalizada para los clientes que se presente al área de lavandería.
	4. Encargado del cobro por uso del servicio a los clientes.
	5. Establecer el tiempo de lavado por carga de ropa e informar al cliente.
	6. Llevar un registro diario de los gastos e ingresos del servicio.
	7. El encargo deberá presentar un informe de inventario semanalmente al Administrador de la Propiedad.

Fuente: Elaboración propia

4.6.4.1.4 SUELDOS Y SALARIOS

El plan de sueldos y salarios está conforme a la siguiente tabla donde se especifica para cada uno de los colaboradores el salario que se devengarán dentro de la empresa, los cuales serán acreditados en dos pagos de manera quincenal. Se incluye todos los beneficios por ley, décimo tercer mes, décimo cuarto mes, vacaciones de acuerdo con los años laborados según Código de Trabajo como también RAP e IHSS como lo establece la Ley. Para la proyección se utilizó una tasa de crecimiento de 3.75%. Ver tablas completas en Anexos

Tabla 22: Sueldos y Salarios expresado en lempiras para el Administrador de la propiedad

Concepto / Año	2019	2020	2021	2022	2023
Cargo	Administrador de la propiedad				
Sueldo Mensual	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49	L 12,745.15
Sueldo Anual	L 132,000.00	L 136,950.00	L142,085.63	L147,413.84	L 152,941.85
13vo mes	L 5,500.00	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49
14vo mes	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49	L 12,745.15
vacaciones	L 3,666.67	L 4,565.00	L 5,920.23	L 8,189.66	L 8,496.77
Prestaciones	L 12,833.33	L 13,314.58	L 13,813.88	L 14,331.90	L 14,869.35
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 165.00	L 171.19	L 177.61	L 184.27	L 191.18
Total Anual	L 165,669.00	L 177,917.27	L185,754.32	L194,748.62	L 202,032.79
Total Mensual	L 13,805.75	L 14,826.44	L 15,479.53	L 16,229.05	L 16,836.07

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23: Sueldo y Salario Projectados para el Encargado de Lavandería

Concepto / Año	2019	2020	2021	2022	2023
Cargo	Encargado de lavandería				
Sueldo Mensual	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27	L 10,311.99
Sueldo Anual	L 106,800.00	L 110,805.00	L114,960.19	L119,271.19	L 123,743.86
13vo mes	L 4,450.00	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27
14vo mes	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27	L 10,311.99
vacaciones	L 2,966.67	L 3,693.50	L 4,790.01	L 6,626.18	L 6,874.66
Prestaciones	L 10,383.33	L 10,772.71	L 11,176.68	L 11,595.81	L 12,030.65
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 133.50	L 138.51	L 143.70	L 149.09	L 154.68
Total Anual	L 134,137.50	L 144,047.46	L150,388.35	L157,665.55	L 163,559.11
Total Mensual	L 11,178.13	L 12,003.96	L 12,532.36	L 13,138.80	L 13,629.93

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24: Derechos laborales expresados en lempiras de los colaboradores

TOTAL BENEFICIOS	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Mensual	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75	L 23,057.14
Sueldo Anual	L 238,800.00	L 247,755.00	L257,045.81	L266,685.03	L 276,685.72
13vo mes	L 9,950.00	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75
14vo mes	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75	L 23,057.14
vacaciones	L 6,633.33	L 8,258.50	L 10,710.24	L 14,815.84	L 15,371.43
Prestaciones	L 23,216.67	L 24,087.29	L 24,990.57	L 25,927.71	L 26,900.00
IHSS	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00
RAP	L 298.50	L 309.69	L 321.31	L 333.36	L 345.86
Total Anual	L 299,806.50	L 321,964.74	L336,142.66	L352,414.17	L 365,591.90
Total Mensual	L 24,983.88	L 26,830.39	L 28,011.89	L 29,367.85	L 30,465.99

Fuente: Elaboración propia

4.7 ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero lo conforman elementos de valor cuantitativo que nos permite tomar decisiones sobre la viabilidad del proyecto. Según Baca Urbina (2010) “Su objetivo es ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que proporcionan las etapas anteriores y elaborar los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (p. 8).

4.7.1 INVERSIÓN INICIAL, COSTOS Y ESTRUCTURA DE CAPITAL

Antes de comenzar todo proyecto debemos tener claro el costo de capital y la estructura de capital, como la inversión inicial que necesitamos. En este apartado analizaremos cada uno de ellos.

4.7.1.1 INVERSIÓN INICIAL

Para el análisis de cualquier estudio financiero tenemos que determinar primero nuestra inversión inicial, la cual incluye el plan para inversión fija como ser el terreno, edificio, mobiliario de lavandería, área social y de estudio, inversión diferida que la constituyen los gastos de organización y de investigación como también el capital de trabajo que cubre 3 meses del servicio. En la siguiente tabla se representan los montos de las inversiones antes dichas.

Tabla 25: Inversión Inicial del Proyecto

**Presupuesto de Inversión Inicial
(en lempiras)**

Concepto	Monto total
<u>Inversión Fija</u>	
Terreno	3,935,880
Edificios	12,904,363
Mobiliario y equipo de lavandería	83,485
Mobiliario y equipo área social	14,715
Mobiliario y equipo área de estudio	42,183
<u>Inversión diferida</u>	
Gastos de organización	169,949
Gastos de investigación	18,400
Capital de trabajo	635,244
Total inversión	17,804,218

Fuente: Elaboración propia

4.7.1.2 COSTO DE CAPITAL DE APORTACIÓN

En la tabla 14, se describe el cálculo del costo del inversionista. Consideran una tasa libre de riesgo de 8% para plazos fijos y una tasa de mercado del 15%.

Tabla 26: Costo de Capital del Inversionista

Calculo de Costo Capital Inversionistas		
Rf =	Tasa libre de riesgo	8%
BI =	Beta riesgo	1
Rm =	Tasa de mercado	15%
(Rm-RM)	Prima de mercado	7%
BI(Rm-RF)	Prima de la empresa	7.00%
Ke =	Rf+BI(Rm-Rf)	15.00%
Rc =	Rf + b(Rm-Rf)	15.00%

Fuente: Elaboración propia

4.7.1.3 COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO

El Costo de Capital Promedio Ponderado es la ponderación de los costos de capital propio y las fuentes del financiamiento bancario.

Tabla 27: Costo de Capital Promedio Ponderado

Estructura de capital y CCP				Int * (1-t).	
	%	Monto	Costo	Con escudo	Total costo
Propio	25%	L4,520,000	15%	15.0%	3.8%
Prestamo	75%	L13,284,218	12%	9.0%	6.7%
Total inversion	100%	L17,804,218			10.5%

Fuente: Elaboración propia

4.7.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

En este apartado se incluye el financiamiento siendo L.13,300,000 a una tasa del 12% y a un plazo de 15 años. En la siguiente tabla se desglosa de forma detallada el financiamiento.

Tabla 28: Amortización de Préstamo Bancario

Amortización de Préstamos Bancarios (expresado en lempiras)		
Capital	13,284,218	Frecuencia
Tasa de interés	12.0%	Anual
Plazo	15	Años
Pagos al año	12	Mensual
Cuota nivelada:	159,433	Mensual

Fuente: Elaboración propia

4.7.3 PRESUPUESTO DE VENTA

El presupuesto de ingresos para el edificio de apartamentos incluye el ingreso por renta de las unidades como un ingreso bruto y se le ha restado un porcentaje del 6% de desocupación que considera los días que el apartamento podría estar vacante después de cada termino de contrato. (Keller 2004). El resultado son los ingresos netos por renta.

Como otros ingresos estamos considerando los servicios de lavandería y alquiler de las bodegas. El ingreso de lavandería se ha estimado considerando factores como ser: la cantidad de libras de ropa por persona de manera mensual, el precio por libra tomando en cuenta el precio de mercado y la cantidad de personas que estarían interesadas en lavar la ropa en nuestra lavandería (para este caso estamos siendo optimistas de que el 100% de las personas del edificio usaran nuestro servicio).

Los ingresos de Bodega igualmente han sido estimados considerando la cantidad instalada en el edificio (5), el precio por metro cuadrado y estamos proyectando un 100% de ocupación de estas. El cálculo de ingresos por lavandería y alquiler de bodega e ingresos totales se puede apreciar en las tablas 18, 19 y 20 respectivamente. todos los ingresos y egresos se están proyectado a 15 años con una tasa de crecimiento del 3.75% que es el promedio del Índice de precios al consumidor subyacente de los últimos 3 años (2016, 2017 y 2018). De hecho, este porcentaje de crecimiento se está usando de igual forma para proyección de gastos.

Tabla 29 : Cálculo de ingresos expresado en lempiras por servicio de lavandería.

Descripción de ingresos de lavandería		
Lbs de ropa/persona		12
Frecuencia mes		4
Precio/libra(L.)	L	20.00
L x persona al mes	L	960.00
Personas en edificio		27
Interesados		100%
Ingresos mensuales	L	25,920.00
Ingresos anuales	L	311,040.00
(-) % desocupación (6%)	L	18,662.40
Ingresos netos anuales	L	292,377.60

Fuente: Elaboración propia

Tabla 30 : Cálculo de ingresos expresado en lempiras por alquiler de bodegas.

Descripción de ingresos por alquiler de bodegas		
Bodegas disponibles		5
Tamaño		2.56
Precio m2	L	168.57
Precio total	L	431.54
Total Apartamentos		18
Total ingresos mes	L	2,157.71
Total ingresos año	L	25,892.57
(-) % desocupación (6%)	L	1,553.55
Ingresos netos anuales	L	24,339.02

Fuente: Elaboración propia

Tabla 31: Ventas proyectadas en lempiras

Periodos Tipos	1		2		3		4		5	
	2019		2020		2021		2022		2023	
1 habitación										
1er nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
2do. Nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
3er. Nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
2 habitaciones										
1er nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
2do. Nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
3er. Nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
Total ingresos brutos	L	2,095,200.00	L	2,173,752.34	L	2,255,249.73	L	2,339,802.58	L	2,427,525.45
(-)Tasa de desocupación (6%)	L	125,712.00	L	130,425.14	L	135,314.98	L	140,388.15	L	145,651.53
Ingresos de operación		L 1,969,488.00		L 2,043,327.20		L2,119,934.74		L 2,199,414.42		L 2,281,873.92
Ingresos por lavandería (otros ingresos)	L	292,377.60	L	303,341.76	L	314,717.08	L	326,518.97	L	338,763.43
Ingresos por alquiler de bodegas (otros ingresos)	L	24,339.02	L	25,251.73	L	26,198.67	L	27,181.12	L	28,200.41
Total ingresos		L 2,286,204.62		L 2,371,920.69		L2,460,850.49		L 2,553,114.51		L 2,648,837.76

Fuente: Elaboración propia

4.7.4 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Para el proyecto ULive-Apartamentos se establecieron diferentes gastos desde la Planilla, Energía eléctrica, Agua potable, entre otros. La siguiente tabla contiene los valores para cada gasto operativo, la cual está proyectada a una tasa de crecimiento del 3.75%.

Tabla 32: Gastos Operativos

Gastos Operativos		1	2	3	4	5
Concepto		2019	2020	2021	2022	2023
Planilla	L	299,807	L 321,965	L 336,143	L 352,414	L 365,592
Energía Eléctrica	L	44,185	L 45,842	L 47,561	L 49,344	L 51,195
Agua Potable	L	3,848	L 3,992	L 4,142	L 4,297	L 4,459
Dirección Administración de Inquilinato	L	3,600	L 3,735	L 3,875	L 4,020	L 4,171
Cuota para la Cámara de Comercio	L	15,000	L 15,563	L 16,146	L 16,752	L 17,380
Cuota de Ingreso a CCIC	L	5,000	L 5,188	L 5,382	L 5,584	L 5,793
Servicio de seguridad	L	24,000	L 24,900	L 25,834	L 26,803	L 27,808
Limpieza	L	102,000	L 105,825	L 109,793	L 113,911	L 118,182
Mantenimiento edificio - Pintura	L	11,866	L 12,311	L 12,773	L 13,252	L 13,749
Mantenimiento edificio - Varios	L	5,000	L 5,188	L 5,382	L 5,584	L 5,793
Servicio Contable	L	24,000	L 24,900	L 25,834	L 26,803	L 27,808
Papelería	L	1,800	L 1,868	L 1,938	L 2,010	L 2,086
Insumos de lavandería	L	13,440	L 13,944	L 14,467	L 15,009	L 15,572
Publicidad	L	3,300	L 3,424	L 3,552	L 3,685	L 3,824
Permiso de operación	L	850	L 882	L 915	L 949	L 985
Impuestos municipales	L	55,539	L 55,950	L 56,377	L 56,820	L 57,280
Total	L	613,234	L 645,475	L 670,113	L 697,237	L 721,675

Fuente: Elaboración propia

4.7.5 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

La depreciación se entiende como la distribución periódica del costo durante la vida útil o estimada a contar desde la fecha de compra o adquisición del activo. La siguiente tabla muestra el cálculo de las depreciaciones de todos los activos.

Tabla 33: Depreciación de Mobiliario y equipo en Lempiras

Concepto	Cantidad	Costo Total	Valor residual	Valor a depreciar	Vida util	Gasto depreciación anual
Aire acondicionado 24,000 BTU	1	L 17,800.00	L 178.00	L 17,622.00	10	L 1,762.20
Escritorio	1	L 1,942.66	L 19.43	L 1,923.23	5	L 384.65
Mesa redonda	1	L 3,623.40	L 36.23	L 3,587.17	5	L 717.43
Silla	11	L 5,966.29	L 59.66	L 5,906.63	5	L 1,181.33
Proyector de pantalla (DataShow)	1	L 11,149.00	L 111.49	L 11,037.51	5	L 2,207.50
Pantalla para Datashow	1	L 3,239.10	L 32.39	L 3,206.71	5	L 641.34
Pizarra acrílica	1	L 947.20	L 9.47	L 937.73	5	L 187.55
Lavadora	3	L 41,400.00	L 414.00	L 40,986.00	10	L 4,098.60
Secadora	3	L 38,400.00	L 384.00	L 38,016.00	10	L 3,801.60
Repisa	2	L 1,200.00	L 12.00	L 1,188.00	5	L 237.60
Juego de sala	1	L 10,725.00	L 107.25	L 10,617.75	10	L 1,061.78
Televisor	1	L 3,990.00	L 39.90	L 3,950.10	5	L 790.02
TOTAL		L 140,382.65	L 1,403.83	L 138,978.82		L 17,071.59

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34: Depreciación del Edificio en lempiras

Concepto	Cantidad	Costo Total	Valor residual	Valor a depreciar	Vida util	Gasto depreciación anual
Edificio	1	L 12,904,362.68	L 129,043.63	L 12,775,319.05	40	L 319,382.98
TOTAL		L 12,904,362.68	L 129,043.63	L 12,775,319.05		L 319,382.98
GASTOS TOTAL DEPRECIACIÓN		L 13,044,745.33	L 130,447.45	L 12,914,297.88		L 336,454.57

Fuente: Elaboración propia

4.7.6 ESTADO DE RESULTADO

La siguiente tabla indica los ingresos obtenidos por el alquiler de los apartamentos como otros ingresos antes expuestos y contempla los gastos operativos que son nuestras salidas de dinero, como la aplicación del I.S.R del 25% establecido por ley.

Tabla 35: Estado de Resultado proyectado en lempiras

Estado de resultados presupuestado (Expresado en Lempiras)

Periodo		1	2	3	4	5
Concepto	Nota	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos		1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Ingresos por alquiler apartamentos		1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Gastos operativos		987,359	1,019,599	1,044,237	1,071,362	1,095,799
Gastos totales		613,234	645,475	670,113	697,237	721,675
Depreciaciones		336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
Amortizaciones		37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Utilidad (Pérdida) Operativa		982,129	1,023,728	1,075,697	1,128,053	1,186,075
Gastos financieros		1,575,958	1,533,188	1,484,993	1,430,687	1,369,492
Otros ingresos(lavandería)		292,378	303,342	314,717	326,519	338,763
Otros ingresos(bodegas)		24,339	25,252	26,199	27,181	28,200
Utilidad (Pérdida) antes del Impuesto sobre la Renta		-277,112	-180,866	-68,380	51,066	183,547
(-) Impuesto sobre la Renta	25%				12,767	45,887
Utilidad después de ISR		-277,112	-180,866	-68,380	38,300	137,660
(-) Gastos no deducibles						
Utilidad o perdida Neta		-277,112	-180,866	-68,380	38,300	137,660
Reserva Legal(5%)					1,915	6,883
Utilidades retenidas		-277,112	-180,866	-68,380	36,385	130,777

Fuente: Elaboración propia

4.7.7 FLUJO DE CAJA

Tabla 36: Flujo de Caja Proyectado en lempiras

Presupuesto de Caja Proyectado (Lempiras)						
Período		1	2	3	4	5
Concepto	Inicial	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	17,804,218.00	4,381,405	4,545,673	4,716,100	4,892,917	5,076,363
Fondos propios	4,520,000.00	-	-	-	-	-
Fondos por préstamo	13,284,218.00	-	-	-	-	-
Depósitos en garantía		2,095,200	2,173,752	2,255,250	2,339,803	2,427,525
Ingresos por alquiler de apartamentos	-	1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Otros Ingresos	-	316,717	328,593	340,916	353,700	366,964
Servicio de lavandería	-	292,378	303,342	314,717	326,519	338,763
Alquiler de bodega	-	24,339	25,252	26,199	27,181	28,200
Egresos	17,168,973.83	4,621,630	4,732,423	4,838,558	4,950,235	5,075,162
Terreno	3,935,880.00	-	-	-	-	-
Costo de construcción de Edificios	12,904,362.68	-	-	-	-	-
Mobiliario y Equipo de Oficina	-	-	-	-	-	-
Gastos de Organización	169,948.50	-	-	-	-	-
Gastos de Investigación	18,400.00	-	-	-	-	-
Pago de salarios, IHSS, RAP		299,807	321,965	336,143	352,414	365,592
Energía Eléctrica		44,185	45,842	47,561	49,344	51,195
Agua Potable		3,848	3,992	4,142	4,297	4,459
Dirección Administración de Inquilinato		3,600	3,735	3,875	4,020	4,171
Camara de Comercio		15,000	15,563	16,146	16,752	17,380
Cuota de Ingreso a CCIC		5,000	5,188	5,382	5,584	5,793
Servicio de seguridad		24,000	24,900	25,834	26,803	27,808
Limpieza		102,000	105,825	109,793	113,911	118,182
Mantenimiento edificio - Pintura		11,866	12,311	12,773	13,252	13,749
Mantenimiento edificio - Varios		5,000	5,188	5,382	5,584	5,793
Servicio Contable		24,000	24,900	25,834	26,803	27,808
Papelería		1,800	1,868	1,938	2,010	2,086
Insumos de lavandería		13,440	13,944	14,467	15,009	15,572
Publicidad		3,300	3,424	3,552	3,685	3,824
Permiso de operación		850	882	915	949	985
Impuestos municipales		55,539	55,950	56,377	56,820	57,280
Pago de intereses		1,575,958	1,533,188	1,484,993	1,430,687	1,369,492
Pago al préstamo		337,237	380,008	428,202	482,509	543,703
Depósitos en garantía		2,095,200	2,173,752	2,255,250	2,339,803	2,427,525
Impuestos por pagar		-	-	-	-	12,767
Impuesto al Activo Neto		-	-	-	-	-
Tasa de seguridad		-	-	-	-	-
Saldo en Efectivo y sus Equivalentes	635,244.17	-240,225	-186,750	-122,458	-57,318	1,201
Saldo inicial	-	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494
Saldo al final del año	635,244.17	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695

Fuente: Elaboración propia

4.7.8 BALANCE GENERAL O ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA

En el Balance General que se muestra en la tabla 27 podemos apreciar la estructura financiera con que contará el proyecto durante sus 15 años proyectados tanto en sus Activos como en sus Pasivos y por ende en su Patrimonio.

Tabla 37: Balance General proyectado en lempiras

Balance General (en lempiras)						
Periodos		1	2	3	4	5
Concepto	ESF inicial	2019	2020	2021	2022	2023
Activos						
Corrientes						
Efectivo y equivalentes de efectivo	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695
Gastos pagados por anticipado	-					
Total activos corrientes	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695
No corrientes						
Propiedad, planta y equipo						
Terrenos	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880
Edificios (neto)	12,904,363	12,584,980	12,265,597	11,946,214	11,626,831	11,307,448
Mobiliario y Equipo de Apartamentos (neto)	140,383	123,311	106,239	89,168	72,096	55,025
Intangibles	188,349	150,679	113,009	75,339	37,670	-
Gastos de organización (neto)	169,949	135,959	101,969	67,979	33,990	-
Gastos de investigación (neto)	18,400	14,720	11,040	7,360	3,680	-
Total activos no corrientes	17,168,974	16,794,850	16,420,725	16,046,601	15,672,477	15,298,352
Total activos	17,804,218	17,189,869	16,628,995	16,132,413	15,700,970	15,328,047
Pasivos						
Corrientes						
Cuentas por pagar	-					
Préstamos bancarios a corto plazo	337,237	380,008	428,202	482,509	543,703	612,658
Impuestos por pagar	-	-	-	-	12,767	45,887
Otras cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-
Total pasivos corrientes	337,237	380,008	428,202	482,509	556,470	658,545
No corrientes						
Préstamos bancarios a largo plazo	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,656,262	11,112,559	10,499,901
Total pasivos no corrientes	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,656,262	11,112,559	10,499,901
Total pasivos	13,284,218	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,669,029	11,158,446
Patrimonio						
Participaciones sociales	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000
Utilidad (Pérdida) del periodo	-	-277,112	-180,866	-68,380	36,385	130,777
Utilidades (Pérdidas) Acumuladas	-	-	-277,112	-457,978	-526,358	-489,974
Reserva Legal					1,915	8,798
Total patrimonio	4,520,000	4,242,888	4,062,022	3,993,642	4,031,941	4,169,601
Total pasivo más patrimonio	17,804,218	17,189,869	16,628,995	16,132,413	15,700,970	15,328,047

Fuente: Elaboración propia

4.7.9 FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO

Tabla 38: Flujo de Efectivo Operativo con financiamiento en lempiras

Flujo Operativo con financiamiento (Expresado en Lempiras)						
Periodos		1	2	3	4	5
Concepto	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		(277,112)	(180,866)	(68,380)	38,300	137,660
(+) Depreciaciones		336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
(+) Amortizaciones		37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Total Efectivo Operativo		97,012	193,258	305,744	412,424	511,784
	Terreno	(3,935,880)				
	Edificios (40 años)	(12,904,363)				
	Mobiliario y equipo de lavandería	(83,485)				
	Mobiliario y equipo área social	(14,715)				
	Mobiliario y equipo área de estudio	(42,183)				
	Capital de trabajo	(635,244)				
	Inversión diferida	(188,349)				
	Préstamo	13,284,218				
	Amortizaciones de Capital		(337,237)	(380,008)	(428,202)	(482,509)
			(543,703)			
		(4,520,000)	(240,225)	(186,750)	(122,458)	(70,085)
						(31,919)
Flujo perpetuo creciente						
	Total flujos	(4,520,000)	(240,225)	(186,750)	(122,458)	(70,085)
						(31,919)

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39: Flujo de Efectivo Operativo sin financiamiento en lempiras

Flujo Operativo sin financiamiento (expresado en Lempiras)						
Periodos		1	2	3	4	5
Concepto	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		974,134	1,014,241	1,062,460	1,111,315	1,164,779
(+) Depreciaciones		336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
(+) Amortizaciones		37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Total Efectivo Operativo		1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439	1,538,903
	Terreno	(3,935,880)				
	Edificios(40 años)	(12,904,363)				
	Mobiliario y equipo de lavandería	(83,485)				
	Mobiliario y equipo área social	(14,715)				
	Mobiliario y equipo área de estudio	(42,183)				
	Capital de trabajo	(635,244)				
	Inversión diferida	(188,349)				
		(17,804,218)	1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439
						1,538,903
Flujo perpetuo creciente						
	Total flujos	(17,804,218)	1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439
						1,538,903

Fuente: Elaboración propia

4.7.10 MÉTODOS Y TÉCNICAS DE EVALUACIÓN PARA EL PROYECTO

Tabla 40: Evaluación PR, VPN, TIR, IR con Financiamiento

TIR	13.99%
VPN	L 2,870,344.91
IR	1.64
Periodo recuperación	16 años + 7 meses
CCPP	10.5%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41: Evaluación PR, VPN, TIR, IR sin financiamiento

TIR	9.55%
VPN	-L 6,086,759.81
IR	0.66
Periodo recuperación	11 años + 1 mes
Tasa del inversionista	15.0%

Fuente: Elaboración propia

4.7.11 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

El análisis de sensibilidad nos sirve para poder comparar varios escenarios financieros del proyecto, para nuestro caso se preparó el escenario optimista, pesimista y el real estimado del proyecto, y de esta forma poder realizar el comparativo de los tres.

Tabla 42: Resumen del Análisis de Sensibilidad

Análisis de Sensibilidad con Financiamiento							
Escenario	Cambio en precio	Cambio en desocupación	VPN	TIR	IR	PR	Tasa
Optimista	15%	3%	L 7,273,337.73	19.08%	2.61	11 años + 11 meses	10.5%
Proyectado	-	-	L 2,870,344.91	13.99%	1.64	16 años + 7 meses	10.5%
Pesimista	-15%	8%	-L 1,066,081.68	9.17%	0.76	19 años + 6 meses	10.5%

Análisis de Sensibilidad sin Financiamiento							
Escenario	Cambio en precio	Cambio en desocupación	VPN	TIR	IR	PR	Tasa
Optimista	15%	3%	-L 3,580,223.17	11.95%	0.80	9 años + 5 meses	15.0%
Proyectado	-	-	-L 6,086,759.81	9.5%	0.66	11 años + 1 mes	15.0%
Pesimista	-15%	8%	-L 8,327,689.75	7.13%	0.53	13 años + 3 mes	15.0%

Fuente: Elaboración propia

Luego de haber realizado el Análisis de Sensibilidad podemos apreciar que el proyecto con financiamiento en su escenario optimista presenta una TIR mayor al proyectado ya que en este se aumentó el precio de la renta en 15% y se disminuyó la tasa de desocupación a 3%, lo que indica que se acepta el proyecto bajo estas condiciones.

Para el caso del escenario pesimista se disminuyó el precio de renta en 15% y se aumentó la tasa de desocupación a 8% y bajo estas condiciones esta presenta una TIR menor al CCPP con un VPN negativo, por lo cual se rechaza el proyecto. Esto significa que el proyecto es sensible a disminución del precio de renta y aumento a la tasa de desocupación (ambos factores disminuyen los ingresos).

Para el Análisis de Sensibilidad del proyecto sin financiamiento en su escenario optimista presenta una TIR mayor al proyectado pero menor al Costo sin financiamiento, aunque en este se aumentó el precio de la renta en 15% y se disminuyó la tasa de desocupación en 3%, lo que indica que no se acepta el proyecto bajo estas condiciones. Para el caso del escenario pesimista se disminuyó el precio de renta en 15% y se aumentó a 8% la tasa de desocupación y bajo estas condicione esta presenta una TIR menor al proyectado del Costo sin financiamiento, y un VPN negativo, por estos motivos no se acepta el proyecto.

4.7.12 COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

Luego de haber realizado el estudio financiero y haber aplicado cada uno de los métodos y técnicas de evaluación nos da como resultado que se acepta la hipótesis de investigación y se rechaza la hipótesis nula, donde la TIR es mayor que el CCPP. Por lo tanto, el proyecto es rentable, según nuestras condiciones expuesta en la investigación.

CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Al llegar a este apartado daremos nuestras conclusiones para cada una de las variables estudiadas en la investigación, como también las recomendaciones. Recordando que las conclusiones deben ser las respuestas de las preguntas de investigación expuestas en el Planteamiento del Problema.

5.1 CONCLUSIONES

1. Se concluye que existe una demanda potencial insatisfecha (53% según encuestas). El 68% de los estudiantes están dispuestos a pagar una renta que se encuentre en un rango de L. 3,500 a L. 5,000 y 28% estarían dispuestos a pagar hasta L. 8 mil.
2. Se concluye mediante el estudio técnico que la mejor ubicación para realizar la construcción de los apartamentos es la Colonia Jardines del Valle por su cercanía a la UNAH-VS donde se encuentra el 57% de los estudiantes universitarios de la Ciudad de San Pedro Sula. El tamaño del edificio más viable tomando en cuenta disposición de terrenos y financiamiento del proyecto, es un edificio de 3 niveles de 6 apartamentos en cada nivel dando un total de 18 unidades.
3. El estudio Financiero nos refleja que, bajo las condiciones estudiadas, el proyecto presenta ganancias a partir de su cuarto año de operaciones. La construcción del proyecto es viable, ya que presenta un valor presente neto positivo y una tasa interna de retorno de 13.99% que es mayor que el costo de capital (10.5%).
4. El proyecto es sensible a reducción del precio de renta y aumento en la tasa de desocupación de los apartamentos.

5.2 RECOMENDACIONES

1. Se recomienda estudiar más a profundidad el estudio de mercado en su sección del cálculo de la demanda potencial insatisfecha ya que el estudio actual considera una proyección optimista de la misma basada en la intención de consumo de los estudiantes encuestados.

2. Se recomienda que el perfil de los inquilinos sea preferiblemente, aunque no estrictamente estudiantes universitarios ya que este proyecto ofrece condiciones particulares para este segmento de mercado y ofrece atributos que la competencia actualmente no tiene.
3. Debido al segmento dirigido y actual oferta, se recomienda una distribución del espacio con un área no mayor a 30 m² en los apartamentos de una habitación. Esto permitirá tener más unidades en el mismo terreno.
4. Se sugiere buscar opciones de financiamiento a una menor tasa de interés y/o plazos más largos que nos ayuden a reducir el costo del capital y aumentar el valor presente neto del proyecto.
5. Se recomienda buscar diferentes compañías de construcción para poder reducir los costos de construcción del edificio ya que representa casi el 75% del presupuesto de inversión del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

Alfaro, Luis (s.f)

Método Para Calcular El Precio de La Tierra y La Tasa de Renta a Partir de Las Formas de Arrendamiento.

Alfaro Rodríguez, Luis Carlos (1994)

Método Para Calcular El Precio de La Tierra y La Tasa de Renta a Partir de Las Formas de Arrendamiento. Revista Geográfica de América Central. Vol. 2 No. 30.

Andía Valencia, Walter (2011)

La Demanda Insatisfecha En Los Proyectos de Inversión Pública: 68.

LA NACION (2012)

Alquileres: otro proyecto retrógrado. La Nación; Buenos Aires.

ASTRIA, CONDOS (2018)

Condominios Alquiler. Celaque - Astria - Comunidad Residencial - Apartamentos Para Venta y Alquiler. <https://www.celaque.net/compra-hoy/>.

Baca Urbina, Gabriel (2010)

Evaluación de Proyectos. 6th edición. México: Mc Graw Hil.

Baena, Ernesto (2003)

El entorno empresarial y la teoría de las cinco fuerzas competitivas. 23: 63–66.

BCH (2018)

Banco Central de Honduras. <http://www.bch.hn/>.

Banco Mundial (2017)

Momento Decisivo: La Educación Superior En América Latina y El Caribe. Resumen.
Estados Unidos de América: World Bank.

Baquedano, Kleymer (2018)

Alquileres de casas y apartamentos en San Pedro Sula. Diario La Prensa.
http://www.laprensa.hn/honduras/1167106-410/alquileres-casas-apartamentos-precios-san_pedro_sula.

Bazant S, Jan (2013)

Viviendas Progresivas: Construcción de Vivienda Por Familias de Bajos Ingresos.
México: Trillas.

Bienes y Raíces “TREBOL” (2018)

BIENES RAICES TREBOL: Venta, Alquiler, Casas, Apartamentos, Oficinas, Terrenos,
Tegucigalpa, San Pedro Sula, Honduras. <http://www.bienesraicestrebol.hn>.

Campón, María, and José Manuel Hernández (2011)

Turismo idiomático en el medio rural: una propuesta para su desarrollo y
comercialización: 6.

Castillo, Johana (2013)

San Pedro Sula a la vanguardia en educación. Diario La Prensa.
<http://www.laprensa.hn/honduras/apertura/328518-98/san-pedro-sula-a-la-vanguardia-en-educación>.

Central America Data (2017)

Perspectivas Para La Construcción En Honduras - CentralAmericaData : Central America
Data.https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Perspectivas_para_la_construccion_en_Honduras.

Ceresa Jorquera, Piera, Gabriel Gouet Hiriart, Marko Kraljevic del Río, and Felipe Meyer de Pablo (2013)

Plan de Negocio: Residencia Estudiantil Universitaria “Vida Tinta.” Universidad de Chile.

Cerrato, Carlos (2018)

Entrevista presencial con Carlos Cerrato. Directo del DAI.

ENEE (2018)

Consumo de Electrodoméstico <http://www.enee.hn/index.php/atencion-al-cliente/110-consumo-electrico>.

Cruz Libreros, Mariana (2016)

Residencia estudiantil para estudiantes del programa ser pilo paga. Pontifica Universidad Javeriana.

Doncel Moreno, Marian (2010)

Elaboración de Un Plan de Negocio Para La Creación de The Colombian House - Hotel Universitario En La Ciudad de Bogotá, Colombia.

Ecovivienda-El Proyecto (2018)

Ecovivienda Fase II. <http://ecovivienda.hn/proyecto/>

Dirección de Educación Superior (2018)

<https://des.unah.edu.hn/servicio-al-usuario/estadisticas/>

AYA (s.f)

Estimación de Consumo de Agua Potable En Una Casa.

<https://www.aya.go.cr/centroDocumetacion/catalogoGeneral/Estimaci%C3%B3n%20de%20consumo%20de%20agua%20potable%20en%20una%20casa.pdf>

Universia (2018)

Universia. <http://www.universia.es/estudiar-extranjero/estados-unidos/salir/alojamiento/738>.

Fischer, Laura, and Jorge Espejo (2011)

Mercadotecnia. 4th edición. México: Mc Graw-Hill.

FOSDEH (2017)

Primicia Honduras. <http://www.primiciahonduras.hn/2017-nuevos-pobres-en-honduras/>

Francisco Javier Morazán Matute, Henri López (2018)

Banco Central de Honduras, Gobierno de La Republica de Honduras.
http://www.bch.hn/tasas_interes.php,

Franklin Fincowsky, Enrique Benjamín (2014)

Organización de Empresas. 4th edición. México: Mc Graw-Hill.

Garcés, Juan, Omar Arrascue, Giancarlos Ávalos, Eduardo Calle, and Luis Muñoz (2014)

Estudio de Factibilidad Para La Creación de Una Residencia Universitaria Brindada por La Universidad de Piura. Universidad de Piura.

Gitman, Lawrence J (2007)

Principios de Administración Financiera. 11th edición. México: Pearson educación.

Gitman, Lawrence J, and Chad J Zutter (2012)

Principios de Administración Financiera. 12th edición. México: Pearson educación.

Goñi Avila, Niria (2008)

El Precio. Variable Clave En El Marketing. 1st edición. México: Pearson educación.

Gutiérrez, María José (2015)

Edificio de Arrendamiento Para Estudiantes Universitarios En Concepción. Universidad de Chile.

Hernández, Guadalupe (2016)

Edificio de Alojamiento Para Estudiantes. El Salvador.

<http://www.elsalvador.com/noticias/negocios/206659/live-el-edificio-de-alojamiento-para-estudiantes-abrira-en-enero-2017/>.

Hernández, José Ángel (2010)

El modelo de competitividad de las cinco fuerzas de Porter.: 14.

Hernández Sampieri, Roberto, Carlos Fernández Collado, María del Pilar Baptista Lucio (2010)

Metodología de Investigación. 5th edición. México: Mc Graw-Hill.

INMO (2018)

InmoHonduras - Alquiler Apartamentos.

<http://www.inmohonduras.com/busquedas.php?MKS=1&Tipo=Alquileresapartamentos&Inicio=0&TA=>.

Jones, Felipe (2018)

Alquiler de apartamentos Estudiantiles. May.

Keller, Gary (2004)

The Millionaire Real State Investor.

Kerlinger, Lee (s.f).

<https://psicologiaexperimental.files.wordpress.com/2011/03/kerlinger-y-lee-cap-1.pdf>,

La Prensa (s.f)

Diario La Prensa. <http://www.laprensa.hn/economia/1142994-410/costo-energia-kilovatio-honduras>.

La Prensa (2018)

OIT: Desempleo En Honduras Bajó 0.9%. <http://www.laprensa.hn/economia/1141488-410/honduras-mercado-laboral-desocupacion-desempleo-oit->.

San Pedro Sula ya no está entre las ciudades más violentas. Diario La Prensa.

http://www.laprensa.hn/honduras/1158598-410/san_pedro_sula-ciudades-violentas-honduras-homicidios.

Lee, Howard, and Fred Kerlinger (2002)

Investigación Del Comportamiento: Métodos de Investigación En Ciencias Sociales. 4th edición. México: Mc Graw-Hill.

López Segrera, Francisco (2016)

Educación Superior Comparada: Tendencias Mundiales y de América Latina y Caribe: 16.

Lowenstein, Carolina (s.f)

Apertura de Una Residencia Estudiantil Para Estudiantes Extranjeros. Argentina: Universidad del CEMA.

Machicado Corrillo, Fabiola (2016)

Estudio de Localización de Un Proyecto: 29.

Matute López, Darlan Esteban, and Giovanni Rodríguez Mejía, eds. (2009)

Código del trabajo de Honduras: decreto no. 189 de 1959, edición rubricada y concordada con las normas nacionales e internacionales del trabajo. [Tegucigalpa, Honduras: Impreso Ruis].

Megias, Javier (2012)

Lean Canvas, un lienzo de modelos de negocio para startups | Startups, Estrategia y Modelos de negocio. El Blog de Javier Megias - Startups, Estrategia y Modelos de Negocio. <https://javiermegias.com/blog/2012/10/lean-canvas-lienzo-de-modelos-de-negocio-para-startups-emprendedores/>.

Menlo Park Apartments Galway (2018)

Menlo Park Apartments Galway. <http://www.menloparkgalway.com/es/NUIG-Alojamiento/>.

Monteferrer Tirado, Diego (2013)

Fundamentos de Marketing. 1st edición. España: Universitat Jaume.

Morales Castro, José Antonio (2009)

Proyecto de Inversión: Evaluación y Formulación. 1st edición. México: Mc Graw-Hill.

Myers, Stewart, Richard Brealey, and Franklin Allen (2010)

Principios de Finanzas Corporativas. 9th edición. México: Mc Graw-Hill.

Niño Bermudes, Luis Gustavo (2015)

Diseño y Evaluación de Residencias Estudiantiles Sustentables Para La Zona Metropolitana de Guadalajara. Universidad Jesuita de Guadalajara.

Ortega Nielfa, Pablo (2013)

Análisis Estratégico Del Club “Pádel Arena.” Universidad de León.

Pérez, Fabián, and Raymond Schefer (2013)

Dirección Comercial Avanzada. 1st edición. Argentina: Cengage Learning.

Pleitez, José Antonio Aguilar, and Arely Beatriz Jaco Avilés (2017)

Proyecto Arquitectónico Para Residencias de Estudiantes de La Universidad de El Salvador. Universidad de El Salvador.

Portafolio (2016)

El Megaproyecto Inmobiliario Para Los Universitarios En Bogotá. Periodico. Portafolio.
<http://www.portafolio.co/economia/infraestructura/construyen-proyecto-inmobiliario-para-estudiantes-en-bogota-500798>.

Porter, Michael (2008)

Las Cinco Fuerzas Competitivas Que Le Dan Forma a La Estrategia. Harvard Business School Publishing Corporation.

Prieto Sierra, Carlos (2017)

Emprendimiento: Conceptos y Plan de Negocios. 2nd edición. México: Pearson.

Ramírez Padilla, David Noel (2008)

Contabilidad Administrativa. 8th edición. México: Mc Graw-Hill.

Romea, Julián (s.f)

Vivir En Madrid: Guía de Colegios Mayores y Residencias.

Romero, Fátima (2016)

Honduras avanza 6 puestos por servicios de tecnología. Diario La Prensa.
<http://www.laprensa.hn/economia/977587-410/honduras-avanza-6-puestos-por-servicios-de-tecnología>.

Romero López, Álvaro Javier (2014)

Principios de Contabilidad. 5th edición. México: Mc Graw-Hill.

Ross, Stephen, Randolph Westerfield, and Bradford Jordan (2010)

Fundamentos de Finanzas Corporativas. 9th edición. México: Mc Graw-Hill.

Sánchez Guillen, María (2010)

Estudio de Viabilidad de “Residencias de Estudiantes En Alicante.” Universidad Politécnica de Catalunya.

Sapag Chain, Nassir, and Reinaldo Sapag Chain (2008)

Preparación y Evaluación de Proyectos. 5th edición. Colombia: Mc Graw-Hill.

Sapag Xhain, Nassir, Reinaldo Sapag Xhain, and José Manuel Sapag Puelma (2014)

Preparación y Evaluación de Proyectos (6a. Ed.). México City, UNKNOWN: McGraw Hill Interamericana.

Schnarch Kirberg, Alejandro (2014)

Desarrollo de Nuevos Productos: Creatividad, Innovación y Marketing (6a. Ed.). México, D.F., México: McGraw-Hill Interamericana.

Stanton, William, Michael Etzel, and Bruce Walker (2007)

Fundamentos de Marketing. 14th edición. México: Mc Graw-Hill.

Stanton, William J., Michael J. Etzel, and Bruce J. Walker (2007)

Fundamentos de Marketing (14a. Ed.). Distrito Federal, UNKNOWN: McGraw-Hill Interamericana.

Tamayo y Tamayo, Mario (2009)

El proceso de la investigación científica incluye evaluación y administración de proyectos de investigación. 4th edición. México: Limusa.

Thompson, Iván (2006)

Oferta Definición. <https://www.promonegocios.net/oferta/definicion-oferta.html>.

Titus Monzón, Pablo Andrés (2012)

“Residencia Universitaria Para Estudiantes Extranjeros y Del Interior de La Republica de Guatemala, Ubicada En Zona 16. Universidad Rafael Landívar.

Ulrich, Karl, and Eppinger (2013)

Diseño y Desarrollo de Productos 5ed Karl t Ulrich. Issuu.

https://issuu.com/carolinae6/docs/dise_o_y_desarrollo_de_productos_5.

Uniplaces (2018)

<https://www.uniplaces.com/es/accommodation/madrid>.

Velázquez Velázquez, Elizabeth (2012)

Canales de Distribución y Logística. México: Red Tercer Milenio.

Vicente, Ana (2015)

Cuadernos Económicos. Información Comercial Española (ICE) Número 90: “La Vivienda Tras La Crisis Financiera Global: Nueva Visión, Viejos Problemas.”

<http://ebookcentral.proquest.com/lib/bvunitecvirtual-ebooks/detail.action?docID=450754>.

Wride, Nick (2017)

El Mercado de Residencias Universitarias En España: 5.

Zambrano Farías, Jéssica Cristina (2009)

Proyecto de Creación de Una Residencia Universitaria Para Los Estudiantes de La ESPOL. Escuela Superior Politécnica del Litoral.

Zapata, David (2017)

Colonias Comunidades Estudiantiles. La Prensa.

http://www.laprensa.hn/honduras/1076269-410/colonias-comunidades-estudiantiles-unah_vs-apartamentos.

ANEXOS

1 DOCUMENTOS ESTUDIO DE MERCADO

1.1 ENCUESTA



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

Tenga usted buen día, somos estudiantes de la Universidad Tecnológica Centroamérica UNITEC – ubicada en San Pedro Sula, y se ha tenido a bien realizar una investigación sobre renta de apartamentos para estudiantes universitarios en S.P.S, para lo cual solicito de su colaboración, respondiendo el presente cuestionario con la opción que considere la más conveniente. De antemano le agradecemos su tiempo.

Edad: Sexo: Masculino Femenino Lugar de procedencia: _____

1. ¿Renta usted casa o apartamento actualmente?

Si No

***Si la respuesta es "NO" pasar a la pregunta 3**

2. ¿Qué tan satisfecho se siente con el lugar que renta actualmente? Elija una opción

Muy satisfecho	<input type="checkbox"/>
Satisfecho	<input type="checkbox"/>
Neutral	<input type="checkbox"/>
Insatisfecho	<input type="checkbox"/>
Muy insatisfecho	<input type="checkbox"/>

3. ¿Estaría dispuesto en rentar un apartamento?

Si No

***Si la respuesta es "NO" se termina la encuesta.**

4. Adicional al dormitorio, ¿Qué otra área le gustaría que tuviera el apartamento? Elija en orden de importancia para Ud. Considerando una escala del 1-4 siendo 1 el más importante

Baño privado	<input type="text"/>	Cocineta	<input type="text"/>
Sala	<input type="text"/>	Otros	<input type="text"/>

5. Según sus necesidades, ¿Con cuántas habitaciones prefiere el apartamento?

Una habitación	<input type="text"/>	Dos habitaciones	<input type="text"/>
-----------------------	----------------------	-------------------------	----------------------

6. ¿Con qué tipo de servicios le gustaría que contara el apartamento? Escoja en orden de importancia para Ud. Considerando una escala del 1-6 siendo 1 el más importante

Seguridad privada	<input type="text"/>	Aire acondicionado	<input type="text"/>
Estacionamiento	<input type="text"/>	Área de lavandería	<input type="text"/>
Cable e internet	<input type="text"/>	Otros	<input type="text"/>

7. ¿Preferiría que los servicios adicionales de su apartamento fueran incluidos en el precio total de renta?

Si	<input type="text"/>	No	<input type="text"/>
-----------	----------------------	-----------	----------------------

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el apartamento?
Escoja solo un rango

L. 3,500 a L. 5,000	<input type="text"/>	L. 8,001 a L. 10,000	<input type="text"/>
L. 5,001 a L. 8,000	<input type="text"/>	Mas de L. 10,001	<input type="text"/>

9. ¿Qué criterios influyen para la elección del apartamento para renta? Enumere en orden de prioridad del 1 al 5. siendo 1 el más importante para Ud.

Precio	<input type="text"/>
Comodidad y seguridad	<input type="text"/>
Cercanía a la universidad	<input type="text"/>
Acceso a comercio y alimentación	<input type="text"/>

Otros

10. ¿Cómo le gustaría informarse sobre lugares disponibles para renta? Solo escoja el más importante para Ud.

Correo electrónico

Redes sociales

Radio y televisión

Periódicos y revistas

2 DOCUMENTOS ESTUDIO TÉCNICO

2.1 TERRENO





2.2 LOGO DE LA EMPRESA



2.3 DISEÑO DEL EDIFICIO







2.4 REGLAMENTO DE USO DEL EDIFICIO

Artículo 1.	Todas las áreas de exterior en la planta baja son para disfrute y esparcimiento de los propietarios, arrendatarios y visitantes autorizados.
Artículo 2.	En las áreas comunes, no se permiten juegos de fútbol, pelotas, patines, patinetas, bicicletas, o cualquier otro similar que pueda dañar los jardines, romper los vidrios, dañar puertas, ventanas, destruir las lámparas del alumbrado eléctrico o cualquier otro daño.

Artículo 3.	No está permitida la presencia de animales en las áreas de lavandería, sala de estudios, área de barbacoa, en los pasillos en el interior del edificio, jardines, y estacionamiento.
Artículo 4.	Los pasillos y escaleras del edificio son de uso común y no se permite almacenar en ellos ningún tipo de objetos, ni enchufar artefactos eléctricos o extensiones en los tomacorrientes que se encuentran en los mismos.
Artículo 5.	El servicio de lavandería estará disponible en horario de lunes a viernes de 8:00 am a 5:00 pm, cerrando a las 12:00 m y abriendo a la 1:00 pm. Y sábados de 7:00 am a 12:00 m, y es de exclusividad para los inquilinos del edificio.
Artículo 6.	La sala de estudio tendrá un horario de lunes a domingo de 8:00 am a 11:00 am y de 2:00 pm a 7:00 pm, solo se permitirá residentes del edificio u otra persona previamente autorizado por el administrador de la propiedad.
Artículo 7.	El área social o de barbacoa pasará disponible todos los días, sin embargo, solo los sábados y domingos en horario de 4:00 pm a 7:00 pm se pondrán a realizar actividades recreativas por parte de los inquilinos en dicha zona, y deberá ser notificado al administrador de la propiedad con anticipación de 3 días, para verificar la disponibilidad del área.

3 DOCUMENTOS ESTUDIO FINANCIERO

3.1 COSTOS MOBILIARIO Y EQUIPO

Mobiliario y Equipo del Servicio de Lavandería

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Escritorio	1	L 1,942.66	L 1,942.66
Silla	1	L 542.39	L 542.39
Lavadora	3	L 13,800.00	L 41,400.00
Secadora	3	L 12,800.00	L 38,400.00
Repisas	2	L 600.00	L 1,200.00
TOTAL			L 83,485.05

Mobiliario y Equipo de Área Social

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Juego de sala	1	L 10,725.00	L 10,725.00
Televisor 32"	1	L 3,990.00	L 3,990.00
Total			L 14,715.00

Mobiliario y Equipo de Área de Estudio

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Mesa redonda	1	L 3,623.40	L 3,623.40
Sillas	10	L 542.39	L 5,423.90
Proyector de pantalla (DataShow)	1	L 11,149.00	L 11,149.00
Pantalla para proyector	1	L 3,239.10	L 3,239.10
Pizarra acrílica	1	L 947.20	L 947.20
Aire Acondicionado 24,000 BTU	1	L 17,800.00	L 17,800.00
Total			L 42,182.60

Total Mobiliario y Equipo L140,382.65

3.2 GASTOS OPERATIVOS

Gastos de organización (en lempiras)

Concepto	Costo	Total
Aspectos legales		143,628.50
Escritura Pública de Constitución	136,950.00	
Inscripción en el Registro Mercantil	6,678.50	
Registro Tributario Nacional	0.00	
Licencias y registros		23,800.00
Registro en la Cámara de Comercio	22,650.00	
Permiso de Operación del Negocio	850.00	
Autorización de Libros Contables	300.00	
Total		167,428.50

Escritura Pública de Constitución

Concepto	Costo
Honorarios (3% s/capital social)	133,200.00
Timbres	3,500.00
Papel	250.00
Total	136,950.00

Inscripción en el Registro Mercantil

Concepto	Costo
1000	20.00
4,439.00	6,658.50
Total	6,678.50

Registro en la Cámara de Comercio

Rangos	Costo
De 0.01 a 50,000.00	L 600.00
De 50,000.01 a 100,000.00	L 700.00
De 100,000.01 a 300,000.00	L 850.00
De 300,000.01 a 600,000.00	L 1,500.00
De 600,000.01 a 1,000,000.00	L 2,500.00
De 1,000,000.01 a 3,000,000.00	L 4,000.00
De 3,000,000.01 a 6,000,000.00	L 5,500.00
De 6,000,000.01 en adelante	L 7,000.00
Total	L 22,650.00

Permiso de Operación del Negocio

Rango de ingresos (Lps)	Tasa anual de permisos de operación (Lps)
Hasta 100,000.00	100
De 100,000.01 a 300,000.00	250
De 300,000.01 a 600,000.00	375
De 600,000.01 a 1,000,000.00	500
De 1,000,000.01 a 2,000,000.00	600
De 2,000,000.01 a 5,000,000.00	850
De 5,000,000.01 a 10,000,000.00	1,100.00
De 10,000,000.01 a 15,000,000.00	1,300.00
De 15,000,000.01 a 20,000,000.00	1,500.00
De 20,000,000.01 a 30,000,000.00	1,700.00
De 30,000,000.01 a 40,000,000.00	2,000.00
De 40,000,000.01 a 60,000,000.00	2,200.00
De 60,000,000.01 en adelante	2,500.00

Autorización de Libros Contables

3 libros con 20 páginas cada uno por L5.00	L 300.00
--	----------

Gastos de investigación

Concepto	Monto
Alimentación	L 4,500.00
Transporte	L 2,000.00
Planos y presupuesto	L 7,000.00
Logos de empresa y proyecto	L 2,000.00
Papelería e impresión	L 2,900.00
Total	L 18,400.00

Insumos del servicio de lavandería

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Detergente (25,401.2 g)	1	L 970.00	L 970.00
Suavisante (3,785.41 ml)	1	L 150.00	L 150.00
Total			L 1,120.00

Gasto de Agua

Concepto	*Consumo mensual M3	**Precio M3	TOTAL
Lavandería	12	L 26.72	L 320.68
Total			L 320.68

*Según Inst. Costarricense de Acuaeducto y Alcantarillado

**Según Aguas de San Pedro

Concepto	*Consumo mensual M3
Lavadoras	4
Total	4

*Según Inst. Costarricense de Acuaeducto y Alcantarillado

Concepto	*Promedio mensual kWh	Precio kWh	Cantidad	Total
Televisor	32	L 3.72	1	L 119.04
Aire Acondicionado 24,000 BTU	474	L 3.72	1	L 1,763.28
Lamparas áreas comunes	3.8	L 3.72	61	L 862.30
Lavadora y secadora	42	L 3.72	6	L 937.44
Total				L 3,682.06

*Según ENEE-Honduras

Gasto Publicidad

Concepto	Frecuencia	Precio Unitario	Total
Publicidad (Diario La Prensa)	4	L700.00	L2,800.00

Total			L2,800.00
--------------	--	--	------------------

Gasto Servicio de limpieza

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Servicio de limpieza (Macdel)	1	L8,500.00	L8,500.00

Total			L8,500.00
--------------	--	--	------------------

Cuota de ingreso y mensualidad de CCIC

Categoría	Capital	Cuota de Ingreso	Mensualidad
1	L. 6,000,001 en adelante	L 12,000.00	L 3,000.00
2	L. 3,000,001 a L. 6,000,000	L 5,000.00	L 1,250.00
3	L. 600,001 a L. 3,000,000	L 2,800.00	L 700.00
4	L. 100,001 a L. 600,000	L 1,600.00	L 400.00
5	L. 5,000 a L. 100,000	L 1,400.00	L 200.00
Total		L 5,000.00	L 1,250.00

*Según CCIC

Dirección de Administración de Inquilinato

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Cuota por alquiler de apartamento	18	L 200.00	L 3,600.00

Total		L	3,600.00
--------------	--	----------	-----------------

*Según DAI-SPS

Servicio de Seguridad

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Pago por seguridad de la propiedad	1	L 2,000.00	L 2,000.00
Total			L 2,000.00

Servicios Contables

Concepto	Cantidad	Precio Unitario	Total
Servicio contable - María Luisa Rapalo	1	L 2,000.00	L 2,000.00
Total			L 2,000.00

Gasto Mantenimiento básico del edificio

Costo Pintura (total edificio)

M2 totales	1582
Metro2 x galón	20
Galones necesarios	79
Precio x galón(Lps)	300
Costo Materiales	L23,732.10

costo mano de obra de pintura

Precio mano de obra(Lps x m2)	15
Metros cuadrados edificio	1582
Costo MO	L23,732.10

TOTAL COSTO **L47,464.20**

**Segun opinion de la Ing Civil Damaris Arias, se recomienda pintar el edificio cada 4 años*

Costo Varios*

Gasto anual ** **L5,000.00**

**Varios incluye : reparación de inodoros, tuberías, grifos, aceras, ventanas.*

***Según opinión de Ing. Civil Damaris Arias.*

Gastos Operativos (en lempiras)				
Concepto	Frecuencia anual	Valor	Valor Anual	
Planilla	12	L 24,984	L	299,807
Energía Eléctrica	12	L 3,682	L	44,185
Agua Potable	12	L 321	L	3,848
Dirección Administración de Inquilinato	1	L 3,600	L	3,600
Cuota para la Cámara de Comercio	12	L 1,250	L	15,000
Cuota de Ingreso a CCIC	1	L 5,000	L	5,000
Servicio de seguridad	12	L 2,000	L	24,000
Limpieza	12	L 8,500	L	102,000
Mantenimiento edificio - Pintura	1/4	L 47,464	L	11,866
Mantenimiento edificio - Varios	1	L 5,000	L	5,000
Servicio Contable	12	L 2,000	L	24,000
Papelería	12	L 150	L	1,800
Insumos de lavandería	12	L 1,120	L	13,440
Publicidad	1	L 3,300	L	3,300
Permiso de operación	1	L 850	L	850
Impuestos municipales	1	L 55,539	L	55,539
Total			L	613,234

Gastos Operativos (en lempiras)					
Concepto	1	2	3	4	5
	2019	2020	2021	2022	2023
Planilla	L 299,807	L 321,965	L 336,143	L 352,414	L 365,592
Energía Eléctrica	L 44,185	L 45,842	L 47,561	L 49,344	L 51,195
Agua Potable	L 3,848	L 3,992	L 4,142	L 4,297	L 4,459
Dirección Administración de Inquilinato	L 3,600	L 3,735	L 3,875	L 4,020	L 4,171
Cuota para la Cámara de Comercio	L 15,000	L 15,563	L 16,146	L 16,752	L 17,380
Cuota de Ingreso a CCIC	L 5,000	L 5,188	L 5,382	L 5,584	L 5,793
Servicio de seguridad	L 24,000	L 24,900	L 25,834	L 26,803	L 27,808
Limpieza	L 102,000	L 105,825	L 109,793	L 113,911	L 118,182
Mantenimiento edificio - Pintura	L 11,866	L 12,311	L 12,773	L 13,252	L 13,749
Mantenimiento edificio - Varios	L 5,000	L 5,188	L 5,382	L 5,584	L 5,793
Servicio Contable	L 24,000	L 24,900	L 25,834	L 26,803	L 27,808
Papelería	L 1,800	L 1,868	L 1,938	L 2,010	L 2,086
Insumos de lavandería	L 13,440	L 13,944	L 14,467	L 15,009	L 15,572
Publicidad	L 3,300	L 3,424	L 3,552	L 3,685	L 3,824
Permiso de operación	L 850	L 882	L 915	L 949	L 985
Impuestos municipales	L 55,539	L 55,950	L 56,377	L 56,820	L 57,280
Total	L 613,234	L 645,475	L 670,113	L 697,237	L 721,675

Gastos Operativos (en lempiras)		6		7		8		9		10	
Concepto		2024		2025		2026		2027		2028	
Planilla	L	379,264	L	393,448	L	408,165	L	423,433	L	439,274	
Energía Eléctrica	L	53,114	L	55,106	L	57,173	L	59,317	L	61,541	
Agua Potable	L	4,626	L	4,799	L	4,979	L	5,166	L	5,360	
Dirección Administración de Inquilinato	L	4,328	L	4,490	L	4,658	L	4,833	L	5,014	
Cuota para la Cámara de Comercio	L	18,031	L	18,708	L	19,409	L	20,137	L	20,892	
Cuota de Ingreso a CCIC	L	6,010	L	6,236	L	6,470	L	6,712	L	6,964	
Servicio de seguridad	L	28,850	L	29,932	L	31,055	L	32,219	L	33,428	
Limpieza	L	122,614	L	127,212	L	131,983	L	136,932	L	142,067	
Mantenimiento edificio - Pintura	L	14,264	L	14,799	L	15,354	L	15,930	L	16,527	
Mantenimiento edificio - Varios	L	6,010	L	6,236	L	6,470	L	6,712	L	6,964	
Servicio Contable	L	28,850	L	29,932	L	31,055	L	32,219	L	33,428	
Papelería	L	2,164	L	2,245	L	2,329	L	2,416	L	2,507	
Insumos de lavandería	L	16,156	L	16,762	L	17,391	L	18,043	L	18,719	
Publicidad	L	3,967	L	4,116	L	4,270	L	4,430	L	4,596	
Permiso de operación	L	1,022	L	1,060	L	1,100	L	1,141	L	1,184	
Impuestos municipales	L	57,756	L	58,251	L	58,764	L	59,296	L	59,849	
Total	L	747,028	L	773,333	L	800,624	L	828,938	L	858,314	

Gastos Operativos (en lempiras)		11		12		13		14		15	
Concepto		2029		2030		2031		2032		2033	
Planilla	L	455,709	L	472,761	L	490,451	L	508,805	L	527,848	
Energía Eléctrica	L	63,849	L	66,243	L	68,727	L	71,305	L	73,978	
Agua Potable	L	5,561	L	5,769	L	5,986	L	6,210	L	6,443	
Dirección Administración de Inquilinato	L	5,202	L	5,397	L	5,600	L	5,810	L	6,027	
Cuota para la Cámara de Comercio	L	21,676	L	22,488	L	23,332	L	24,207	L	25,115	
Cuota de Ingreso a CCIC	L	7,225	L	7,496	L	7,777	L	8,069	L	8,372	
Servicio de seguridad	L	34,681	L	35,982	L	37,331	L	38,731	L	40,183	
Limpieza	L	147,394	L	152,922	L	158,656	L	164,606	L	170,779	
Mantenimiento edificio - Pintura	L	17,147	L	17,790	L	18,457	L	19,149	L	19,867	
Mantenimiento edificio - Varios	L	7,225	L	7,496	L	7,777	L	8,069	L	8,372	
Servicio Contable	L	34,681	L	35,982	L	37,331	L	38,731	L	40,183	
Papelería	L	2,601	L	2,699	L	2,800	L	2,905	L	3,014	
Insumos de lavandería	L	19,421	L	20,150	L	20,905	L	21,689	L	22,503	
Publicidad	L	4,769	L	4,947	L	5,133	L	5,325	L	5,525	
Permiso de operación	L	1,228	L	1,274	L	1,322	L	1,372	L	1,423	
Impuestos municipales	L	60,422	L	61,016	L	61,633	L	62,273	L	62,937	
Total	L	888,792	L	920,412	L	953,219	L	987,255	L	1,022,568	

Concepto / Año	2019	2020	2021	2022	2023
Cargo	Administrador de la propiedad				
Sueldo Mensual	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49	L 12,745.15
Sueldo Anual	L 132,000.00	L 136,950.00	L142,085.63	L147,413.84	L152,941.85
13vo mes	L 5,500.00	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49
14vo mes	L 11,000.00	L 11,412.50	L 11,840.47	L 12,284.49	L 12,745.15
vacaciones	L 3,666.67	L 4,565.00	L 5,920.23	L 8,189.66	L 8,496.77
Prestaciones	L 12,833.33	L 13,314.58	L 13,813.88	L 14,331.90	L 14,869.35
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 165.00	L 171.19	L 177.61	L 184.27	L 191.18
Total Anual	L 165,669.00	L 177,917.27	L185,754.32	L194,748.62	L202,032.79
Total Mensual	L 13,805.75	L 14,826.44	L 15,479.53	L 16,229.05	L 16,836.07

Concepto / Año	2024	2025	2026	2027	2028
Cargo					
Sueldo Mensual	L 13,223.10	L 13,718.96	L 14,233.43	L 14,767.18	L 15,320.95
Sueldo Anual	L 158,677.17	L164,627.57	L170,801.10	L177,206.14	L183,851.37
13vo mes	L 12,745.15	L 13,223.10	L 13,718.96	L 14,233.43	L 14,767.18
14vo mes	L 13,223.10	L 13,718.96	L 14,233.43	L 14,767.18	L 15,320.95
vacaciones	L 8,815.40	L 9,145.98	L 9,488.95	L 9,844.79	L 10,213.97
Prestaciones	L 15,426.95	L 16,005.46	L 16,605.66	L 17,228.38	L 17,874.44
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 198.35	L 205.78	L 213.50	L 221.51	L 229.81
Total Anual	L 209,590.12	L217,430.85	L225,565.61	L234,005.42	L242,761.72
Total Mensual	L 17,465.84	L 18,119.24	L 18,797.13	L 19,500.45	L 20,230.14

Concepto / Año	2029	2030	2031	2032	2033
Cargo					
Sueldo Mensual	L 15,895.48	L 16,491.56	L 17,110.00	L 17,751.62	L 18,417.31
Sueldo Anual	L190,745.80	L197,898.77	L205,319.97	L213,019.47	L221,007.70
13vo mes	L 15,320.95	L 15,895.48	L 16,491.56	L 17,110.00	L 17,751.62
14vo mes	L 15,895.48	L 16,491.56	L 17,110.00	L 17,751.62	L 18,417.31
vacaciones	L 10,596.99	L 10,994.38	L 11,406.67	L 11,834.42	L 12,278.21
Prestaciones	L 18,544.73	L 19,240.16	L 19,961.66	L 20,710.23	L 21,486.86
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 238.43	L 247.37	L 256.65	L 266.27	L 276.26
Total Anual	L251,846.38	L261,271.72	L271,050.51	L281,196.01	L291,721.96
Total Mensual	L 20,987.20	L 21,772.64	L 22,587.54	L 23,433.00	L 24,310.16

Concepto / Año	2019	2020	2021	2022	2023
Cargo	Encargado de lavandería				
Sueldo Mensual	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27	L 10,311.99
Sueldo Anual	L 106,800.00	L 110,805.00	L114,960.19	L119,271.19	L123,743.86
13vo mes	L 4,450.00	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27
14vo mes	L 8,900.00	L 9,233.75	L 9,580.02	L 9,939.27	L 10,311.99
vacaciones	L 2,966.67	L 3,693.50	L 4,790.01	L 6,626.18	L 6,874.66
Prestaciones	L 10,383.33	L 10,772.71	L 11,176.68	L 11,595.81	L 12,030.65
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 133.50	L 138.51	L 143.70	L 149.09	L 154.68
Total Anual	L 134,137.50	L 144,047.46	L150,388.35	L157,665.55	L163,559.11
Total Mensual	L 11,178.13	L 12,003.96	L 12,532.36	L 13,138.80	L 13,629.93

Concepto / Año	2024	2025	2026	2027	2028
Cargo					
Sueldo Mensual	L 10,698.69	L 11,099.89	L 11,516.13	L 11,947.99	L 12,396.04
Sueldo Anual	L 128,384.26	L133,198.67	L138,193.62	L143,375.88	L148,752.48
13vo mes	L 10,311.99	L 10,698.69	L 11,099.89	L 11,516.13	L 11,947.99
14vo mes	L 10,698.69	L 11,099.89	L 11,516.13	L 11,947.99	L 12,396.04
vacaciones	L 7,132.46	L 7,399.93	L 7,677.42	L 7,965.33	L 8,264.03
Prestaciones	L 12,481.80	L 12,949.87	L 13,435.49	L 13,939.32	L 14,462.05
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 160.48	L 166.50	L 172.74	L 179.22	L 185.94
Total Anual	L 169,673.68	L176,017.54	L182,599.30	L189,427.87	L196,512.52
Total Mensual	L 14,139.47	L 14,668.13	L 15,216.61	L 15,785.66	L 16,376.04

Concepto / Año	2029	2030	2031	2032	2033
Cargo					
Sueldo Mensual	L 12,860.89	L 13,343.17	L 13,843.54	L 14,362.68	L 14,901.28
Sueldo Anual	L154,330.69	L160,118.09	L166,122.52	L172,352.12	L178,815.32
13vo mes	L 12,396.04	L 12,860.89	L 13,343.17	L 13,843.54	L 14,362.68
14vo mes	L 12,860.89	L 13,343.17	L 13,843.54	L 14,362.68	L 14,901.28
vacaciones	L 8,573.93	L 8,895.45	L 9,229.03	L 9,575.12	L 9,934.18
Prestaciones	L 15,004.37	L 15,567.04	L 16,150.80	L 16,756.46	L 17,384.82
IHSS	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00	L 504.00
RAP	L 192.91	L 200.15	L 207.65	L 215.44	L 223.52
Total Anual	L203,862.84	L211,488.79	L219,400.72	L227,609.35	L236,125.80
Total Mensual	L 16,988.57	L 17,624.07	L 18,283.39	L 18,967.45	L 19,677.15

TOTAL Beneficios	2019	2020	2021	2022	2023
Sueldo Mensual	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75	L 23,057.14
Sueldo Anual	L 238,800.00	L 247,755.00	L257,045.81	L266,685.03	L276,685.72
13vo mes	L 9,950.00	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75
14vo mes	L 19,900.00	L 20,646.25	L 21,420.48	L 22,223.75	L 23,057.14
vacaciones	L 6,633.33	L 8,258.50	L 10,710.24	L 14,815.84	L 15,371.43
Prestaciones	L 23,216.67	L 24,087.29	L 24,990.57	L 25,927.71	L 26,900.00
IHSS	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00
RAP	L 298.50	L 309.69	L 321.31	L 333.36	L 345.86
Total Anual	L 299,806.50	L 321,964.74	L336,142.66	L352,414.17	L365,591.90
Total Mensual	L 24,983.88	L 26,830.39	L 28,011.89	L 29,367.85	L 30,465.99

TOTAL Beneficios	2024	2025	2026	2027	2028
Sueldo Mensual	L 23,921.79	L 24,818.85	L 25,749.56	L 26,715.17	L 27,716.99
Sueldo Anual	L287,061.43	L297,826.24	L308,994.72	L320,582.02	L332,603.85
13vo mes	L 23,057.14	L 23,921.79	L 24,818.85	L 25,749.56	L 26,715.17
14vo mes	L 23,921.79	L 24,818.85	L 25,749.56	L 26,715.17	L 27,716.99
vacaciones	L 15,947.86	L 16,545.90	L 17,166.37	L 17,810.11	L 18,477.99
Prestaciones	L 27,908.75	L 28,955.33	L 30,041.15	L 31,167.70	L 32,336.49
IHSS	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00
RAP	L 358.83	L 372.28	L 386.24	L 400.73	L 415.75
Total Anual	L379,263.80	L393,448.39	L408,164.90	L423,433.29	L439,274.24
Total Mensual	L 31,605.32	L 32,787.37	L 34,013.74	L 35,286.11	L 36,606.19

TOTAL Beneficios	2029	2030	2031	2032	2033
Sueldo Mensual	L 28,756.37	L 29,834.74	L 30,953.54	L 32,114.30	L 33,318.59
Sueldo Anual	L345,076.49	L358,016.86	L371,442.49	L385,371.59	L399,823.02
13vo mes	L 27,716.99	L 28,756.37	L 29,834.74	L 30,953.54	L 32,114.30
14vo mes	L 28,756.37	L 29,834.74	L 30,953.54	L 32,114.30	L 33,318.59
vacaciones	L 19,170.92	L 19,889.83	L 20,635.69	L 21,409.53	L 22,212.39
Prestaciones	L 33,549.10	L 34,807.19	L 36,112.46	L 37,466.68	L 38,871.68
IHSS	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00	L 1,008.00
RAP	L 431.35	L 447.52	L 464.30	L 481.71	L 499.78
Total Anual	L455,709.22	L472,760.52	L490,451.24	L508,805.36	L527,847.76
Total Mensual	L 37,975.77	L 39,396.71	L 40,870.94	L 42,400.45	L 43,987.31

3.3 INVERSIÓN

Costo del Edificio

Concepto		Monto
Diseño de planos y presupuesto de construcción	L	60,000.00
Construcción	L	12,592,860.00
Permisos de construcción	L	118,660.50
Constitución de garantía (hipoteca)	L	133,000.00
Total	L	12,904,520.50

PRESUPUESTO EDIFICIO PARA APARTAMENTOS		
PROPIETARIO:	A & M Capital S de R.L	
FECHA:	Junio del 2018	
LICITANTE:	Arq. Orbin Alexander Arias CAH-1535	
Nº	DESCRIPCION	TOTAL
1.00	Preliminares	L 62,964.30
2.00	Excavación y relleno	L 755,571.60
3.00	Estructuras de concreto	L 2,518,572.00
4.00	Mampostería	L 1,637,071.80
5.00	Acabados	L 2,140,786.20
6.00	Tabla yeso	L 503,714.40
6.00	Ventaneria	L 1,133,357.40
7.00	Instalaciones Hidrosanitarias	L 1,385,214.60
8.00	Instalaciones Electricas	L 1,511,143.20
9.00	Instalaciones de A/C	L 125,928.60
10.00	Estructura metalica y cubierta de techo	L 629,643.00
11.00	Varios	L 157,410.75
12.00	Limpieza final	L 31,482.15
GRAN TOTAL . . .		L 12,592,860.00

Costo del Terreno

Ancho(M2)	Largo(m2)	M2	V2	L /V2	Total costo
26	30	780	1131	L 3,480.00	L 3,935,880.00

Amortización de Activos Intangibles (en lempiras)

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Gastos de Organización	30,713.70	30,713.70	30,713.70	30,713.70	30,713.70
Gastos de Investigación	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00	3,680.00
Total annual	34,393.70	34,393.70	34,393.70	34,393.70	34,393.70

Impuesto de Bienes Inmuebles

Valor Inmueble	Área Urbana	Impuesto
L 12,904,520.50	L 3.50	L 45,165.82

El pago de Bienes inmuebles no sufre cambio con los años ya que este se calcula en base al valor del inmueble.

Impuesto de Industria, Comercio y Servicio

Ventas: L 2,432,132.57

Diferencias	Desde	Hasta	Imp. Millar	Valor/Mensual
L 500,000.00	L -	L 500,000.00	L 0.30	L 150.00
L1,932,132.57	L 500,001.00	L10,000,000.00	L 0.40	L 772.85
	L 10,000,001.00	L20,000,000.00	L 0.30	L -
	L 20,000,001.00	L30,000,000.00	L 0.20	L -
	L 30,000,001.00	Adelante	L 0.15	
TOTAL				L 922.85

Impuesto Mensual	L 922.85
Impuesto Anual:	L 11,074.24

**Impuesto de Industria,
Comercio y Servicio (Lempiras)**

Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Ingreso por renta	2,432,132.57	2,523,317.04	2,617,920.16	2,716,070.10	2,817,899.83
Impuesto a pagar	11,074.24	11,511.92	11,966.02	12,437.14	12,925.92

**Impuesto de Industria,
Comercio y Servicio (Lempiras)**

Concepto	2024	2025	2026	2027	2028
Ingreso por renta	2,923,547.32	3,033,155.70	3,146,873.47	3,264,854.69	3,387,259.22
Impuesto a pagar	13,433.03	13,959.15	14,504.99	15,071.30	15,658.84

**Impuesto de Industria,
Comercio y Servicio (Lempiras)**

Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Ingreso por renta	3,514,252.89	3,646,007.75	3,782,702.30	3,924,521.75	4,071,658.23
Impuesto a pagar	16,268.41	16,900.84	17,556.97	18,237.70	18,943.96

Gastos de Constitución de Hipoteca

Concepto	Monto
Monto del préstamo solicitado	L 13,284,218
Honorarios del abogado 1% s/monto solicitado	L 132,842

3.4 CAPITAL SOCIAL

Distribución de Partes Sociales				
Nombre del socio	Nacionalidad	Capital	Porcentaje	Tipo de aportacion
Arnold Arias	Hondureño	L 1,130,000.00	25%	Efectivo
Saul Murillo	Hondureño	L 1,130,000.00	25%	Efectivo
Salvador Zelaya	Hondureño	L 1,130,000.00	25%	Efectivo
Jose Angel Arias	Hondureño	L 1,130,000.00	25%	Efectivo
Total		L 4,520,000.00	100%	

Propio	L 4,520,000.00
Prestamo	L 13,284,218.00
Total	L 17,804,217.65

3.5 INGRESOS

Tipos	2019	2020	2021	2022	2023
1 habitación					
1er nivel	L 273,600.00	L 283,857.69	L 294,499.96	L 305,541.23	L 316,996.45
2do. Nivel	L 273,600.00	L 283,857.69	L 294,499.96	L 305,541.23	L 316,996.45
3er. Nivel	L 273,600.00	L 283,857.69	L 294,499.96	L 305,541.23	L 316,996.45
2 habitaciones					
1er nivel	L 424,800.00	L 440,726.42	L 457,249.94	L 474,392.96	L 492,178.70
2do. Nivel	L 424,800.00	L 440,726.42	L 457,249.94	L 474,392.96	L 492,178.70
3er. Nivel	L 424,800.00	L 440,726.42	L 457,249.94	L 474,392.96	L 492,178.70
Total Depositos en garantia	L 2,095,200.00	L 2,173,752.34	L 2,255,249.73	L 2,339,802.58	L 2,427,525.45

Tipos	2024	2025	2026	2027	2028
1 habitación					
1er nivel	L 328,881.15	L 341,211.42	L 354,003.97	L 367,276.13	L 381,045.89
2do. Nivel	L 328,881.15	L 341,211.42	L 354,003.97	L 367,276.13	L 381,045.89
3er. Nivel	L 328,881.15	L 341,211.42	L 354,003.97	L 367,276.13	L 381,045.89
2 habitaciones					
1er nivel	L 510,631.25	L 529,775.62	L 549,637.74	L 570,244.52	L 591,623.88
2do. Nivel	L 510,631.25	L 529,775.62	L 549,637.74	L 570,244.52	L 591,623.88
3er. Nivel	L 510,631.25	L 529,775.62	L 549,637.74	L 570,244.52	L 591,623.88
Total Depositos en garantia	L 2,518,537.19	L 2,612,961.11	L 2,710,925.12	L 2,812,561.96	L 2,918,009.32

Tipos	2029	2030	2031	2032	2033
1 habitación					
1er nivel	L 395,331.90	L 410,153.51	L 425,530.81	L 441,484.63	L 458,036.58
2do. Nivel	L 395,331.90	L 410,153.51	L 425,530.81	L 441,484.63	L 458,036.58
3er. Nivel	L 395,331.90	L 410,153.51	L 425,530.81	L 441,484.63	L 458,036.58
2 habitaciones					
1er nivel	L 613,804.79	L 636,817.30	L 660,692.58	L 685,462.98	L 711,162.06
2do. Nivel	L 613,804.79	L 636,817.30	L 660,692.58	L 685,462.98	L 711,162.06
3er. Nivel	L 613,804.79	L 636,817.30	L 660,692.58	L 685,462.98	L 711,162.06
Total Depositos en garantia	L 3,027,410.08	L 3,140,912.43	L 3,258,670.17	L 3,380,842.83	L 3,507,595.94

Nivel/Tipo	2019	2020	2021	2022	2023
1 habitación					
1er nivel	L 7,600.00	L 7,884.94	L 8,180.55	L 8,487.26	L 8,805.46
2do. Nivel	L 7,600.00	L 7,884.94	L 8,180.55	L 8,487.26	L 8,805.46
3er. Nivel	L 7,600.00	L 7,884.94	L 8,180.55	L 8,487.26	L 8,805.46

2 habitaciones					
1er nivel	L 11,800.00	L 12,242.40	L 12,701.39	L 13,177.58	L 13,671.63
2do. Nivel	L 11,800.00	L 12,242.40	L 12,701.39	L 13,177.58	L 13,671.63
3er. Nivel	L 11,800.00	L 12,242.40	L 12,701.39	L 13,177.58	L 13,671.63

Nivel/Tipo	2024	2025	2026	2027	2028
1 habitación					
1er nivel	L 9,135.59	L 9,478.09	L 9,833.44	L 10,202.11	L 10,584.61
2do. Nivel	L 9,135.59	L 9,478.09	L 9,833.44	L 10,202.11	L 10,584.61
3er. Nivel	L 9,135.59	L 9,478.09	L 9,833.44	L 10,202.11	L 10,584.61

2 habitaciones					
1er nivel	L 14,184.20	L 14,715.99	L 15,267.71	L 15,840.13	L 16,434.00
2do. Nivel	L 14,184.20	L 14,715.99	L 15,267.71	L 15,840.13	L 16,434.00
3er. Nivel	L 14,184.20	L 14,715.99	L 15,267.71	L 15,840.13	L 16,434.00

Nivel/Tipo	2029	2030	2031	2032	2033
1 habitación					
1er nivel	L 10,981.44	L 11,393.15	L 11,820.30	L 12,263.46	L 12,723.24
2do. Nivel	L 10,981.44	L 11,393.15	L 11,820.30	L 12,263.46	L 12,723.24
3er. Nivel	L 10,981.44	L 11,393.15	L 11,820.30	L 12,263.46	L 12,723.24

2 habitaciones					
1er nivel	L 17,050.13	L 17,689.37	L 18,352.57	L 19,040.64	L 19,754.50
2do. Nivel	L 17,050.13	L 17,689.37	L 18,352.57	L 19,040.64	L 19,754.50
3er. Nivel	L 17,050.13	L 17,689.37	L 18,352.57	L 19,040.64	L 19,754.50

Periodos Tipos	1		2		3		4		5	
	2019		2020		2021		2022		2023	
1 habitación										
1er nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
2do. Nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
3er. Nivel	L	273,600.00	L	283,857.69	L	294,499.96	L	305,541.23	L	316,996.45
2 habitaciones										
1er nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
2do. Nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
3er. Nivel	L	424,800.00	L	440,726.42	L	457,249.94	L	474,392.96	L	492,178.70
Total ingresos brutos	L	2,095,200.00	L	2,173,752.34	L	2,255,249.73	L	2,339,802.58	L	2,427,525.45
(-)Tasa de desocupación (6%)	L	125,712.00	L	130,425.14	L	135,314.98	L	140,388.15	L	145,651.53
Ingresos de operación		L 1,969,488.00		L 2,043,327.20		L2,119,934.74		L 2,199,414.42		L 2,281,873.92
Ingresos por lavandería (otros ingresos)	L	292,377.60	L	303,341.76	L	314,717.08	L	326,518.97	L	338,763.43
Ingresos por alquiler de bodegas (otros ingresos)	L	24,339.02	L	25,251.73	L	26,198.67	L	27,181.12	L	28,200.41
Total ingresos		L 2,286,204.62		L 2,371,920.69		L2,460,850.49		L 2,553,114.51		L 2,648,837.76
Periodos Tipos	6		7		8		9		10	
	2024		2025		2026		2027		2028	
1 habitación										
1er nivel	L	328,881.15	L	341,211.42	L	354,003.97	L	367,276.13	L	381,045.89
2do. Nivel	L	328,881.15	L	341,211.42	L	354,003.97	L	367,276.13	L	381,045.89
3er. Nivel	L	328,881.15	L	341,211.42	L	354,003.97	L	367,276.13	L	381,045.89
2 habitaciones										
1er nivel	L	510,631.25	L	529,775.62	L	549,637.74	L	570,244.52	L	591,623.88
2do. Nivel	L	510,631.25	L	529,775.62	L	549,637.74	L	570,244.52	L	591,623.88
3er. Nivel	L	510,631.25	L	529,775.62	L	549,637.74	L	570,244.52	L	591,623.88
Total ingresos brutos	L	2,518,537.19	L	2,612,961.11	L	2,710,925.12	L	2,812,561.96	L	2,918,009.32
(-)Tasa de desocupación (6%)	L	151,112.23	L	156,777.67	L	162,655.51	L	168,753.72	L	175,080.56
Ingresos de operación		L2,367,424.96		L2,456,183.44		L2,548,269.61		L2,643,808.24		L2,742,928.76
Ingresos por lavandería (otros ingresos)	L	351,467.06	L	364,647.07	L	378,321.34	L	392,508.39	L	407,227.45
Ingresos por alquiler de bodegas (otros ingresos)	L	29,257.93	L	30,355.10	L	31,493.42	L	32,674.42	L	33,899.71
Total ingresos		L2,748,149.94		L2,851,185.61		L2,958,084.37		L3,068,991.05		L3,184,055.93

Periodos Tipos	11		12		13		14		15	
	2029		2030		2031		2032		2033	
1 habitación										
1er nivel	L	395,331.90	L	410,153.51	L	425,530.81	L	441,484.63	L	458,036.58
2do. Nivel	L	395,331.90	L	410,153.51	L	425,530.81	L	441,484.63	L	458,036.58
3er. Nivel	L	395,331.90	L	410,153.51	L	425,530.81	L	441,484.63	L	458,036.58
2 habitaciones										
1er nivel	L	613,804.79	L	636,817.30	L	660,692.58	L	685,462.98	L	711,162.06
2do. Nivel	L	613,804.79	L	636,817.30	L	660,692.58	L	685,462.98	L	711,162.06
3er. Nivel	L	613,804.79	L	636,817.30	L	660,692.58	L	685,462.98	L	711,162.06
Total ingresos brutos	L	3,027,410.08	L	3,140,912.43	L	3,258,670.17	L	3,380,842.83	L	3,507,595.94
(-)Tasa de desocupación (6%)	L	181,644.60	L	188,454.75	L	195,520.21	L	202,850.57	L	210,455.76
Ingresos de operación		L2,845,765.47		L2,952,457.69		L3,063,149.96		L3,177,992.26		L3,297,140.18
Ingresos por lavandería (otros ingresos)	L	422,498.48	L	438,342.17	L	454,780.00	L	471,834.25	L	489,528.04
Ingresos por alquiler de bodegas (otros ingresos)	L	35,170.95	L	36,489.86	L	37,858.23	L	39,277.91	L	40,750.83
Total ingresos		L3,303,434.90		L3,427,289.72		L3,555,788.20		L3,689,104.43		L3,827,419.06

3.6 PRÉSTAMO

Amortización de Préstamos Bancarios (expresado en lempiras)

Capital	L	13,284,218	Frecuencia
Tasa de interés		12.0%	Anual
Plazo		15	Años
Pagos al año		12	Mensual
Cuota nivelada:	L	159,432	Mensual

N.º	Desembolsos	Cuota	Intereses	Abono a capital	Saldo	Año
0	13,284,218				13,284,218	2019
1		159,433	132,842	26,591	13,257,627	
2		159,433	132,576	26,857	13,230,771	
3		159,433	132,308	27,125	13,203,645	

4		159,433	132,036	27,396	13,176,249	
5		159,433	131,762	27,670	13,148,578	
6		159,433	131,486	27,947	13,120,631	
7		159,433	131,206	28,227	13,092,405	
8		159,433	130,924	28,509	13,063,896	
9		159,433	130,639	28,794	13,035,102	
10		159,433	130,351	29,082	13,006,020	
11		159,433	130,060	29,373	12,976,647	
12		159,433	129,766	29,666	12,946,981	
13		159,433	129,470	29,963	12,917,017	
14		159,433	129,170	30,263	12,886,755	
15		159,433	128,868	30,565	12,856,189	
16		159,433	128,562	30,871	12,825,318	
17		159,433	128,253	31,180	12,794,138	
18		159,433	127,941	31,492	12,762,647	
19		159,433	127,626	31,806	12,730,840	
20		159,433	127,308	32,125	12,698,716	
21		159,433	126,987	32,446	12,666,270	
22		159,433	126,663	32,770	12,633,500	
23		159,433	126,335	33,098	12,600,402	
24		159,433	126,004	33,429	12,566,973	
25		159,433	125,670	33,763	12,533,210	
26		159,433	125,332	34,101	12,499,109	
27		159,433	124,991	34,442	12,464,667	
28		159,433	124,647	34,786	12,429,881	
29		159,433	124,299	35,134	12,394,747	
30		159,433	123,947	35,485	12,359,261	
31		159,433	123,593	35,840	12,323,421	
32		159,433	123,234	36,199	12,287,222	
33		159,433	122,872	36,561	12,250,661	
34		159,433	122,507	36,926	12,213,735	
35		159,433	122,137	37,296	12,176,440	
36		159,433	121,764	37,669	12,138,771	

2020

2021

37		159,433	121,388	38,045	12,100,726	2022
38		159,433	121,007	38,426	12,062,300	
39		159,433	120,623	38,810	12,023,490	
40		159,433	120,235	39,198	11,984,292	
41		159,433	119,843	39,590	11,944,702	
42		159,433	119,447	39,986	11,904,716	

43		159,433	119,047	40,386	11,864,330	
44		159,433	118,643	40,790	11,823,541	
45		159,433	118,235	41,198	11,782,343	
46		159,433	117,823	41,610	11,740,734	
47		159,433	117,407	42,026	11,698,708	
48		159,433	116,987	42,446	11,656,262	
49		159,433	116,563	42,870	11,613,392	2023
50		159,433	116,134	43,299	11,570,093	
51		159,433	115,701	43,732	11,526,361	
52		159,433	115,264	44,169	11,482,192	
53		159,433	114,822	44,611	11,437,581	
54		159,433	114,376	45,057	11,392,523	
55		159,433	113,925	45,508	11,347,016	
56		159,433	113,470	45,963	11,301,053	
57		159,433	113,011	46,422	11,254,630	
58		159,433	112,546	46,887	11,207,744	
59		159,433	112,077	47,356	11,160,388	
60		159,433	111,604	47,829	11,112,559	
61		159,433	111,126	48,307	11,064,252	2024
62		159,433	110,643	48,790	11,015,461	
63		159,433	110,155	49,278	10,966,183	
64		159,433	109,662	49,771	10,916,412	
65		159,433	109,164	50,269	10,866,143	
66		159,433	108,661	50,772	10,815,372	
67		159,433	108,154	51,279	10,764,093	
68		159,433	107,641	51,792	10,712,300	
69		159,433	107,123	52,310	10,659,991	
70		159,433	106,600	52,833	10,607,158	
71		159,433	106,072	53,361	10,553,796	
72		159,433	105,538	53,895	10,499,901	

73		159,433	104,999	54,434	10,445,467	2025
74		159,433	104,455	54,978	10,390,489	
75		159,433	103,905	55,528	10,334,961	
76		159,433	103,350	56,083	10,278,878	
77		159,433	102,789	56,644	10,222,233	
78		159,433	102,222	57,211	10,165,023	

79		159,433	101,650	57,783	10,107,240	
80		159,433	101,072	58,361	10,048,880	
81		159,433	100,489	58,944	9,989,935	
82		159,433	99,899	59,534	9,930,402	
83		159,433	99,304	60,129	9,870,273	
84		159,433	98,703	60,730	9,809,543	
85		159,433	98,095	61,338	9,748,205	2026
86		159,433	97,482	61,951	9,686,254	
87		159,433	96,863	62,570	9,623,684	
88		159,433	96,237	63,196	9,560,488	
89		159,433	95,605	63,828	9,496,660	
90		159,433	94,967	64,466	9,432,193	
91		159,433	94,322	65,111	9,367,082	
92		159,433	93,671	65,762	9,301,320	
93		159,433	93,013	66,420	9,234,901	
94		159,433	92,349	67,084	9,167,817	
95		159,433	91,678	67,755	9,100,062	
96		159,433	91,001	68,432	9,031,629	
97		159,433	90,316	69,117	8,962,513	2027
98		159,433	89,625	69,808	8,892,705	
99		159,433	88,927	70,506	8,822,199	
100		159,433	88,222	71,211	8,750,988	
101		159,433	87,510	71,923	8,679,065	
102		159,433	86,791	72,642	8,606,423	
103		159,433	86,064	73,369	8,533,054	
104		159,433	85,331	74,102	8,458,952	
105		159,433	84,590	74,843	8,384,108	
106		159,433	83,841	75,592	8,308,516	
107		159,433	83,085	76,348	8,232,169	
108		159,433	82,322	77,111	8,155,057	

109		159,433	81,551	77,882	8,077,175	2028
110		159,433	80,772	78,661	7,998,514	
111		159,433	79,985	79,448	7,919,066	
112		159,433	79,191	80,242	7,838,824	
113		159,433	78,388	81,045	7,757,779	

114		159,433	77,578	81,855	7,675,924									
115		159,433	76,759	82,674	7,593,250									
116		159,433	75,933	83,500	7,509,750									
117		159,433	75,097	84,335	7,425,414									
118		159,433	74,254	85,179	7,340,235									
119		159,433	73,402	86,031	7,254,205									
120		159,433	72,542	86,891	7,167,314									
121		159,433	71,673	87,760	7,079,554									
122		159,433	70,796	88,637	6,990,917									
123		159,433	69,909	89,524	6,901,393									
124		159,433	69,014	90,419	6,810,974									
125		159,433	68,110	91,323	6,719,651									
126		159,433	67,197	92,236	6,627,414									
127		159,433	66,274	93,159	6,534,256									
128		159,433	65,343	94,090	6,440,165									
129		159,433	64,402	95,031	6,345,134									
130		159,433	63,451	95,982	6,249,152									
131		159,433	62,492	96,941	6,152,211									
132		159,433	61,522	97,911	6,054,300									
133		159,433	60,543	98,890	5,955,410									
134		159,433	59,554	99,879	5,855,531									
135		159,433	58,555	100,878	5,754,654									
136		159,433	57,547	101,886	5,652,767									
137		159,433	56,528	102,905	5,549,862									
138		159,433	55,499	103,934	5,445,928									
139		159,433	54,459	104,974	5,340,954									
140		159,433	53,410	106,023	5,234,931									
141		159,433	52,349	107,084	5,127,847									
142		159,433	51,278	108,154	5,019,692									
143		159,433	50,197	109,236	4,910,456									
144		159,433	49,105	110,328	4,800,128									

145		159,433	48,001	111,432	4,688,696				
146		159,433	46,887	112,546	4,576,150				
147		159,433	45,762	113,671	4,462,479				
148		159,433	44,625	114,808	4,347,671				
149		159,433	43,477	115,956	4,231,715				

150		159,433	42,317	117,116	4,114,599	
151		159,433	41,146	118,287	3,996,312	
152		159,433	39,963	119,470	3,876,842	
153		159,433	38,768	120,665	3,756,178	
154		159,433	37,562	121,871	3,634,306	
155		159,433	36,343	123,090	3,511,216	
156		159,433	35,112	124,321	3,386,896	
157		159,433	33,869	125,564	3,261,332	2032
158		159,433	32,613	126,820	3,134,512	
159		159,433	31,345	128,088	3,006,424	
160		159,433	30,064	129,369	2,877,056	
161		159,433	28,771	130,662	2,746,393	
162		159,433	27,464	131,969	2,614,424	
163		159,433	26,144	133,289	2,481,135	
164		159,433	24,811	134,622	2,346,514	
165		159,433	23,465	135,968	2,210,546	
166		159,433	22,105	137,327	2,073,219	
167		159,433	20,732	138,701	1,934,518	
168		159,433	19,345	140,088	1,794,430	
169		159,433	17,944	141,489	1,652,941	2033
170		159,433	16,529	142,904	1,510,038	
171		159,433	15,100	144,333	1,365,705	
172		159,433	13,657	145,776	1,219,929	
173		159,433	12,199	147,234	1,072,696	
174		159,433	10,727	148,706	923,990	
175		159,433	9,240	150,193	773,797	
176		159,433	7,738	151,695	622,102	
177		159,433	6,221	153,212	468,890	
178		159,433	4,689	154,744	314,146	
179		159,433	3,141	156,291	157,854	
180		159,433	1,579	157,854	0	

3.7 ESTADOS FINANCIEROS

Tabla 43: Estado de Resultado proyectado en lempiras

Estado de resultados presupuestado (Expresado en Lempiras)

Periodo	1	2	3	4	5
Concepto	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Ingresos por alquiler apartamentos	1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Gastos operativos	987,359	1,019,599	1,044,237	1,071,362	1,095,799
Gastos totales	613,234	645,475	670,113	697,237	721,675
Depreciaciones	336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
Amortizaciones	37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Utilidad (Pérdida) Operativa	982,129	1,023,728	1,075,697	1,128,053	1,186,075
Gastos financieros	1,575,958	1,533,188	1,484,993	1,430,687	1,369,492
Otros ingresos(lavandería)	292,378	303,342	314,717	326,519	338,763
Otros ingresos(bodegas)	24,339	25,252	26,199	27,181	28,200
Utilidad (Pérdida) antes del Impuesto sobre la Renta	-277,112	-180,866	-68,380	51,066	183,547
(-) Impuesto sobre la Renta				12,767	45,887
Utilidad después de ISR	-277,112	-180,866	-68,380	38,300	137,660
(-) Gastos no deducibles					
Utilidad o perdida Neta	-277,112	-180,866	-68,380	38,300	137,660
Reserva Legal(5%)				1,915	6,883
Utilidades retenidas	-277,112	-180,866	-68,380	36,385	130,777

Periodo	6	7	8	9	10
Concepto	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	2,367,425	2,456,183	2,548,270	2,643,808	2,742,929
Ingresos por alquiler apartamentos	2,367,425	2,456,183	2,548,270	2,643,808	2,742,929
Gastos operativos	1,077,135	1,103,440	1,130,731	1,159,045	1,188,421
Gastos totales	747,028	773,333	800,624	828,938	858,314
Depreciaciones	330,107	330,107	330,107	330,107	330,107
Amortizaciones	-	-	-	-	-
Utilidad (Pérdida) Operativa	1,290,290	1,352,744	1,417,539	1,484,763	1,554,508
Gastos financieros	1,300,537	1,222,837	1,135,282	1,036,623	925,452
Otros ingresos(lavandería)	351,467	364,647	378,321	392,508	407,227
Otros ingresos(bodegas)	29,258	30,355	31,493	32,674	33,900
Utilidad (Pérdida) antes del Impuesto sobre la Renta	370,477	524,909	692,071	873,323	1,070,183
(-) Impuesto sobre la Renta	92,619	131,227	173,018	218,331	267,546
Utilidad después de ISR	277,858	393,682	519,054	654,992	802,637
(-) Gastos no deducibles					
Utilidad o perdida Neta	277,858	393,682	519,054	654,992	802,637
Reserva Legal(5%)	13,893	19,684	25,953	32,750	40,132
Utilidades retenidas	263,965	373,998	493,101	622,242	762,505

Periodo	11	12	13	14	15
Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Ingresos	2,845,765	2,952,458	3,063,150	3,177,992	3,297,140
Ingresos por alquiler apartamentos	2,845,765	2,952,458	3,063,150	3,177,992	3,297,140
Gastos operativos	1,208,175	1,239,795	1,272,602	1,306,638	1,341,951
Gastos totales	888,792	920,412	953,219	987,255	1,022,568
Depreciaciones	319,383	319,383	319,383	319,383	319,383
Amortizaciones	-	-	-	-	-
Utilidad (Pérdida) Operativa	1,637,591	1,712,662	1,790,548	1,871,354	1,955,189
Gastos financieros	800,181	659,023	499,963	320,730	118,765
Otros ingresos(lavandería)	422,498	438,342	454,780	471,834	489,528
Otros ingresos(bodegas)	35,171	36,490	37,858	39,278	40,751
Utilidad (Pérdida) antes del Impuesto sobre la Renta	1,295,079	1,528,471	1,783,224	2,061,737	2,366,703
(-) Impuesto sobre la Renta	323,770	382,118	445,806	515,434	591,676
Utilidad después de ISR	971,309	1,146,353	1,337,418	1,546,302	1,775,027
(-) Gastos no deducibles					
Utilidad o perdida Neta	971,309	1,146,353	1,337,418	1,546,302	1,775,027
Reserva Legal(5%)	48,565	57,318	66,871	77,315	88,751
Utilidades retenidas	922,744	1,089,036	1,270,547	1,468,987	1,686,276

Presupuesto de Caja Proyectado (Lempiras)						
Periodo		1	2	3	4	5
Concepto	Inicial	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos	17,804,218.00	4,381,405	4,545,673	4,716,100	4,892,917	5,076,363
Fondos propios	4,520,000.00	-	-	-	-	-
Fondos por préstamo	13,284,218.00	-	-	-	-	-
Depósitos en garantía	-	2,095,200	2,173,752	2,255,250	2,339,803	2,427,525
Ingresos por alquiler de apartamentos	-	1,969,488	2,043,327	2,119,935	2,199,414	2,281,874
Otros Ingresos	-	316,717	328,593	340,916	353,700	366,964
Servicio de lavandería	-	292,378	303,342	314,717	326,519	338,763
Alquiler de bodega	-	24,339	25,252	26,199	27,181	28,200
Egresos	17,168,973.83	4,621,630	4,732,423	4,838,558	4,950,235	5,075,162
Terreno	3,935,880.00	-	-	-	-	-
Costo de construcción de Edificios	12,904,362.68	-	-	-	-	-
Mobiliario y Equipo de Oficina	-	-	-	-	-	-
Gastos de Organización	169,948.50	-	-	-	-	-
Gastos de Investigación	18,400.00	-	-	-	-	-
Pago de salarios, IHSS, RAP	-	299,807	321,965	336,143	352,414	365,592
Energía Eléctrica	-	44,185	45,842	47,561	49,344	51,195
Agua Potable	-	3,848	3,992	4,142	4,297	4,459
Dirección Administración de Inquilinato	-	3,600	3,735	3,875	4,020	4,171
Camara de Comercio	-	15,000	15,563	16,146	16,752	17,380
Cuota de Ingreso a CCIC	-	5,000	5,188	5,382	5,584	5,793
Servicio de seguridad	-	24,000	24,900	25,834	26,803	27,808
Limpieza	-	102,000	105,825	109,793	113,911	118,182
Mantenimiento edificio - Pintura	-	11,866	12,311	12,773	13,252	13,749
Mantenimiento edificio - Varios	-	5,000	5,188	5,382	5,584	5,793
Servicio Contable	-	24,000	24,900	25,834	26,803	27,808
Papelería	-	1,800	1,868	1,938	2,010	2,086
Insumos de lavandería	-	13,440	13,944	14,467	15,009	15,572
Publicidad	-	3,300	3,424	3,552	3,685	3,824
Permiso de operación	-	850	882	915	949	985
Impuestos municipales	-	55,539	55,950	56,377	56,820	57,280
Pago de intereses	-	1,575,958	1,533,188	1,484,993	1,430,687	1,369,492
Pago al préstamo	-	337,237	380,008	428,202	482,509	543,703
Depósitos en garantía	-	2,095,200	2,173,752	2,255,250	2,339,803	2,427,525
Impuestos por pagar	-	-	-	-	-	12,767
Impuesto al Activo Neto	-	-	-	-	-	-
Tasa de seguridad	-	-	-	-	-	-
Saldo en Efectivo y sus Equivalentes	635,244.17	-240,225	-186,750	-122,458	-57,318	1,201
Saldo inicial	-	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494
Saldo al final del año	635,244.17	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695

Presupuesto de Caja Proyectado (Lempiras)					
Periodo	6	7	8	9	10
Concepto	2024	2025	2026	2027	2028
Ingresos	5,266,687	5,464,147	5,669,009	5,881,553	6,102,065
Fondos propios	-	-	-	-	-
Fondos por préstamo	-	-	-	-	-
Depósitos en garantía	2,518,537	2,612,961	2,710,925	2,812,562	2,918,009
Ingresos por alquiler de apartamentos	2,367,425	2,456,183	2,548,270	2,643,808	2,742,929
Otros Ingresos	380,725	395,002	409,815	425,183	441,127
Servicio de lavandería	351,467	364,647	378,321	392,508	407,227
Alquiler de bodega	29,258	30,355	31,493	32,674	33,900
Egresos	5,224,647	5,392,109	5,555,971	5,727,713	5,907,849
Terreno	-	-	-	-	-
Costo de construcción de Edificios	-	-	-	-	-
Mobiliario y Equipo de Oficina	-	-	-	-	-
Gastos de Organización	-	-	-	-	-
Gastos de Investigación	-	-	-	-	-
Pago de salarios, IHSS, RAP	379,264	393,448	408,165	423,433	439,274
Energía Eléctrica	53,114	55,106	57,173	59,317	61,541
Agua Potable	4,626	4,799	4,979	5,166	5,360
Dirección Administración de Inquilinato	4,328	4,490	4,658	4,833	5,014
Camara de Comercio	18,031	18,708	19,409	20,137	20,892
Cuota de Ingreso a CCIC	6,010	6,236	6,470	6,712	6,964
Servicio de seguridad	28,850	29,932	31,055	32,219	33,428
Limpieza	122,614	127,212	131,983	136,932	142,067
Mantenimiento edificio - Pintura	14,264	14,799	15,354	15,930	16,527
Mantenimiento edificio - Varios	6,010	6,236	6,470	6,712	6,964
Servicio Contable	28,850	29,932	31,055	32,219	33,428
Papelería	2,164	2,245	2,329	2,416	2,507
Insumos de lavandería	16,156	16,762	17,391	18,043	18,719
Publicidad	3,967	4,116	4,270	4,430	4,596
Permiso de operación	1,022	1,060	1,100	1,141	1,184
Impuestos municipales	57,756	58,251	58,764	59,296	59,849
Pago de intereses	1,300,537	1,222,837	1,135,282	1,036,623	925,452
Pago al préstamo	612,658	690,358	777,913	876,572	987,743
Depósitos en garantía	2,518,537	2,612,961	2,710,925	2,812,562	2,918,009
Impuestos por pagar	45,887	92,619	131,227	173,018	218,331
Impuesto al Activo Neto					
Tasa de seguridad					
Saldo en Efectivo y sus Equivalentes	42,040	72,038	113,038	153,840	194,216
Saldo inicial	29,695	71,735	143,773	256,811	410,651
Saldo al final del año	71,735	143,773	256,811	410,651	604,867

Presupuesto de Caja Proyectado (Lempiras)					
Periodo	11	12	13	14	15
Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Ingresos	6,330,845	6,568,202	6,814,458	7,069,947	7,335,015
Fondos propios	-	-	-	-	-
Fondos por préstamo	-	-	-	-	-
Depósitos en garantía	3,027,410	3,140,912	3,258,670	3,380,843	3,507,596
Ingresos por alquiler de apartamentos	2,845,765	2,952,458	3,063,150	3,177,992	3,297,140
Otros Ingresos	457,669	474,832	492,638	511,112	530,279
Servicio de lavandería	422,498	438,342	454,780	471,834	489,528
Alquiler de bodega	35,171	36,490	37,858	39,278	40,751
Egresos	6,096,943	6,298,290	6,507,202	6,727,099	6,958,793
Terreno	-	-	-	-	-
Costo de construcción de Edificios	-	-	-	-	-
Mobiliario y Equipo de Oficina	-	-	-	-	-
Gastos de Organización	-	-	-	-	-
Gastos de Investigación	-	-	-	-	-
Pago de salarios, IHSS, RAP	455,709	472,761	490,451	508,805	527,848
Energía Eléctrica	63,849	66,243	68,727	71,305	73,978
Agua Potable	5,561	5,769	5,986	6,210	6,443
Dirección Administración de Inquilinato	5,202	5,397	5,600	5,810	6,027
Camara de Comercio	21,676	22,488	23,332	24,207	25,115
Cuota de Ingreso a CCIC	7,225	7,496	7,777	8,069	8,372
Servicio de seguridad	34,681	35,982	37,331	38,731	40,183
Limpieza	147,394	152,922	158,656	164,606	170,779
Mantenimiento edificio - Pintura	17,147	17,790	18,457	19,149	19,867
Mantenimiento edificio - Varios	7,225	7,496	7,777	8,069	8,372
Servicio Contable	34,681	35,982	37,331	38,731	40,183
Papelería	2,601	2,699	2,800	2,905	3,014
Insumos de lavandería	19,421	20,150	20,905	21,689	22,503
Publicidad	4,769	4,947	5,133	5,325	5,525
Permiso de operación	1,228	1,274	1,322	1,372	1,423
Impuestos municipales	60,422	61,016	61,633	62,273	62,937
Pago de intereses	800,181	659,023	499,963	320,730	118,765
Pago al préstamo	1,113,014	1,254,172	1,413,232	1,592,466	1,794,430
Depósitos en garantía	3,027,410	3,140,912	3,258,670	3,380,843	3,507,596
Impuestos por pagar	267,546	323,770	382,118	445,806	515,434
Impuesto al Activo Neto					
Tasa de seguridad					
Saldo en Efectivo y sus Equivalentes	233,902	269,912	307,257	342,848	376,221
Saldo inicial	604,867	838,769	1,108,681	1,415,938	1,758,786
Saldo al final del año	838,769	1,108,681	1,415,938	1,758,786	2,135,007

Balance General (en lempiras)						
Periodos		1	2	3	4	5
Concepto	ESF inicial	2019	2020	2021	2022	2023
Activos						
Corrientes						
Efectivo y equivalentes de efectivo	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695
Gastos pagados por anticipado	-					
Total activos corrientes	635,244	395,019	208,270	85,812	28,494	29,695
No corrientes						
Propiedad, planta y equipo	16,980,625	16,644,171	16,307,716	15,971,262	15,634,807	15,298,352
Terrenos	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880
Edificios (neto)	12,904,363	12,584,980	12,265,597	11,946,214	11,626,831	11,307,448
Mobiliario y Equipo de Apartamentos (neto)	140,383	123,311	106,239	89,168	72,096	55,025
Intangibles	188,349	150,679	113,009	75,339	37,670	-
Gastos de organización (neto)	169,949	135,959	101,969	67,979	33,990	-
Gastos de investigación (neto)	18,400	14,720	11,040	7,360	3,680	-
Total activos no corrientes	17,168,974	16,794,850	16,420,725	16,046,601	15,672,477	15,298,352
Total activos	17,804,218	17,189,869	16,628,995	16,132,413	15,700,970	15,328,047
Pasivos						
Corrientes						
Cuentas por pagar	-					
Préstamos bancarios a corto plazo	337,237	380,008	428,202	482,509	543,703	612,658
Impuestos por pagar	-	-	-	-	12,767	45,887
Otras cuentas por pagar	-	-	-	-	-	-
Total pasivos corrientes	337,237	380,008	428,202	482,509	556,470	658,545
No corrientes						
Préstamos bancarios a largo plazo	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,656,262	11,112,559	10,499,901
Total pasivos no corrientes	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,656,262	11,112,559	10,499,901
Total pasivos	13,284,218	12,946,981	12,566,973	12,138,771	11,669,029	11,158,446
Patrimonio						
Participaciones sociales	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000
Utilidad (Pérdida) del periodo	-	-277,112	-180,866	-68,380	36,385	130,777
Utilidades (Pérdidas) Acumuladas	-	-	-277,112	-457,978	-526,358	-489,974
Reserva Legal	-	-	-	-	1,915	8,798
Total patrimonio	4,520,000	4,242,888	4,062,022	3,993,642	4,031,941	4,169,601
Total pasivo más patrimonio	17,804,218	17,189,869	16,628,995	16,132,413	15,700,970	15,328,047

Balance General (en lempiras)					
Periodos	6	7	8	9	10
Concepto	2024	2025	2026	2027	2028
Activos					
Corrientes					
Efectivo y equivalentes de efectivo	71,735	143,773	256,811	410,651	604,867
Gastos pagados por anticipado					
Total activos corrientes	71,735	143,773	256,811	410,651	604,867
No corrientes					
Propiedad, planta y equipo	14,968,245	14,638,138	14,308,031	13,977,924	13,647,817
Terrenos	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880
Edificios (neto)	10,988,065	10,668,682	10,349,299	10,029,916	9,710,533
Mobiliario y Equipo de Apartamentos (neto)	44,301	33,576	22,852	12,128	1,404
Intangibles	-	-	-	-	-
Gastos de organización (neto)	-	-	-	-	-
Gastos de investigación (neto)	-	-	-	-	-
Total activos no corrientes	14,968,245	14,638,138	14,308,031	13,977,924	13,647,817
Total activos	15,039,980	14,781,911	14,564,842	14,388,575	14,252,684
Pasivos					
Corrientes					
Cuentas por pagar					
Préstamos bancarios a corto plazo	690,358	777,913	876,572	987,743	1,113,014
Impuestos por pagar	92,619	131,227	173,018	218,331	267,546
Otras cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Total pasivos corrientes	782,978	909,140	1,049,590	1,206,074	1,380,560
No corrientes					
Préstamos bancarios a largo plazo	9,809,543	9,031,629	8,155,057	7,167,314	6,054,300
Total pasivos no corrientes	9,809,543	9,031,629	8,155,057	7,167,314	6,054,300
Total pasivos	10,592,520	9,940,770	9,204,647	8,373,388	7,434,860
Patrimonio					
Participaciones sociales	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000
Utilidad (Pérdida) del periodo	263,965	373,998	493,101	622,242	762,505
Utilidades (Pérdidas) Acumuladas	-359,197	-95,232	278,766	771,867	1,394,109
Reserva Legal	22,691	42,375	68,328	101,077	141,209
Total patrimonio	4,447,459	4,841,141	5,360,195	6,015,187	6,817,824
Total pasivo más patrimonio	15,039,980	14,781,911	14,564,842	14,388,575	14,252,684

Balance General (en lempiras)					
Periodos	11	12	13	14	15
Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Activos					
Corrientes					
Efectivo y equivalentes de efectivo	838,769	1,108,681	1,415,938	1,758,786	2,135,007
Gastos pagados por anticipado					
Total activos corrientes	838,769	1,108,681	1,415,938	1,758,786	2,135,007
No corrientes					
Propiedad, planta y equipo	13,328,434	13,009,051	12,689,668	12,370,285	12,050,902
Terrenos	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880	3,935,880
Edificios (neto)	9,391,150	9,071,767	8,752,384	8,433,001	8,113,618
Mobiliario y Equipo de Apartamentos (neto)	1,404	1,404	1,404	1,404	1,404
Intangibles	-	-	-	-	-
Gastos de organización (neto)	-	-	-	-	-
Gastos de investigación (neto)	-	-	-	-	-
Total activos no corrientes	13,328,434	13,009,051	12,689,668	12,370,285	12,050,902
Total activos	14,167,203	14,117,732	14,105,606	14,129,071	14,185,909
Pasivos					
Corrientes					
Cuentas por pagar					
Préstamos bancarios a corto plazo	1,254,172	1,413,232	1,592,466	1,794,430	-
Impuestos por pagar	323,770	382,118	445,806	515,434	591,676
Otras cuentas por pagar	-	-	-	-	-
Total pasivos corrientes	1,577,942	1,795,350	2,038,272	2,309,864	591,676
No corrientes					
Préstamos bancarios a largo plazo	4,800,128	3,386,896	1,794,430	0	0
Total pasivos no corrientes	4,800,128	3,386,896	1,794,430	0	0
Total pasivos	6,378,070	5,182,246	3,832,702	2,309,864	591,676
Patrimonio					
Participaciones sociales	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000	4,520,000
Utilidad (Pérdida) del periodo	922,744	1,089,036	1,270,547	1,468,987	1,686,276
Utilidades (Pérdidas) Acumuladas	2,156,615	3,079,358	4,168,394	5,438,941	6,907,928
Reserva Legal	189,775	247,092	313,963	391,278	480,030
Total patrimonio	7,789,133	8,935,486	10,272,904	11,819,207	13,594,234
Total pasivo más patrimonio	14,167,203	14,117,732	14,105,606	14,129,071	14,185,909

Flujo Operativo con financiamiento (Expresado en Lempiras)						
Periodos	1	2	3	4	5	
Concepto	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		(277,112)	(180,866)	(68,380)	38,300	137,660
(+) Depreciaciones		336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
(+) Amortizaciones		37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Total Efectivo Operativo		97,012	193,258	305,744	412,424	511,784
	Terreno	(3,935,880)				
	Edificios (40 años)	(12,904,363)				
	Mobiliario y equipo de lavandería	(83,485)				
	Mobiliario y equipo área social	(14,715)				
	Mobiliario y equipo área de estudio	(42,183)				
	Capital de trabajo	(635,244)				
	Inversión diferida	(188,349)				
	Préstamo	13,284,218				
	Amortizaciones de Capital		(337,237)	(380,008)	(428,202)	(482,509)
			(543,703)			
		(4,520,000)	(240,225)	(186,750)	(122,458)	(70,085)
						(31,919)
Flujo perpetuo creciente						
	Total flujos	(4,520,000)	(240,225)	(186,750)	(122,458)	(70,085)
						(31,919)

Flujo Operativo con financiamiento (Expresado en Lempiras)						
Periodos	6	7	8	9	10	
Concepto	2024	2025	2026	2027	2028	
Utilidad Neta	277,858	393,682	519,054	654,992	802,637	
(+) Depreciaciones	330,107	330,107	330,107	330,107	330,107	
(+) Amortizaciones						
Total Efectivo Operativo	607,965	723,789	849,161	985,099	1,132,744	
	Terreno					
	Edificios (40 años)					
	Mobiliario y equipo de lavandería					
	Mobiliario y equipo área social					
	Mobiliario y equipo área de estudio					
	Capital de trabajo					
	Inversión diferida					
	Préstamo					
	Amortizaciones de Capital	(612,658)	(690,358)	(777,913)	(876,572)	(987,743)
		(4,693)	33,430	71,248	108,527	145,001
Flujo perpetuo creciente						
	Total flujos	(4,693)	33,430	71,248	108,527	145,001

Flujo Operativo con financiamiento (Expresado en Lempiras)					
Periodos	11	12	13	14	15
Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Utilidad Neta	971,309	1,146,353	1,337,418	1,546,302	1,775,027
(+) Depreciaciones	319,383	319,383	319,383	319,383	319,383
(+) Amortizaciones					
Total Efectivo Operativo	1,290,692	1,465,736	1,656,801	1,865,685	2,094,410
Terreno					
Edificios (40 años)					
Mobiliario y equipo de lavandería					
Mobiliario y equipo área social					
Mobiliario y equipo área de estudio					
Capital de trabajo					
Inversión diferida					
Préstamo					
Amortizaciones de Capital	(1,113,014)	(1,254,172)	(1,413,232)	(1,592,466)	(1,794,430)
	177,678	211,564	243,568	273,220	299,980
Flujo perpetuo creciente					33,420,242
Total flujos	177,678	211,564	243,568	273,220	33,720,222

Tabla 44: Flujo de Efectivo Operativo sin Financiamiento

Flujo Operativo sin financiamiento (expresado en Lempiras)						
Periodos	1	2	3	4	5	
Concepto	Año 0	2019	2020	2021	2022	2023
Utilidad Neta		974,134	1,014,241	1,062,460	1,111,315	1,164,779
(+) Depreciaciones		336,455	336,455	336,455	336,455	336,455
(+) Amortizaciones		37,670	37,670	37,670	37,670	37,670
Total Efectivo Operativo		1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439	1,538,903
Terreno	(3,935,880)					
Edificios(40 años)	(12,904,363)					
Mobiliario y equipo de lavandería	(83,485)					
Mobiliario y equipo área social	(14,715)					
Mobiliario y equipo área de estudio	(42,183)					
Capital de trabajo	(635,244)					
Inversión diferida	(188,349)					
	(17,804,218)	1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439	1,538,903
Flujo perpetuo creciente						
Total flujos	(17,804,218)	1,348,259	1,388,365	1,436,584	1,485,439	1,538,903

Flujo Operativo sin financiamiento (expresado en Lempiras)

Periodos	6	7	8	9	10
Concepto	2024	2025	2026	2027	2028
Utilidad Neta	1,253,261	1,310,809	1,370,515	1,432,459	1,496,726
(+) Depreciaciones	330,107	330,107	330,107	330,107	330,107
(+) Amortizaciones	-00	-00	-00	-00	-00
Total Efectivo Operativo	1,583,368	1,640,916	1,700,622	1,762,567	1,826,833
Terreno					
Edificios(40 años)					
Mobiliario y equipo de lavandería					
Mobiliario y equipo área social					
Mobiliario y equipo área de estudio					
Capital de trabajo					
Inversión diferida					
	1,583,368	1,640,916	1,700,622	1,762,567	1,826,833
Flujo perpetuo creciente					
Total flujos	1,583,368	1,640,916	1,700,622	1,762,567	1,826,833

Flujo Operativo sin financiamiento (expresado en Lempiras)

Periodos	11	12	13	14	15
Concepto	2029	2030	2031	2032	2033
Utilidad Neta	1,563,402	1,632,578	1,704,347	1,778,807	1,856,058
(+) Depreciaciones	319,383	319,383	319,383	319,383	319,383
(+) Amortizaciones	-00	-00	-00	-00	-00
Total Efectivo Operativo	1,882,785	1,951,961	2,023,730	2,098,190	2,175,441
Terreno					
Edificios(40 años)					
Mobiliario y equipo de lavandería					
Mobiliario y equipo área social					
Mobiliario y equipo área de estudio					
Capital de trabajo					
Inversión diferida					
	1,882,785	1,951,961	2,023,730	2,098,190	2,175,441
Flujo perpetuo creciente					20,049,673
Total flujos	1,882,785	1,951,961	2,023,730	2,098,190	22,225,114