



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE HONDURAS

“NUESTRA SEÑORA REINA DE LA PAZ”

Campus: Jesús Sacramentado

**“ESTUDIO DE OFERTA Y DEMANDA DEL MERCADO INMOBILIARIO DE LA
CIUDAD DE SIGUATEPEQUE DE AGOSTO A OCTUBRE DEL 2023”**

PRESENTADO POR:

Tonis Ruby Hernández Díaz

Asesor Metodológico:

Dra. Ida Urtecho

Asesor Técnico:

Master Aida Echeverria

**TESIS PRESENTADA PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
MÁSTER EN CREACIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS**

24 Octubre, 2023

Siguatepeque, Comayagua, Honduras, C.A.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis principalmente a Dios, por brindarme la fuerza y sabiduría para lograr esta meta tan anhelada, a mis padres por los consejos y oraciones para seguir adelante.

A mi hermano mayor Gualberto por apoyarme y animarme a seguir adelante con la maestría, a mi esposa por motivarme y brindarme apoyo moral en esas noches que me tocaba recibir clases e investigar información, a mis hijas por alegrar cada momento de mi vida y motivarme cada vez más para ser un padre ejemplar para ellas y sentirme más comprometido con mi tesis.

Así mismo, reconozco el esfuerzo y esmero que he tenido, por no desmayar en momentos difíciles, por acoger con esmero todos los consejos de mis seres queridos, por orar siempre a Dios para que me brindara toda esa fuerza y sabiduría que tanto he necesitado.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme llegar a la meta final con salud y fuerza, por toda la sabiduría brindada para asimilar los conocimientos brindados por los catedráticos.

A la Universidad Católica de Honduras, por abrirme las puertas y brindarme ese espacio en las aulas virtuales de la maestría, a los catedráticos y a los asesores de mi tesis, por esa paciencia y esfuerzo que tuvieron conmigo para lograr adherir sus conocimientos en mí, por las correcciones, sus palabras de ánimo, por compartir esas experiencias vividas con esmero y humildad.

También agradezco a mis padres, a mis hermanos, a mi esposa, y a mis hijas, por motivarme y estar siempre a mi lado.

Así mismo agradezco a mi amigo Master Marlo Geovany Hernández Amaya por haberme sugerido y brindado la información necesaria de la apertura de esta maestría en la UNICAH campus J.S.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio se realiza en el sector inmobiliario, estableciéndose como objetivo principal analizar la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023, a través de una metodología mixta utilizando como técnica de recolección de datos la encuesta y la entrevista. Los factores evaluados son: las características de la población, preferencias de inmuebles, amenazas y oportunidades; y los servicios y productos ofertados.

En los resultados se ha encontrado que más de la mitad de la población cuenta con ingresos familiares superiores a 20,000 lempiras; las amenazas más significativas son la desconfianza de los clientes y el costo de los altos impuestos municipales, en cambio las oportunidades se centran en el crecimiento económico, el desarrollo que puede existir a nivel urbano y la posibilidad de satisfacer a un precio accesible la necesidad de una vivienda.

Se encontró que la mayoría de personas prefiere residencias con patio en circuitos cerrados, pero las ofertas se ubican en zonas de poco interés para los pobladores porque desconocen el precio y las características y debido a la informalidad dudan de la legalidad de la obtención del inmueble.

Por lo anterior, se concluye que es necesario destacar el valor agregado de las casas y brindar garantías legales del proceso de compra, además capacitar a los agentes de ventas para la comercialización del inmueble y construir viviendas de acuerdo a las preferencias de los pobladores.

Palabras clave: inmueble, oferta y demanda, oportunidades, mercado inmobiliario.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Capítulo 1. Planteamiento del Problema	14
1.1 Situación problemática	15
1.2 Preguntas de investigación.	18
1.3 Objetivos.....	19
1.3.1 General.....	19
1.3.2 Específicos.....	19
1.4 Justificación.....	19
Capítulo 2. Marco Contextual	21
2.1 Breve reseña histórica del municipio de Siguatepeque	22
2.2 Sector Inmobiliario en el municipio de Siguatepeque.....	27
2.3 Antecedente de la investigación	29
2.3.1 Antecedentes internacionales	29
2.3.2 Antecedentes regionales	33

2.3.3	Antecedentes locales.....	34
Capítulo 3.	Marco Teórico.....	37
3.1	Oferta y Demanda.....	38
3.2	Mercado.....	39
3.2.1	Mercado inmobiliario	43
3.2.2	Segmentación.....	49
3.3	Oportunidades.....	56
3.4	Amenazas.....	56
3.5	Teoría de Sustento	57
3.5.1	Teoría del crecimiento de alquileres	57
3.5.2	Teoría del ciclo de vida inmobiliario.....	58
Capítulo 4.	Método.....	60
4.1	Enfoque, alcance, diseño	61
4.1.1	Enfoque.....	61
4.1.2	Alcance	61
4.1.3	Diseño.....	62
4.2	Variables	62
4.3	Participantes.....	63
4.3.1	Población	64
4.3.2	Muestra	64

4.4	Instrumentos	67
4.5	Procedimientos	69
Capítulo 5. Análisis e interpretación de los datos obtenidos.....		¡Error! Marcador no definido.
5.1	Análisis de resultados cuantitativos.....	71
5.2	Análisis de resultados cualitativos.....	86
5.3	Análisis del mercado	87
5.3.1	Definición del mercado meta.....	87
5.3.2	Segmentación del mercado	87
5.3.3	Definición del producto	88
5.3.4	Naturaleza y usos del producto.....	89
5.3.5	Análisis de la demanda	89
5.3.6	Cuantificación de la demanda.....	90
5.3.7	Análisis de la oferta	91
5.3.8	Análisis de precios.....	94
5.3.9	Estrategia de introducción y comercialización del producto.....	95
Capítulo 6. Discusión		98
Anexos.....		110

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Modelo de mercado	42
Tabla 2 Operacionalización de variables	63
Tabla 3 Valores K	65
Tabla 4 Cuantificación de la demanda	90
Tabla 5 Competencia del sector inmobiliario en Siguatepeque	93
Tabla 6 Precios en el mercado inmobiliario de Siguatepeque	94
Tabla 7 Análisis FODA	96

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Procesos del ciclo inmobiliario.....	49
Figura 2 Edad	71
Figura 3 Tipo de vivienda en que reside	72
Figura 4 Ingreso familiar mensual	73
Figura 5 Tipo de empleo.....	74
Figura 6 Estado civil	75
Figura 7 Forma de pago del inmueble donde reside	76
Figura 8 Área en que está interesado en ver un inmueble.....	77
Figura 9 Tipo de propiedad que le gustaría adquirir	78
Figura 10 Cantidad de personas que van habitar en la casa	79
Figura 11 Rango de precios que estaría dispuesto a pagar por la adquisición de un inmueble	80
Figura 12 Tipo de financiamiento que usará para la adquisición de la vivienda	81
Figura 13 Superficie útil para su vivienda	82
Figura 14 Tipo de infraestructura que prefiere en su vivienda.....	83
Figura 15 Tipo de diseño que le agrada para la fachada de la vivienda.....	84
Figura 16 Rango de cuotas que estaría dispuesto a pagar	85
Figura 17 Estrategias para mercado inmobiliario	97

SIGLAS Y ABREVIATURAS

BCH. Banco Central de Honduras.

ICF. Instituto de Conservación Forestal

IDH. Índice de Desarrollo Humano.

INE. Instituto Nacional de Estadística.

OCHA. Oficina para la Coordinación de Asuntos Humanitarios.

SUGEVAL. Superintendencia General de Valores.

UNAH. Universidad Nacional Autónoma de Honduras.

UPAC. Unidad de poder adquisitivo constante.

INTRODUCCIÓN

En los últimos años, los estudios sobre la inversión en bienes inmuebles han crecido significativamente y con dichos estudios también la importancia de este activo como instrumento de inversión. Así mismo, la sofisticación de los mercados inmobiliarios se ha acrecentado y con ello la necesidad de una mayor formación de los inversores para la toma de decisiones en el mercado inmobiliario, en este sentido, esta tesis pretende profundizar en las estrategias de inversión inmobiliaria partiendo de los instrumentos aplicados al mercado económicamente activo (PEA) de la ciudad de Siguatepeque.

Los proyectos inmobiliarios requieren de grandes montos de capital para su desarrollo y ejecución. En primer lugar, hay que identificar el segmento que se quiere atacar. Luego, hacer un estudio para determinar qué producto se les va a ofrecer y en qué zona. Teniendo lo anterior, comienza la búsqueda de terrenos o propiedades disponibles en esas zonas que cuenten con las características técnicas y normativas para la construcción.

Si todo lo anterior está resuelto se hace un estudio económico para determinar los montos necesarios para financiar el proyecto de construcción, su administración y la venta de las unidades. Los montos de cada etapa mencionada suelen ser muy altos debido a que los proyectos inmobiliarios son a largo plazo y contemplan muchas variables (Roige, 2022).

Los montos de inversión para estos proyectos son altos, también los son sus retornos. Además se consideran inversiones “seguras” ya que son bienes tangibles con buenas tasas de venta dado a que la población va en aumento. Dado lo anterior, existe una especie de exclusividad en este negocio tanto para inversionistas como para desarrolladores.

Los pequeños inversionistas no tienen acceso a estas oportunidades de inversión y los pequeños desarrolladores se enfrentan a una serie de limitantes a la hora de pedir créditos en los bancos. Además, no cuentan con una cartera de inversionistas dispuestos a poner dinero en sus proyectos.

El enfoque de este trabajo está destinado a conocer por parte de los desarrolladores inmobiliarios, las alternativas de financiamiento tradicionales con sus aspectos positivos y negativos. Por otro lado, desde la perspectiva del inversionista, se revisarán los distintos productos disponibles en el mercado para rentabilizar su capital. Finalmente se evaluará una nueva alternativa que poco a poco se introduce en el mercado financiero (Roige, 2022).

Por tal motivo, la intención en este trabajo consiste en la aportación al ejercicio de la valuación de inmuebles de un estudio para el Método de Mercado (porque este método ejerce un gran

peso en la decisión final del dictamen) que emplea un diferente enfoque en la manipulación de la base de datos obtenidos en la investigación para este fin.

En el Capítulo I se plantea el problema de manera directa, así mismo se realizan las principales preguntas generales y específicas, luego se detallan los objetivos, concluyendo con la justificación del estudio. En el capítulo II se destaca el marco contextual para detallar todos los preliminares del estudio.

En el capítulo III se describe el Marco Teórico resumiendo de manera explícita el desarrollo de la teoría. En el capítulo IV se expone el método aplicarse en el estudio describiendo los instrumentos aplicarse para levantar la información requerida en el estudio de la oferta y demanda del mercado inmobiliario.

En el capítulo V se resaltan los resultados obtenidos de los instrumentos aplicados con sus respectivas gráficas donde se detallan las necesidades de mayor importancia con mayor repunte en las mismas, así mismo se reflejan los productos, servicios ofertados y de los costos variados.

En el capítulo VI se presenta la discusión de los resultados, del estudio realizado en la zona de Siguatepeque.

Capítulo 1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 Situación problemática

A nivel de Latinoamérica de manera más específica en Colombia, se ha planteado que el mercado inmobiliario, de forma más puntual el mercado de viviendas se caracteriza por ser uno de los referentes del comportamiento de la economía nacional, la cual se encarga de evidenciar un prolongado período para su valoración esto después de la crisis de los años de 1998 a 2001, la cual se conoció como UPAC (Unidad de poder adquisitivo constante), en donde se debieron tomar medidas de emergencia económica como lo fue la refinación a 10 años (Restrepo y Solórzano, 2017).

Centroamérica se encuentra como la segunda región con la urbanización más rápida del mundo, la cual suele avanzar sin precedentes, por lo que las ciudades se han convertido en el lugar de desafíos, así como de oportunidades para la generación de empleo. Aunque las actividades realizadas por construcción y por el sector inmobiliarios suelen ser de suma importancia para el crecimiento de cada uno de los países, debido al surgimiento del COVID sufrieron disminuciones en las tasas de crecimiento por la suspensión de las actividades, el cual se deberá de recuperar poco a poco (Batista, 2021).

En Honduras el desarrollo económico avanza lentamente, sobre todo después de las crisis a las que se ha enfrentado la población alrededor de todo el territorio nacional después de la pandemia por COVID-19 y los huracanes Eta e Iota en el mismo año de 2021, los efectos de los 3 fenómenos empeoró aún más los niveles de pobreza dejando

a 7 de cada 10 personas viviendo en condiciones de pobreza, a esto se le suma el alza de los precios en la canasta básica para 2022 la cual incrementó sus costos en un 21% y las limitadas oportunidades de empleo formal donde más del 50% de los hondureños se encuentra estado de desocupación o subempleados (Asociación para una Sociedad más Justa, 2023).

De igual forma el país se enfrenta a condiciones desfavorecedoras en materia política, ambiental, social, y por supuesto, económica, que se ven reflejadas en los altos índices de desigualdad y el crimen organizado que afectan en peor medida a los grupos de minorías desfavorecidas como las personas con incapacidad física o mental, los grupos indígenas, la comunidad LGBTIG+, los menores de edad, etc. (Oficina para la Coordinación de Asuntos Humanitarios [OCHA], 2023).

Debido a las fuertes condiciones climatológicas que azotaron a el país el año pasado como las tormentas tropicales y precipitaciones que resultaron ser constantes en fuerza y duración, el sector inmobiliario resultó seriamente afectado a causa de deslizamientos e inundaciones que destruyeron parcial y totalmente una cantidad considerable de viviendas, sobre todo en la zona norte y occidentes de Honduras. Según el informe de la OCHA (2023), el área urbana es la que más amenazas presenta ya que los servicios de asistencia, sanitarios y de control de riesgos nacionales tienen un rango de ayuda insuficiente, además de la negligencia de sus operaciones.

En el espacio del departamento de Comayagua, municipio de Siguatepeque, el cual cuenta con una extensión territorial de 397.8 Km² y se localiza entre las dos ciudades más importantes del país, Tegucigalpa y San Pedro Sula, cuenta con una población estimada para el 2022 de 115,026 habitantes; una gran parte reside en el área urbana conformada por el 80.01% o bien, unos 92,035 habitantes distribuidos en 69 barrios existentes, según las cifras registradas por la Universidad Nacional Autónoma de Honduras [UNAH] (2022).

Según los últimos registros recolectados en el año 2013 por la Universidad Católica de Honduras (2017), se documentaron al menos 16,236 viviendas ocupadas en el sector urbano y 3,821 desocupadas. Una vivienda desocupada es aquella en la que no han residido personas antes ya sea porque no hay personas que las habiten o porque no cuentan con las características propicias para albergarlas (Argelich, 2014).

En el texto de Orón (2015) se describe la adquisición de una residencia como una enorme responsabilidad, tomando como la más básica las obligaciones tributarias. Así como existe una gran cantidad de bienes inmuebles que no están siendo ocupados actualmente, existen numerosas familias que los necesitan, pero no se encuentran en la capacidad económica de adquirirlos, esta disyuntiva ha venido afectando una gran cantidad de naciones hasta la actualidad.

Es justamente este hecho el que se observa en el territorio nacional, los altos índices de pobreza, desempleo y desigualdad no permiten que la población pueda asentarse en sus propias viviendas, las familias que sufren este tipo de situaciones se ven obligadas a rentar cuartos de habitación o a residir en viviendas de amigos o familia ya que no cuentan con los recursos suficientes para una propia; mientras que los grupos favorecidos adquieren terrenos y levantan edificaciones cuya renta, sobre todo en el área urbana, está por encima de las capacidades financieras de la mayor parte de la población.

1.2 Preguntas de investigación.

1.2.1. Pregunta del problema de investigación.

¿Cuál es la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023?

1.2.2. Preguntas específicas de la investigación

¿Cuál es la oferta de bienes inmuebles para la venta localizados en la ciudad de Siguatepeque?

¿Cómo es el comportamiento de la demanda de bienes inmuebles para la venta en la ciudad de Siguatepeque?

¿Cuáles son las estrategias para la comercialización en el mercado inmobiliario basado en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la ciudad de Siguatepeque?

1.3 Objetivos

1.3.1 General

Analizar la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023

1.3.2 Específicos

1. Identificar la oferta de bienes inmuebles para la venta localizados en la ciudad de Siguatepeque.
2. Conocer la demanda de bienes inmuebles para la venta en la ciudad de Siguatepeque.
3. Diseñar estrategias para la comercialización en el mercado inmobiliario basado en las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en la ciudad de Siguatepeque.

1.4 Justificación

Este estudio resulta conveniente ya que la localidad en la que será llevado a cabo, es una de las ciudades mejor desarrolladas en el país, con gran potencial de explotación económica debido a su ubicación y en una de las áreas más transitadas del territorio hondureño gracias al Aeropuerto Internacional Palmerola y la Carretera CA5, más el atractivo propio de la ciudad histórica. Debido a esto, es importante reconocer el actual movimiento del mercado inmobiliario que ofrece el municipio a la población nacional e internacional.

En cuanto a la relevancia social, se encuentran los posibles beneficios para la misma población interna a la localidad de estudio, ya que se analizan a fondo las condiciones en las que actualmente se desenvuelven y la influencia de sus acciones y pensamientos en el mercado inmobiliario, así como las circunstancias externas que controlan este sector.

De igual forma, las implicaciones prácticas se remontan a la actual problemática de viviendas disponibles en contraste con la incapacidad de la población para financiarlas. Al existir una diversa cantidad de información referente a este tipo de problemáticas, será posible analizarla desde varias perspectivas y percibir nuevas medidas para solventar esta situación.

El valor teórico del estudio se verá reflejado mediante una extensa y detallada recolección de datos por parte de especialistas que han observado fenómenos similares bajo diferentes condiciones y sus efectos, por lo que teorías y conceptos serán recolectados y estructurados en un propio capítulo para lograr una mejor comprensión de los temas tratados y más tarde aplicar los nuevos conocimientos adquiridos en la resolución de este problema de investigación en particular.

La utilidad metodológica está compuesta por la identificación de variables con sus respectivas dimensiones e indicadores.

Capítulo 2. MARCO CONTEXTUAL

2.1 Breve Reseña Histórica del Municipio de Siguatepeque

El municipio de Siguatepeque fue fundado en 1689; en el recuento de población del año de 1971, su cabecera era Curato, el 14 de abril de 1981 se le dio la categoría de municipio bajo el nombre de San José de Siguatepeque. El título de ciudad se le dio el 9 de abril de 1926 con el nombre de Siguatepeque. El distrito local de Siguatepeque fue creado el 12 de noviembre de 1940, en el año 1957 se le devuelve la autonomía municipal, su nombre significa “En el cerro de la mujer”. Tiene una extensión territorial aproximada de 397 km² (Instituto Nacional de Estadística (INE), 2019).

Siguatepeque es un municipio ubicado en la meseta central de Honduras, en el departamento de Comayagua, con una distancia conveniente entre las ciudades de Tegucigalpa a 114 km y San Pedro Sula a 139 km, esta región está enfocada en el desarrollo donde día a día se observa un crecimiento con acciones y actividades económicas y sociales generando un crecimiento sostenido, cuenta con 29 aldeas y su cabecera municipal es Siguatepeque. Sus límites geográficos son (Arias, 2017):

1. **Al norte.** Con los municipios de Meámbar y Taulabé, los dos en el departamento de Comayagua.
2. **Al sur.** Municipios de Comayagua y Jesús de Otoro, Intibucá.
3. **Al este.** Municipio de El Rosario, Comayagua.
4. **Al oeste.** Con los municipios de San José de Comayagua, Taulabé y Jesús de Otoro, Intibucá.

La ciudad de Siguatepeque está ubicada en la región central del país, su altiplanicie tiene una altitud que oscila en 800 msnm a 1400 msnm aproximadamente, se caracteriza por ser una zona de vida de bosque húmedo subtropical montano bajo, su temperatura anual es alrededor de 21.1 °C. su topografía se considera relativamente plana, con una elevación sobre el nivel del mar entre 1,000 y 1,100 msnm. De manera hidrográfica este municipio se encuentra dentro de la cuenca del río Ulúa, compuesta de la siguiente forma: Río Selguapa, Maragua, Calán, Temechín, Puran, Uluíta, Chamalucuará, Tamalito, Turque y río Simbra (Lezama, 2017).

Carías (2020) expresa que basado en los resultados del censo de 2013, la población de Siguatepeque está asentada en 68 barrios y colonias del casco urbano, 29 aldeas y 72 caseríos del sector rural, estos se dedican principalmente al comercio, cafcultura, agricultura y en una escala menos a la industria. Por otro lado, Siguatepeque tiene una densidad de 277 personas por km², siendo más concentrada en la zona urbana y de grados diferentes en la zona rural, en media y baja. Esta población muestra un índice de masculinidad alto donde el 51% son hombres en la zona rural, de 47 hombres por cada 100 habitantes, hay 53 mujeres.

La principal actividad económica de Siguatepeque son los granos básicos, cacao, papa, cardamomo, hortalizas, berenjena, zapallo, Zapallo, y Chivero; crianza de ganado equino, ovino, porcino, bovino, caprino; cunicultura y avicultura. Desde el ámbito

demográfico se resalta el crecimiento poblacional de este municipio, siendo registrado en los diferentes cortes de censos poblacionales. Con base a las proyecciones del INE del 2021 se dio una estimación de la población total de Siguatepeque ascendiendo a los 11,2632 habitantes (Gobernación, Justicia y Descentralización, 2022).

Según El Instituto de Conservación Forestal (ICF) (2021) en el área de jurisdicción de la oficina de Siguatepeque se encuentra el área protegida PANACAM, esta es un área que tiene potencial para la conservación de la biodiversidad de igual manera proporciona agua para el consumo a más de 70 comunidades siendo uno de los principales abastecedores de las represas del Cañaveral y El Cajón, siendo éstas productoras principales de energía eléctrica. En esta área protegida se identifican:

1. Flora endémica. Arbusto endémico, orquídea endémica de Mesoamérica, árbol en condición vulnerable, árbol en estado crítico.
2. Fauna. Mamíferos, anfibios, encontrándose algunas en la lista roja de especies amenazadas.
3. Aves. Se observa el tucán pico de navaja, el colibrí chupaflor morado y el vencejo.

De acuerdo con la UNAH (2022), en seguimiento del comportamiento demográfico que se estableció en el censo de 2013 para 2022, se ha proyectado que en Siguatepeque

existan al menos 31,320 viviendas de las cuales 25,251 están ocupadas. El nivel de hacinamiento se calcula que está en 3.67 personas habitando en cada vivienda; aunque si se toma solo en cuenta las viviendas ocupadas, se refleja que habitan al menos 4.56 personas por vivienda. Estas viviendas se clasifican en:

1. **Vivienda Urbana.** Estas viviendas están distribuidas en los barrios y colonias, clasificándose en viviendas ocupadas, viviendas desocupadas, viviendas colectivas, hogares, población y hacinamiento.
2. **Vivienda rural.** No se cuenta con datos específicos con relación al déficit de vivienda, pero se puede mejorar que de acuerdo con proyecciones en la zona rural se reportan 10,518 viviendas. Proponiendo esto un nivel de hacinamiento de 4.56 personas por vivienda.

Por otro lado, Cruz (2021) expresa que en Siguatepeque el turismo es uno de los sectores más favorables caracterizándose por ser uno de los lugares más atractivos para lo que son eventos de bodas, conferencias, eventos gubernamentales y turísticos, atrayendo bastantes personas, generando inversiones a corto y largo plazo, desarrollo de empresas locales y con todo esto la generación de empleos. Este municipio se ha mantenido a flote por sus mismos habitantes, surgiendo proyectos en casa, emprendimientos locales, teniendo un equilibrio en lo que es el sistema económico.

De acuerdo con la clasificación del Índice de Desarrollo Humano (IDH) del año 2022, el municipio de Siguatepeque muestra un nivel medio de desarrollo humano. En comparación con el IDH departamental de Comayagua que es de 0.628 y el índice nacional fue de 0.634. Los indicadores relevantes que se identificaron en el IDH son (UNAH, 2022):

1. El componente de la esperanza por una vida más longeva se corrobora mejores condiciones de nutrición y salud entre la población de Siguatepeque ya que para el año 2009 este indicador reflejó un 73.37 años y para el 2022 fue de 75.8 años.
2. En el componente de educación los años esperados de escolaridad para el 2022 fue de 54.9. La tasa de matrícula bruta del municipio es de 68.6 con una tasa de deserción de 7.4. Se resalta que el 87.9% de los centros educativos cuentan con electricidad, el 26% con saneamiento básico y un 73.5% cuentan con agua potable.
3. En el cálculo de la pobreza por medio del Índice de Necesidades Básicas Insatisfechas, se ponderó que el 52% de la población de Siguatepeque reporta unas tres necesidades latentes.
4. En el sector de la salud, los datos notables son desde el 2010 hasta el 2019 reportándose 3,946 partos adolescentes.
5. En el ámbito de seguridad ciudadana en este municipio el IDH estableció que del 2014 al 2019 se señalaron 2790 homicidios, 898 denuncias de violencia doméstica e intrafamiliar y 1,835 denuncias de robo.

Para el año 2018 según la red integrada de salud de Siguatepeque atendía a más de 160 mil habitantes y funcionaba como un modelo descentralizado. Para esta red integrada de salud se identificó un terreno para realizar la construcción del policlínico. Se contó con 21 planes de inversión de los Gobiernos locales para el desarrollo en el área de salud, estas negociaciones se complican debido a que las autoridades locales en algunas ocasiones no entienden cuál es enfoque del modelo de salud (Canales et al., 2018).

Carías (2020) manifiesta que algunos de los factores que aquejan a la sociedad de Siguatepeque son los siguientes:

1. Una baja cualificación en la población haciendo referencia a la capacitación para el desempeño de las actividades especialmente profesionales.
2. Los servicios de salud tienen una baja cobertura, y sus principales enfermedades son gastrointestinales y respiratorias.
3. No se da un análisis de oferta y demanda de la fuerza de trabajo, para poder permitir la identificación de áreas de la formación a la población especialmente joven para formarse y mejorar la calidad de los recursos humanos.

2.2 Sector Inmobiliario en el municipio de Siguatepeque

De acuerdo con Cáceres y Moreno (2013), el sector inmobiliario de Siguatepeque ha tenido un alto crecimiento, esto se ha generado por dos vías: una es de manera natural, es decir se da por desarrollar proyectos planificados y la otra ha sido de manera

desorganizada, desarrollándose asentamientos informales en tierras públicas o privadas. Una de las actividades que son primordiales para el sector, es poder identificar los procesos generadores de valor en las organizaciones participantes, con el propósito de que haya disminución de los trámites entre los actores.

De acuerdo a Cáceres y Moreno (2013), en la ciudad de Siguatepeque el sector inmobiliario ha crecido, específicamente en la demanda de viviendas, esto se debe a su ubicación y asimismo a su clima y el paso de la carretera más importante a nivel nacional. Los actores de la cadena productiva del sector inmobiliario de Siguatepeque se dividen en:

1. Actores de sector privado

- a) **Dueños de terrenos.** Los terrenos tienen que contar con los requerimientos legales para poder comercializarlos.
- b) **Desarrolladores de proyectos.** El precio del bien mueble tiene que reflejar el valor del mercado y garantizar la calidad de la obra.
- c) **Consultores independientes.** Tener precios estandarizados en el valor de la asesoría.
- d) **Sector financiero.** Políticas crediticias flexibles.
- e) **Proveedores de insumo.** Ofrecer servicios de venta y postventa de todos sus productos.

2. Actores del sector público

- a) **Municipalidad de Siguatepeque.** Implementación y desarrollo de la planificación urbana y rural del municipio.
- b) **Instituto de la propiedad.** Disminución de los costos de los permisos para que se pueda fomentar la inversión inmobiliaria
- c) **Aguas de Siguatepeque y la Empresa Nacional de Energía Eléctrica.** Disminución de pasos al momento de realizar trámites.

2.3 Antecedente de la investigación

En este apartado se muestran distintas investigaciones previas al presente estudio, a continuación, se muestran trabajos realizados a nivel internacional, regional, así como también a nivel local.

2.3.1 Antecedentes internacionales

En Europa se ha llevado a cabo la investigación titulada “Análisis del mercado inmobiliario en España y Baleares” la cual fue realizada por Diez (2019) con el propósito de investigar cómo han evolucionado los precios inmobiliarios, así como el de arrendamiento de viviendas en ese país y en las Islas Baleares. Este estudio se realizó mediante una revisión bibliográfica, por medio de la cual se encontró que en el municipio Esporles, el valor del m² es de 2800.30 € de cada vivienda.

En este estudio se llegó a la conclusión que el mercado de vivienda español ha sido propenso a los distintos cambios de los precios, desde datos, cuyo registro se encuentra entorno al año 1690, por lo que la oferta de la morada cuenta con la peculiaridad de ser rígida a corto plazo por la razón que el tiempo que se tardan para construir las ronda los 12 meses.

Asimismo, se ha llevado a cabo el artículo titulado “Estudio de los factores determinantes de la demanda de una edificación: una aproximación econométrica” siendo realizado por Gómez (2022) para determinar la demanda del sector inmobiliario, mediante un análisis bibliográfico en el cual se ha obtenido que la demanda, lejos de que dependa de la adquisición de o del precio activo, suele moverse debido a otros factores.

En México, ha sido elaborado el instrumento llamado “Valuación de inmuebles habitacionales con mercado inmobiliario poco dinámico. Caso: Encarnación de Díaz, Jalisco, México” por Villalobos y Martín (2022), para proponer una herramienta que auxilie los procedimientos de evaluación de inmuebles habitacionales con fines de las calidades de mercado poco dinámicos por medio de la utilización de factores de preferencias, los cuales son medidos para obtener la valoración del mercado. Para este estudio se utilizó una metodología cualitativa. Se llegó a la conclusión que es posible que cuando se obtengan los valores de mercado se hagan presente inconvenientes, los cuales no garantizan la confiabilidad.

En Argentina se ha realizado una indagación “El mercado inmobiliario y la producción privada de viviendas: una aproximación a las estrategias empresariales en la ciudad de Córdoba” el cual ha sido realizado por Capdevielle (2016), para revisar las dinámicas del mercado inmobiliario en la ciudad de Córdoba, así como su incidencia en el entramado urbano, mediante un estudio bibliográfico en el cual se ha llegado a la conclusión que las herramientas estratégicas generan grandes cambios dentro de los bienes raíces, las cuales constituyen una de las características para la reestructuración inmobiliaria.

En Chile se ha desarrollado un instrumento “Determinantes del precio de las viviendas: un análisis econométrico para la región metropolitana, Chile” el cual ha sido realizado por Marambio (2015) el cual tenía como objetivo el desarrollar un modelo econométrico para la estimación del precio que se le debe de aplicar a cada tipo de casa: como departamento de las región metropolitana de Chile, mediante una metodología de análisis empírico descriptivo, en el cual se ha llegado a la conclusión que de acuerdo al modelo econométrico la variación es mínima con relación al precio real de las viviendas, por lo que es una herramienta eficiente para poder determinar los precios de las diversas viviendas.

En Perú se ha investigado “Determinantes del mercado inmobiliario que afecta la volatilidad del precio fundamental por metro cuadrado de los inmuebles multifamiliares en Lima Metropolitana durante el periodo 2002-2014” el cual ha sido

realizado por Zurita (2016) para determinar qué variable motiva la volatilidad de los precios por m² esto en los inmuebles multifamiliares de Lima– metropolitana esto durante el periodo de 2002-2014, mediante un método hipotético deductivo el cual tiene por conclusión que la variable precio del m² de los terrenos suele ser menos significativa a la variable de los precios del m² de inmuebles multifamiliares por lo que se deberá de destacar la falta de suelos habitados y de planes urbanos para su desarrollo.

Asimismo, en Perú se exploró “Demanda inmobiliaria para la edificación de proyecto multifamiliares a través del geomarketing” el cual ha sido realizado por Enríquez y Suyo (2020) con el objetivo de establecer los atributos que se tomarán en consideración las inmobiliarias, para poder satisfacer las necesidades de las familias, esto dentro de la ejecución de los proyectos multifamiliares del distrito Barranco en el año 2020, mediante una investigación descriptiva con método deductivo; en el cual se ha llegado a conclusión que la estrategia de geomarketing suele resultar una de las principales para que el sector inmobiliario se familiarice con los software geomáticos, ya que estos permitirán el poder contactar con las zonas de preferencia así como analizar la viabilidad y rentabilidad de la inversión y construcción de los proyectos futuros.

En Colombia se ha desarrollado la investigación titulada “Metodología enfocada a la identificación de oportunidades de inversión en el mercado inmobiliario” por Ríos (2021) con la finalidad de desarrollar un proceso para la consolidación y la consulta de la regulación de la información acerca del mercado inmobiliario de Colombia. Este

estudio se ha desarrollado por medio de distintas metodologías como el método analítico. En este trabajo se llegó a la conclusión que el mercado de bienes raíces cuenta con óptimas condiciones en cuanto a la inversión por la razón que la demanda en este escenario a nivel de país es alta.

2.3.2 Antecedentes regionales

En Costa Rica, si ha estudiado el tema “Análisis de las opciones que ofrece el mercado inmobiliario para la población adulto joven residentes del sector urbano de Heredia, Belén de Costa Rica, al primer cuatrimestre del 2022” por Bolaños y Gómez (2022) con el proposito de determinar cuáles son los recursos con los que la Superintendencia General de Valores (SUGEVAL) cuenta para la solución de las problemáticas de fondo para la inversión inmobiliaria durante los últimos tres meses del año 2019.

La metodología utilizada para este estudio fue cualitativa en este estudio se llegó a la conclusión que la construcción de proyectos de viviendas se ha tornado más frecuente y esto se debe a que es más económico y factible pagar por un espacio que tenga lugares de recreación.

En Nicaragua se ahondo “Un análisis econométrico de los precios hedónicos de los bienes inmuebles en el departamento de Matagalpa” por Icabalceta (2023) con el objetivo de abordar el efecto de atributos que se han seleccionado dentro de una

cantidad considerablemente grande en cuanto al precio de los bienes inmuebles y no dar prioridad profundizar en problemáticas estadísticas de crecimiento. La metodología utilizada para este estudio fue basada en el modelo de precios hedónicos. Se llegó a la conclusión que no se sabe a ciencia cierta si los atributos que han sido incluidos se pueden tomar como los indicadores para el análisis que se ha realizado por la razón que la teoría de la economía no es muy específica y útil.

En Guatemala, el tema titulado “Evaluación financiera de inversión inmobiliaria en la construcción de edificios de apartamentos en el municipio de Guatemala” fue desarrollado por Chacón (2019) con el propósito de determinar la validación económica de la inversión inmobiliaria que se realiza para construir edificios para apartamentos de la ciudad de Guatemala, por la medio de la aplicación de elementos para realizar un análisis de riesgo, si como para la evaluación financiera.

En este estudio se utilizó una metodología mixta. Se llegó a la conclusión que la inversión dentro de la construcción de edificios en la ciudad seleccionada, financieramente es viable, esto se ha determinado por medio de la aplicación de distintas herramientas para la evaluación económica.

2.3.3 Antecedentes locales

Ha sido en Honduras donde se ha determinado “Estudio para determinar la propuesta de valor en aplicaciones móviles para arrendadores y arrendatarios. Tegucigalpa 2019” el cual ha sido desarrollados por Zepeda y Almendares (2018) el cual tenía por objetivo

identificar las características que podrán impulsar los arrendadores y los arrendatarios de Tegucigalpa, para la adquisición de una aplicación móvil la cual les brinde el servicio de elección de bienes inmuebles así como de terrenos para el alquiler en 2019, mediante una investigación exploratoria con enfoque cuantitativo, en el cual se ha llegado a la conclusión que las principales barreras de comunicación que se presentan entre un arrendador y un arrendatario suelen radicar en la información desactualizada así como la falta de formalidad esto en el momento de que se concrete el negocio.

En Honduras, se ha abordado el tema: “Estudio de prefactibilidad de la urbanización nueva unión ubicada en la ciudad de Tegucigalpa” por Acosta y Castañeda (2020) con la finalidad de realizar un análisis financiero para la evaluación de la viabilidad financiera y económica, para que pueda brindar los elementos indicadores de rendimiento para tomar decisiones. En este sentido se llegó a la conclusión que, en la ciudad de Tegucigalpa, existe una oportunidad grande para desarrollar la urbanización.

En Honduras, llevado desarrollado un planteamiento titulado “Estrategias para la vivienda multifamiliar en altura en el clima cálido y húmedo. Caso del mercado inmobiliario de San Pedro Sula, Honduras” por Duarte (2020) con el propósito de realizar una propuesta de estrategias que logren la incorporación de arquitectura bioclimática, correspondiente al clima caliente y húmedo de San Pedros Sula, para que los siguientes proyectos inmobiliarios los puedan tomar como antecedente para obtener una referencia.

En este estudio se ha llegado a la conclusión que los proyectos que ha ofrecido el mercado inmobiliario en los últimos tiempos, han sido influenciados por estilos internacionales en los cuales se puede visualizar un estilo muy marcado.

2.4.Delimitaciones de la Investigación

2.4.1. Delimitación Teórica

En Siguatepeque se efectuó una encuesta, titulada CADENA PRODUCTIVA DEL SECTOR INMOBILIARIO, elaborado por el señor José Uldo Cáceres Ferrera, para obtener el título de GLOBAL MBA NEGOCIOS INTERNACIONALES, EN UNITEC.

Fue realizado el 13 de abril del año 2013.

2.4.2. Delimitación de persona:

El estudio será orientado a empresas inmobiliarias y a la población Económicamente activa de la ciudad de Siguatepeque. Comayagua Honduras.

2.4.3. Delimitación de Tiempo:

El estudio estará comprendido de agosto a octubre del 2023.

2.4.4. Delimitación de lugar:

El análisis del estudio se realizará en la ciudad de Siguatepeque Comayagua, Honduras.

Capítulo 3. MARCO TEÓRICO

En este capítulo será detallado el sustento teórico dentro del cual serán abordados los principales elementos del tema, así como las teorías de sustento desde la perspectiva de diversos autores y las cuales se relacionan con el tema de investigación.

3.1 Oferta y Demanda

La oferta se define como la cantidad de bienes que el mercado está ofreciendo, sin embargo, la demanda es la cantidad de bienes o servicios que los usuarios están solicitando en un momento y mercado determinado. El punto donde se juntan la oferta y la demanda nos da el precio del bien y la cantidad demandada de equilibrio (Barandarian, 2021).

Seguidamente, Arboleda (2021) plantea que la demanda se determina después de analizar cuál es la dinámica con la que los compradores cuentan al momento de satisfacer sus necesidades, este suele ser un procedimiento de decisión para evaluar, buscar y adquirir los servicios y bienes. Por lo que la demanda es el reflejo de una intención, sin embargo, la compra es lo que constituye una acción. Asimismo, la demanda es uno de los factores que se utilizan con mayor frecuencia por las compañías para la fijación de los precios para sus productos, es por ello que los precios y la demanda cuentan con una estrecha relación, a menor precio, mayor demanda y a mayor demanda, mayor precio.

Desde la perspectiva de Aguado (2022) quien ha definido la demanda como la cantidad que los consumidores desean adquirir esto a cada nivel de precios, por la relación entre la cantidad demandada y su precio, *ceteris paribus*. Ante lo anterior se puede decir que existe una relación entre los precios y las cantidades, por lo que de manera general suele ser una relación inversa, cuando son aumentados los precios, menor será la cantidad que los consumidores desean adquirir de dicho bien.

Por otra parte, la oferta y la demanda son términos utilizados frecuentemente dentro de la economía, por el motivo de que estas son las fuerzas que permiten el desarrollo de funciones. De esta forma, las economías de los mercados permiten que se puedan conocer la cantidad de cada bien que se ha producido y cuál es el precio por el cual se vende. Dentro de los mercados, el juego de los compradores y los vendedores, es el determinante de los precios y de las cantidades de los diferentes servicios y bienes, además, al relacionarse la oferta y demanda se puede lograr determinar la cantidad y los precios de los productos, creando así directrices para la asignación de recursos que se encuentran escasos en la economía (Arboleda, 2021).

3.2 Mercado

Los mercados hacen referencia a las organizaciones dentro de las cuales es permitido que los vendedores y los compradores puedan realizar el establecimiento de vínculos comerciales con la finalidad de la realización de operaciones las cuales sean de diversa índole, para la adquisición o intercambio de productos o servicios. Desde una

perspectiva económica el mercado suele ser el conjunto de personas, así como de organizaciones las cuales se encargan de participar en la compra y la venta de bienes y de servicios para su uso (Blanco et al., 2018)

Desde otra perspectiva el mercado se puede definir como el grupo de personas que suele interactuar en los medios el cual informa de aquello que quiere ser producido así como lo que se encuentran dispuesto para poder dar a cambio, por lo que se firmado que los mercados suelen ser los lugares en los cuales son llevados a cabo los intercambios, siendo espacios en los cuales son efectuadas las transacciones de compra y de venta de cada uno de los individuos (Riofrío, 2016).

Para el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) los mercados podrán ser definidos como los espacios físicos o virtuales en los cuales se puede comprar o vender algunos productos y servicios, por lo que en dicho espacio suelen participar, interactuar, así como relacionarse varios agentes, en donde cada uno busca el cumplir con los diferentes necesidades, intereses así como objetivos los cuales estarán vinculados a la compra y a la venta de cada uno de los productos o servicios que están siendo ofertados.

Asimismo, Quintana (2017) menciona que el mercado se podrá definir como el entorno en el cual son encontrados productos o servicios, siendo el conjunto de individuos y de

organizaciones de todo tipo lo cuales poseen o pueden tener una influencia de consumo, así como de utilización de los productos mediante un territorio geográfico determinado. En el cual podrán identificar los siguientes tipos de mercado de acuerdo al conocimiento y actitud de los usuarios:

1. **Mercado potencial.** Suele ser el que se constituye por la totalidad de los usuarios de un producto totalmente nuevo en los mercados, no existiendo el conocimiento ni la actitud y compra hacia el mismo.
2. **Mercado real.** Se refiere al conjunto de los individuos y de las organizaciones las cuales suelen adquirir el producto de un determinado territorio geográfico.
3. **Mercado no motivado.** Es en el que aun cuando es conocido el producto que es ofertado por la empresa no tiene interés por él. Siendo este el mercado sobre el cual se incide para tener un mayor número de usuarios.
4. **Mercado cautivo.** Suelen existir lazos de la unión entre el producto, distribuidor de los productos y de los usuarios, los cuales poseen la obligación de realizar la adquisición de un proveedor determinado.
5. **Mercado libre.** Suele exigir la oportunidad de tener una libertad total por parte de los usuarios de la adquisición de los productos a cualquier proveedor que los esté ofertando.

Según Barrera et al. (2022) quien ha mencionado que dentro de los elementos principales de los mercados se encuentran los que se detallan a continuación:

1. **Producto o servicio.** Se refiere al elemento que suele ser intercambiado por parte de los actores económicos, por lo que los proveedores suelen ofrecer bienes o

servicios a los consumidores, esto con la finalidad de satisfacer una necesidad en específico.

2. **Vendedor.** Este será el encargado de identificar las necesidades de los consumidores, así como de tratar de satisfacer las necesidades mediante las prestaciones de los bienes y servicios.
3. **Comprador.** Se refiere a la persona que paga por la adquisición de los productos o servicios, por lo que se refiere a la necesidad que se quiere cubrir la cual suele ser busca dentro de los mercados de bienes y servicios.
4. **Precio.** Cantidad monetaria mediante la cual los compradores deberán pagar a los vendedores para que los mismos puedan obtener los productos o servicios.

De acuerdo a el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (2018) son los modelos de mercado en los que se podrán distinguir debido a la cantidad de actores que suelen participar en los mismo ya sea como oferentes y como demandantes mismo que de acuerdo al número de vendedores y compradores que estén involucrados se puede estructurar de la siguiente manera:

Tabla No 1
Modelo de Mercado

Compradores / vendedores	Muchos vendedores	Pocos vendedores	Un solo vendedor
Muchos compradores	Competencia perfecta	Oligopolio	Monopolio
Pocos compradores	Oligopsonio	Oligopolio bilateral	Monopolio parcial
Un solo comprador	Monopsonio	Monopsonio parcial	Monopolio bilateral

Nota: Datos obtenidos del (Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, 2018).

3.2.1 Mercado inmobiliario

Pacheco (2022) enuncia que el mercado inmobiliario hace referencia a un espacio geográfico, dentro del cual se establece la oferta y la demanda inmobiliaria, estas pueden ser: arrendamiento, compraventa y la búsqueda de distintos bienes inmuebles, al igual que la administración de estos, al igual que el saneamiento., la valorización y cada uno de los servicios que tengan relación con los bienes raíces. Seguidamente, cabe destacar que el agente inmobiliario desarrolla sus funciones mediante una acreditación estatal, partiendo de su inscripción en el despacho de la entidad competente.

Para Ocampo et al. (2019) el mercado inmobiliario cuenta con distintas tendencias, dentro de las que es exigente que este se encuentre cambiando tecnológicamente, esto se debe a que los clientes pertenecientes a la generación de los años ochenta es en gran medida, parte los clientes que se están adquiriendo vivienda en los últimos tiempos, por dicha razón, este sector debe dar respuesta a este tipo de demandas, otro tipo de cambio estratégico de este lado de la industria es la dependencia de la tecnología dentro de esta generación.

Seguidamente, las preferencia de las compras de vivienda se encuentran basadas en la cantidad de dinero que una personas está dispuesta a pagar para la adquisición de un inmueble, partiendo de sus ingresos actuales, así como también de su gusto peculiar en el instante de la compra de una propiedad o de una vivienda sobre una propiedad personal, por lo cual es evidente que necesitan sentirse en comodidad en su vivienda y

visualizan estilos que a ellos les agrada, por lo cual, el mercado inmobiliario debe seguir las tendencias de la actualidad (Ocampo et al. 2019).

Además, los factores que intervienen en el mercado inmobiliario son: el intermediario, el cual es el representante o agente inmobiliario, su responsabilidad es acreditada por el Estado, también son partícipes el vendedor, arrendatario, promotor, constructor y el comprador. Asimismo, el mercado inmobiliario se encuentra destinado a distintos tipos de bienes inmuebles, estos pueden ser urbano o rurales, lo cuales son detallados por Pacheco (2022) de la siguiente manera:

1. **Bienes inmuebles urbanos.** Dentro de estos se pueden identificar los que hacen referencia a oficinas, viviendas, comerciales, industrias, locales y demás lotes urbanos.
2. **Bienes inmuebles rurales.** Estos son los bienes que se han destinado para el cultivo, terrenos fértiles, terrenos con agua abundante y terreno para crianza de ganado.

De acuerdo Aranda et al. cómo se citó en Matsuoka y Ruiz (2014) dentro de las principales características del mercado inmobiliarios suelen resaltar las particularidades de los mismos por lo que en la medida en la cual se alejan de las condiciones que le son atribuidos de manera general a los mercados eficientes, así como a una competencia perfecta. Resaltando la heterogeneidad de los bienes inmuebles, ya que cada una de las viviendas posee atributos particulares que hacen que se pueda distinguir de las demás.

Es dentro del mercado financiero que se pueden generar ciclos inmobiliarios los cuales de acuerdo a lo planteado en Riesco (2018) son los siguientes:

1. **Ciclo financiero.** Este ciclo está encargado de la determinación del precio de los bienes raíces, este también puede encontrarse influenciado por la oportunidad de inversión y de rentabilidad.
2. **Ciclo físico.** Hace referencia al ciclo que suele afectar los precios de los alquileres.
3. **Ciclo macroeconómico.** Suele encontrarse enfatizado en los siguientes niveles: internacional, nacional y regional, por lo que es parte del ciclo económico.
4. **Ciclo microeconómico.** Es en este ciclo que se puede ver la influencia de cuatro mercados los cuales son: mercado de alquiler, mercado de inversión, mercado de nueva construcción y mercado de suelo.

3.2.1.1 Funcionamiento del sector inmobiliario

Suele ser dentro de los procesos productivos que lo primero que será realizado será la actuación en los suelos, siendo una primera instancia los suelos rústicos e inhabitables, los cuales son trabajados para convertirlos en suelos urbanos mediante la dotación de servicios básicos siendo constituyendo uno de los elementos de la cadena de valor. Por lo que la gestión de la urbanización se deberá registrar, esto será debido a que los solares el cual será el terreno destinado a la edificación para poder dar inicio a las obras (Flores, 2019).

Uno de los procesos posteriores será la comercialización, la cual será realizada dependiendo de la edificación en los casos en los cuales sean edificaciones residenciales será iniciadas con la comercialización de manera simultánea a la fase de edificación. De acuerdo a Flores (2019) para que la comercialización pueda ser efectiva serán necesarios los siguientes pasos:

1. **Investigación.** Se deberá de conocer el mercado para poder orientar a quien será dirigido
2. **Branding y posicionamiento.** Serán seleccionadas las estrategias de marketing a utilizar.
3. **Publicidad de capacitación.** Se encarga de la atracción de clientes potenciales
4. **Planificación comercial.** Permitirá el diseño de las estrategias más adecuadas.
5. **Ventas.** Aquí será realizada la gestión para ponerse en contacto con los clientes
6. **Servicio de postventa.** Se busca lograr una mejor satisfacción de los clientes.

De acuerdo a lo planteado por Echavarren como se citó en Flores (2019) quien ha mencionado el propietario de los solares los cuales poseen las posibilidades de plantea la construcción ya sea de uno o de varios inmuebles, mediante los siguientes pasos:

1. Análisis del subsuelo para poder determinar la tipología del mismo, así como el conocer la existencia de los elementos los cuales puedan afectar de manera posterior la construcción.
2. Se deberá de efectuar un análisis de la oferta y demanda del sector donde se cuenta con un solar.

3. Realización de proyectos de arquitectura esto de acuerdo a los resultados de la demanda que sea determinada con el análisis que se planteó anteriormente.
4. Aprobación por parte de las entidades competentes para la posterior solicitud de licencias de construcción y así poder avanzar con las obras
5. Se deberán de efectuar la construcción de las obras esto de acuerdo a las especificaciones que sean previstas por los arquitectos
6. Con la terminación de los edificios se deberá de realizar los procesos de comercialización
7. Realizar mantenimiento a los edificios.

3.2.1.2 Componentes del mercado inmobiliario

De acuerdo a Matsuoka y Ruiz (2014) dentro de los mercados inmobiliarios suele ser común encontrar los siguientes elementos principales:

1. **Bienes inmuebles.** Son los bienes tangibles los cuales carecen de movilidad, así como no pueden ser trasladados de un lugar a otro sin que se comprometa la estructura física.
2. **Oferta inmobiliaria.** Se encuentra compuesta por la disponibilidad de los bienes inmuebles para su venta, así como del alquiler determinado momento esto para los niveles el precio, por lo que se abarcan las viviendas de estreno como de segundo uso.
3. **Demanda inmobiliaria.** Son los bienes inmuebles por los cuales se encuentra constituida por los individuos que desean y que se encuentran en condiciones de la

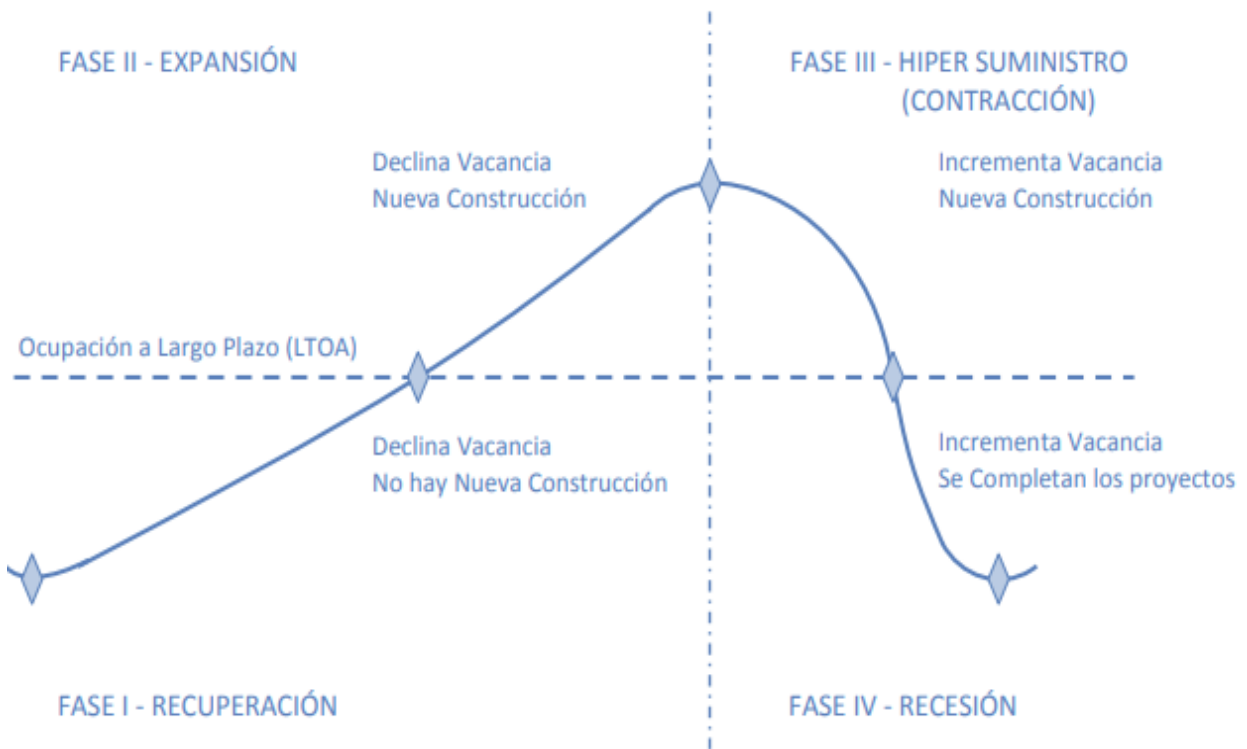
adquisición de inmuebles o de poder rentarlos a los precios vigentes dentro del mercado.

3.2.1.3 Etapas del ciclo inmobiliario

De acuerdo a lo planteado en Riesco (2018) los ciclos inmobiliarios podrán ser identificadas diversas etapas, mismas que se encuentran relacionadas con la rapidez y la capacidad de cada uno de los mercados que se quieren abastecer la demanda, ante lo cual es de suma importancia el señalamiento de los tiempos de respuesta, siendo este en el que se demora el abastecimiento del mercado, el cual es lento debió a que se debe de construir una obra nueva.

En el siguiente gráfico son explicados los procesos de los ciclos inmobiliarios los cuales han sido refinados por Glenn Müller quien asignó cuatro fases las cuales son: recuperación, expansión, hiper suministro y recesión.

Figura No 1
Procesos del Ciclo Inmobiliario



Nota: datos obtenidos de Mueller como se citó en Riesco (2018).

3.2.2 Segmentación

Jaramillo et al. (2017) define la segmentación en el mercado como el procedimiento mediante el cual se divide el mercado total para un producto en específico o también puede ser una categoría de distintos o de un solo producto, en grupos o segmentos, homogéneos relativamente. Para que esta sea eficiente, la segmentación debe establecer grupos en los cuales sus miembros logren tener gustos, aficiones, deseos, preferencias o necesidades similares, sin embargo, los mismos grupos deben ser distintos entre sí. Seguidamente, en los últimos tiempos, los mercados deben fragmentarse de acuerdo a los distintos intereses de los clientes, o como también se les

puede llamar, usuarios. El mercado debe satisfacer a los clientes, acorde a sus exigencias y complacencias.

Acosta y Castañeda (2020) explican que la segmentación es un conjunto homogéneo relativamente de consumidores, los cuales corresponden de forma similar, el cual consiste en la división del mercado meta en varios segmentos de consumidores con preferencias y características similares de modo que el producto que se ofrece logre ser muy atractivo para una gran parte del segmento.

Además, la segmentación es obligada con frecuencia por parte de los clientes y esto se debe a la búsqueda de productos que sean únicos, así como a sus cambiantes usos, lo cual cuyo resultado es que los segmentos de los consumidores se han tornado más difíciles de alcanzar. En los tiempos actuales, las empresas han llevado la segmentación al extremo de lograr la identificación de distintos nichos, hasta los más pequeños, por lo cual, Jaramillo et al. (2017) plantean que es necesario una clasificación, dentro de las cuales se mencionan:

1. **Segmentación demográfica.** Esta es una de las segmentaciones para incrementar la eficiencia del marketing. Para este tipo de segmentación, los empresarios necesitan aplicar elementos indispensables en referencia a la segmentación demográfica, estos pueden ser:
 - a) Etapa del ciclo de vida familiar.
 - b) Tamaño de la familia.
 - c) Edad y género.

- d) Ingresos.
 - e) Clase social y ocupación.
2. **Segmentación psicográfica.** Esta clasificación trabaja mediante un enfoque singular, dentro del cual se identifican los segmentos que se desarrollan siguiendo los criterios subjetivos siguientes: utilización de elementos psicológicos, sociológicos, así como antropológicos para lograr determinar la manera en la que el mercado será dividido. Esta segmentación se encuentra centrada en la oferta de productos de acuerdo con la personalidad del consumidor.
 3. **Microsegmentación.** Las empresas optan por este tipo de segmentación para ofrecer una atención de forma directa a cada uno de los consumidores, esto es empleado en las áreas que la empresa cuenta con mayor influencia y que conocen mejor.

3.2.2.1 Bienes inmuebles

Según León (2021) los bienes muebles se definen como cosas imposibles de transportar de un lugar hacia otro lugar, ejemplo de ello son los edificios, las minas y demás tierras. Otra definición es entendida como suelo y subsuelo que son parte de tierras, aguas vivas y aguas estancadas, minas. Estos bienes se encuentran en situación fija y no se pueden reemplazar, esto puede suceder por naturaleza, por accesión y por incorporación, principalmente, los bienes inmuebles son conocidos por pisos, garajes, casas, entre otros.

Por otra parte, como se ha visto anteriormente, los bienes inmuebles pueden ser urbanos, para Mencías (2022) los bienes inmuebles urbanos son los que cuentan con características especiales, dentro de los que se cumple con distintos criterios para lograr la delimitación del suelo urbano, esto es realizado para efectos del sector catastral y para dicho sector se han considerado como:

1. El inmueble que ha sido clasificado como urbano o su equivalencia debido al planteamiento urbanizado, corresponde a los terrenos que ya han sido delimitados en un marco de legalidades municipales, así como también requerimientos administrativos que se necesitan.
2. Un bien inmueble urbano cuenta con la consideración urbanizable, también con las herramientas de órdenes urbanísticos y territoriales que permiten o brindan el paso hacia una situación de suelo urbanizado, y que se encuentre incluido en espacios, ámbitos o sectores aprobados y delimitados que logren establecer la determinación de su desarrollo.
3. También es bien inmueble urbanizado el suelo que ha sido transformado hasta contar con el establecimiento de los servicios por parte de la legislación urbanística, en efecto de ello, dispone de todos los servicios básicos como: energía eléctrica, agua y alcantarillado.

3.2.2.2 Segmentación del mercado inmobiliario

De acuerdo a lo planteado por González et al. cómo se citó en Flores (2019) los segmentos inmobiliarios de las viviendas suelen estar destinados a los hogares quienes

los habitan por lo que de una manera general poseen cocina, sala, dormitorio baños y demás parqueaderos, por lo que el segmento inmobiliario de locales comerciales poseerá otra estructura la cual permitirá la realización del comercio así como la exhibición de los productos que serán puesto a la venta, contando con mayor amplitud por lo que puede tener bodegas, entradas grandes y suele tener ubicaciones estratégicas y en lugares visibles.

Con relación al segmento inmobiliario para oficinas este podría ser encontrado con diseños de cuartos pequeños, instalaciones para las computadoras, pasillos en donde será permitido el traslado de clientes esto hacia las oficinas respectivas que se desea. Algunas de las razones por las cuales es aplicada la segmentación es la diferenciación de productos, las necesidades diferenciadas, los públicos efectivos (Flores, 2019).

3.2.2.3 Estratos socioeconómicos

De acuerdo con Santiago y Güechá (2023) los estratos socioeconómicos es uno de los mecanismos que permite la clasificación de la población en diferentes grupos o estratos de personas que cuentan con las mismas características similares en los ámbitos sociales y económicos, esto es realizado mediante una evaluación acerca de las características físicas de su casa de habitación, el ambiente inmediato, así como también el contexto rural o urbanístico de dichas viviendas. Por lo que el estrato es el determinante del aporte que cada inmueble debe hacer al momento de cancelar los

servicios públicos y este estrato también es considerado al momento de la asignación de contribuciones y subsidios.

Seguidamente, Barón y Pérez (2022) los estratos socioeconómicos son parte de la clasificación de las propiedades residenciales, las cuales se espera que logren recibir los servicios públicos domiciliarios. Esto se desarrolla principalmente para la recaudación de forma diferencial de cotizaciones y subsidios, es decir, que cada estrato realizará su aporte conforme a su nivel socioeconómico. De esta forma, los que cuentan con más ingresos, deben pagar mayor cantidad por los servicios públicos y esto contribuye con los demás estratos inferiores al pago de sus facturas.

De acuerdo con Pinillos et al. (2021) el estrato socioeconómico es parte de los constituyentes de la calidad de vida, este es un factor que explica el estilo de vida general de las personas ya que estos corresponden a la manera en la cual los hogares son clasificados, por lo cual, los estratos socioeconómicos que se tienden a ligarse con las oportunidades de formación familiar, profesional, inclusive, la formación cultural dentro de la cual cada personas se desarrolla. Seguidamente, de acuerdo con lo expuesto por Santiago y Güechá (2023) los estratos de pueden clasificar de la manera siguiente:

1. **Estrato 1.** Este suele ser identificado por estar dentro de la población que cuenta con menores recursos. Los inmuebles que se pueden identificar cuentan con características como: carencia de servicios públicos, se localizan en periferias y

lomas, cuentan con calles deterioradas, falta de pavimento, las viviendas suelen estar construidas de latón, madera y ladrillo a la vista, entre otros.

2. **Estrato 2.** Los inmuebles que este estrato presente, por lo general cuentan con una estructura básica, así como espacios reducidos, tienen acceso a la mayor parte de los servicios públicos, al igual que a transporte, por lo que es evidente que este estrato cuenta con una mínima calidad de vida.
3. **Estrato 3.** Dentro de este estrato ya se encuentran casas residenciales y estas cuentan con todos los servicios básicos satisfactorios, este estrato suele estar en barrios con acceso a instalaciones educativas, calles pavimentadas y parqueos.
4. **Estrato 4.** Este estrato se caracteriza por no beneficiarse de los subsidios, tampoco pagan algún sobre costo. La clasificación de las familias dentro de este estrato, generalmente cuentan con comodidades en cuanto a servicios públicos del Estado y a vivienda, estas familias cuentan con oportunidades educativas en instituciones educativas del sector privado, así como con seguridad privada en su colonias y barrios.
5. **Estrato 5.** Este se encuentra caracterizado por contar con viviendas con un espacio grande, sectorizadas en zonas privadas, barrios reconocidos, espacios deportivos y demás comodidades.

6. **Estrato 6.** Dentro de este estrato es evidente que las familias de este sector tienen condominios lujosos, los cuales se ubican en espacios naturales grandes principalmente en cerros y cuentan con alta seguridad.

3.3 Oportunidades

Las oportunidades suelen ser clave para el bienestar y la calidad de vida de cada una de las personas, asimismo se suelen presentar como resultado de las fortalezas, así como de las debilidades y junto con cualquier otra iniciativa la cual puede ser externa la cual hará que la empresa se coloque en una posición más competitiva. Asimismo, se pueden plantear como los factores que suelen resultar positivos, favorables, explorables mismos que deberán de ser descubiertos en los entornos dentro de los cuales actúan las empresas ya que con ellos se obtendrán ventajas competitivas (Raeburn, 2021).

3.4 Amenazas

Las amenazas suelen hacer referencia a aquellas áreas en las cuales se posee potencial el cual pueda llegar a causar problemas, mismo que suele diferir de las debilidades dentro de las cuales las amenazas son externas, la cuales se suelen encontrar fuera del alcance, dentro de las cuales se pueden mencionar las pandemias, desastres naturales entre otros. Siendo también las situaciones que suelen provenir de los entornos que atenten en contra de la permanencia de la organización (Raeburn, 2021).

3.5 Teoría de Sustento

En este apartado será desarrollado el sustento teórico desde la perspectiva de diversos autores quienes han realizado estudios previos.

3.5.1 Teoría del crecimiento de alquileres

Es mediante esta teoría que se plantea que el crecimiento de los alquileres suele ser inferior a la inflación esto cuando la misma se encuentra por debajo del promedio de ocupación esto dentro del largo plazo, por lo que mientras que las tasas de crecimiento de los alquileres sobrepasen la inflación siempre y cuando este llegue a sobrepasar los promedios de ocupación dentro del largo plazo. Por lo que de una manera adicional dicha teoría se encarga de asumir las tasas de crecimiento de alquiler las cuales aumentarán de forma constante los ciclos ascendentes, así como las tasas de crecimiento de alquiler por lo que disminuirán de manera constante los ciclos descendentes (Mueller, 2001).

Por lo que será mediante dicho periodo de recuperación, que el crecimiento de los alquileres será negativo hasta que los mismo lleguen a fondo, por lo que aumentaron sólo en la medida en la que los crecimientos avancen para una estabilización de los promedios de ocupación esto dentro del largo plazo. En el caso de los procesos de expansión, serán las tasas de alquiler las que deberán de aumentar esto una vez que haya alcanzado la tasa de crecimiento más alto dentro de la fase de hiper suministro, será después esto que las tasas de alquiler deberán estar por sobre las tasas de

crecimiento para poder volver al promedio a de la ocupación dentro del largo plazo (Mueller, 2001).

3.5.2 Teoría del ciclo de vida inmobiliario

Los ciclos inmobiliarios suelen hacer referencia a los periodos de tiempo, los cuales poseen una frecuencia que se encuentran entre los cinco y los siete años, mismos que se encargan de presentar características las cuales se parecen a la evolución del precio o de alquiler de las viviendas y de las oficinas. De acuerdo a Zepeda y Almendares (2018) los ciclos inmobiliarios suelen encontrarse identificados por el Timing dentro del cual es incluido los siguiente:

1. **Gran venta.** Es dentro de la cual suelen ser identificada la demanda la cual será una de las mayores ofertas de las viviendas.
2. **Inversión sin error.** Se refiere a la identificación de las cantidades de compradores cuando ésta es menor a la cantidad de los inmuebles ofertados.
3. **Apuesta por la especulación.** Suele ser la transición que se genera entre una fase y la otra, por lo que para poder detectar a especulación deberán de ser evaluados los precios actuales para cada uno de las propiedades, porcentajes de renta, así como la plusvalía.

De acuerdo a Vidal como se citó en Zepeda y Almendares (2018) nada es para siempre, por lo que los fenómenos culturales podrán cambiar las situaciones económicas de los mercados, también se deberá de considerar que el comportamiento de las industrias se mantendrá inamovible por los años, siendo lo más importante el poder determinar el momento en el cual la burbuja inmobiliaria se encuentra dentro del mercado así como el poder conocer el terreno de juego y lo posibles rivales de los negocios importantes con la finalidad de poder plantear propuestas de valor que sean innovadoras.

Asimismo se menciona que los ciclos inmobiliarios suelen ser causados por el conjunto de acciones que se encargan de la producción de los mismos, por lo que debe ser entendido que los mercados perfectos de los ciclos suelen ser ondas las cuales se moverán en una línea imaginaria esto dentro del precio de equilibrio que se da entre la oferta y la demanda, como lo planteaba Weber en el año de 1997 que mencionaba que los ciclos de las negocios serán transformados en ondas, más que en olas como se presentaba en ciclos anteriores esto debido a la baja volatilidad de los mercados (Riesco, 2018).

Los factores fundamentales de los ciclos inmobiliarios, se relacionan con las condiciones de financiamiento de los bienes raíces, esto con las expectativas de las revalorizaciones de los bienes los cuales se encargarán de la determinación del precio, para poder aportar los suministros suficientes con los cuales se satisface la demanda (Riesco, 2018).

Capítulo 4. MÉTODO

4.1 Enfoque, alcance, diseño

En este apartado de métodos son descritos los criterios bases para el planteamiento de una metodología aplicada a una investigación como ser el enfoque, el alcance y el diseño del estudio.

4.1.1 Enfoque

Esta investigación en específico, hace uso de un enfoque cualitativo y cuantitativo ya que al integrar las técnicas de ambos enfoques se logra obtener dos tipos de información que permiten analizar el problema de forma numérica y desde las características específicas. Al hacer uso de únicamente uno de ellos, no sería posible recabar todas las respuestas necesarias en cantidad y calidad en relación a las preguntas de investigación.

4.1.2 Alcance

El alcance con el que se trabaja este estudio es de tipo descriptivo, porque se busca información que caracterice y/o conceptualice las variables del fenómeno o como su propio nombre lo indica, que describa cómo es percibido un problema desde distintas posiciones ya que se toma en cuenta la percepción de la población económicamente activa de Siguatepeque.

4.1.3 Diseño

Cada parte de los métodos con los que se aborda un problema está ligado al cumplimiento de objetivos, por lo que el investigador, tendrá que analizar con pensamiento crítico la tipología de diseños que vaya de acuerdo a las intenciones que haya planteado en su trabajo investigativo.

El diseño que será aplicado en esta investigación es de tipo no experimental, porque el investigador no modifica las variables del problema, pues se recolecta la información tal como sucede en la realidad, a diferencia de las investigaciones experimentales o cuasi experimentales, es decir, el investigador solamente se encarga de observar, analizar y comprender un problema por medio de sus variables, para las cuales recolecta y clasifica información de diversas fuentes.

Asimismo, el estudio cuenta con un diseño transversal porque el levantamiento de la información se ha realizado durante un solo momento en el tiempo, es decir que el instrumento fue aplicado una sola vez a cada participante y no se realizaron evaluaciones de seguimiento o con las que se analizará la evolución.

4.2 Variables

En el área de la investigación científica, las variables son los elementos de los que se hace uso para cuantificar o cualificar las propiedades de un fenómeno de estudio por

medio de los datos recolectados del mismo (Hernández et al., 2014). Las variables identificadas en esta investigación, se encuentran operacionalizadas en la siguiente tabla:

Tabla No 1
OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	
					Encuesta	Entrevista
Oferta	Se entiende como la relación que existe entre algún bien, sus características y el costo que este tiene (Aguado, 2022).	En el área de mercado, conocer cuáles son los recursos disponibles para satisfacer las necesidades de los clientes en Siguatepeque mediante una entrevista a los expertos inmobiliarios	Precio	Rango de precios de los productos Nivel socioeconómico	-	2,3
			Plaza	Medios y canales para comercialización	-	7
			Producto	Proyectos y servicios	-	4, 6
			Promoción	Fortalezas Oportunidades Debilidades Amenazas	-	1-4
			Competencia	Empresas inmobiliarias		1, 5
Demanda	Se refiere a la cantidad de personas que demuestran interés por la adquisición de un bien o producto (2022).	Conocer mediante las características de la población, el interés por bienes, las preferencias de espacio y diseño la demanda del mercado inmobiliario a través de una encuesta a pobladores de Siguatepeque.	Población	Edad Vivienda actual Ingresos anuales Empleo Estado civil Financiamiento de inmuebles Cantidad de miembros de familia con los que vive	1-6 9	-
			Interés	Ubicación de la propiedad Tipo de propiedad Precio de la vivienda	7-8	-
			Preferencias de espacio y diseño	Superficie útil Cantidad de habitaciones Diseño de la fachada	10-15	-

Nota: Elaboración propia.

4.3 Participantes

En este apartado se describen los sujetos que han de formar parte de la investigación por medio de la aplicación del instrumento de recolección de datos, estos sujetos serán clasificados y

seleccionados como participantes únicamente si cuentan con las cualidades y capacidades propicias para responder a la herramienta de levantamiento de información.

4.3.1 Población

En este estudio serán empleadas dos poblaciones: la primera constituida por la población económicamente activa de la ciudad de Siguatepeque, departamento de Comayagua. Esta población fue identificada por medio del estudio levantado por la UNAH (2022) donde se encontró por medio de proyecciones que para el año 2022 la población de esta zona del país es de 115,026 habitantes de la cual, según aproximaciones del Instituto Nacional de Estadística (INE), el 72.1% es la población económicamente activa, formando así una población de 82,934 personas.

La segunda población son los agentes que se desempeñan o residen en la ciudad de Siguatepeque, puesto que son las personas mejor capacitadas para responder cuales son las ventajas o desventajas que se observan en el mercado de los bienes inmuebles en la región.

4.3.2 Muestra

La muestra de una población es un grupo más pequeño de individuos que se extrae de la población o universo inicial, esta muestra puede ser extraída de manera estadística. Este método fue aplicado a una de las muestras del estudio, puesto que la muestra de

la PEA con la cual se trabajará esta investigación fue determinada por medio de una fórmula estadística para dar con una muestra representativa de la población económicamente activa de la ciudad de Siguatepeque. La fórmula en cuestión se representa de la siguiente forma:

$$n = \frac{K^2pqN}{E^2(N - 1) + K^2pq}$$

Donde:

- n es el tamaño de la muestra (personas a encuestar)
- K es el nivel de confianza
- p son los individuos que cuentan con las características elegibles para participar en el estudio
- q son los individuos que no cuentan con las características elegibles para participar en el estudio
- N es el tamaño de la población
- e es el margen de error tolerable

Los valores que se le asignan a K según su nivel de confianza se le asignan por medio de la siguiente tabla:

Tabla No 2
Valores de K

K	1,15	1,28	1,44	1,65	1,96	2	2,58
Nivel de confianza	75%	80%	85%	90%	95%	95,5%	99%

Reemplazando las incógnitas por los valores reales se obtiene:

- n=el valor que se quiere encontrar
- K=1.65 (90%)
- P=0.5
- q=0.5
- N=82,934 personas económicamente activas
- e=10%

$$n = \frac{1.65^2(0.5)(0.5)(82,934)}{0.10^2(82,934 - 1) + 1.65^2(0.5)(0.5)}$$

$$n = 69$$

De esta forma se obtuvo por medio de una fórmula representativa de muestreo que la población idónea a la cual ha de aplicárseles el instrumento de recolección de datos está conformada por 69 personas que figuran dentro del estrato activo dentro del mercado laboral.

En el caso de las muestras que son definidas por medios estadísticos conocidas como probabilístico, en el cual se encuentra el muestreo probabilístico aleatorio simple el cual suele estar encargado de garantizar que la población cuente con la misma oportunidad de que sean incluidos dentro de la muestra.

Por otro lado, las muestras que son definidas por medios no estadísticos, también llamados no probabilísticos, en este tipo de muestreo no seleccionan a sus integrantes aleatoriamente, sino que el investigador es el que elige, bajo sus propios criterios, a las personas que formarán parte del estudio, por lo que las probabilidades de que los sujetos que integran la población formen parte de la investigación se ven reducidas.

Para este estudio en singular será empleado el muestreo por conveniencia para formar la segunda muestra. Con esta técnica son seleccionadas puntualmente las personas a las que se les aplicará el instrumento de recolección de datos. Como su nombre lo indica, la elección de las personas que formen parte de la muestra está condicionada por la conveniencia con la que el investigador pueda dirigirse a ellas, de modo que fueron seleccionados cuatro agentes de bienes inmuebles para que les fuera aplicado uno de los instrumentos de recolección de datos.

Criterios de selección:

- Personas económicamente activas de la ciudad de Siguatepeque
- Agentes de bienes inmuebles de la ciudad de Siguatepeque

Criterios de exclusión:

- Personas en estado laboral inactivo o pasivo de la ciudad de Siguatepeque
- Agentes de bienes inmuebles que no residan o trabajen en la ciudad de Siguatepeque.

4.4 Instrumentos

Para recopilar información fidedigna del estudio, se ha seleccionado como técnica la encuesta, esta técnica será aplicada a las personas que formen parte de la primera muestra, es decir, a la población económicamente activa residente en la ciudad de Siguatepeque, departamento de Comayagua.

Esta encuesta está conformada por 15 preguntas cerradas (ver anexo 1), puesto que no se les ofrece a los encuestados la posibilidad de expresar otras respuestas que no se encuentren entre las opciones del mismo instrumento que consta de una escala de cinco niveles tipo Likert.

La segunda técnica en la que se aplica el cuestionario en esta investigación es la entrevista, que se aplica comúnmente en los trabajos de exploración científica cualitativa, por medio de esta técnica es posible recabar información de los sujetos de análisis sobre sus experiencias y su percepción sobre el fenómeno que se quiere conocer.

En esta ocasión se ha diseñado una entrevista dirigida por un cuestionario que consta de 4 preguntas abiertas (ver anexo 2) en las que los participantes podrán responder sobre las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del mercado inmobiliario. Por otro lado, se ha creado también un cuestionario de 7 preguntas abiertas (ver anexo 3) para evaluar la oferta del sector inmobiliario de Siguatepeque, el cual se ha planificado aplicar mediante una entrevista a los agentes de bienes inmuebles de la ciudad Siguatepeque, donde se les cuestiona sobre las empresas inmobiliarias, los precios que ofrecen, el sector de la población al cual dirigen sus servicios, los proyectos o viviendas que ofrecen y los medios de distribución que utilizan.

4.5 Procedimientos

Para llevar a cabo este estudio fue necesario hacer una revisión profunda sobre el entorno y la situación actual del escenario que se busca explorar, en este caso, el mercado de los bienes inmuebles. Después de haber analizado las condiciones del entorno, se identificó el problema de investigación definido en el primer capítulo del trabajo. Posteriormente se hizo una recolección de información de diversas fuentes teóricas en donde se pudo observar el problema desde distintos puntos de vista y desde la experiencia y conocimientos de varios especialistas.

Fue posible plantear una metodología que fuera capaz de responder a los objetivos que pretenden abordar el fenómeno de investigación desde el punto de vista investigativo.

Los instrumentos han de ser aplicados a las poblaciones correspondientes e inmediatamente después de ser contestados por la totalidad de los participantes se emprende el análisis de resultados, de manera que los hallazgos que permitan las herramientas de levantamiento de datos sean expresados con la mayor claridad y coherencia posible, de manera que las conclusiones y recomendaciones mantengan relación con todo el trabajo investigativo realizado.

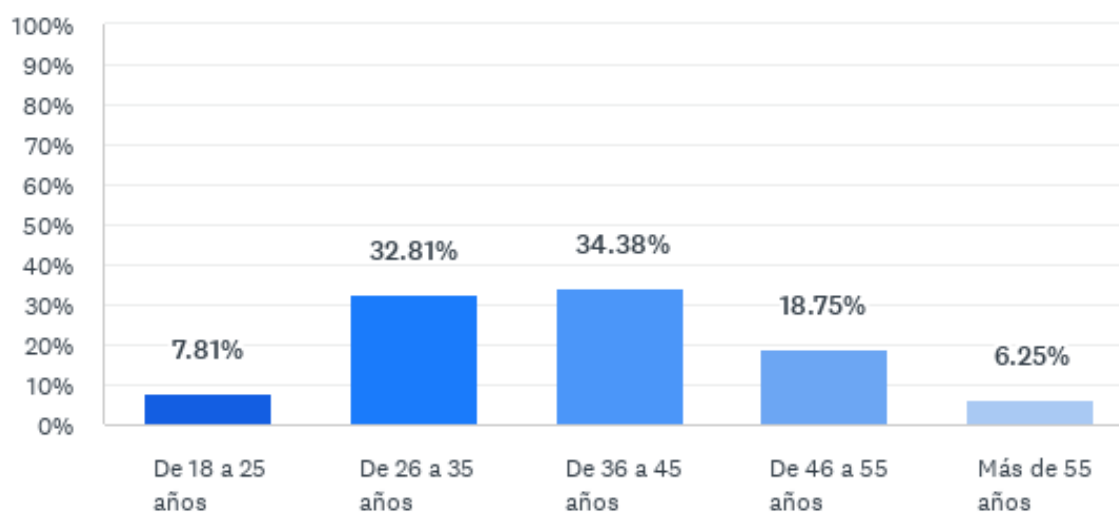
Capítulo 5. RESULTADOS

En este capítulo serán detallados los resultados obtenidos después de la aplicación de los correspondientes instrumentos.

5.1 Análisis de resultados cuantitativos

Figura No 1

Edad

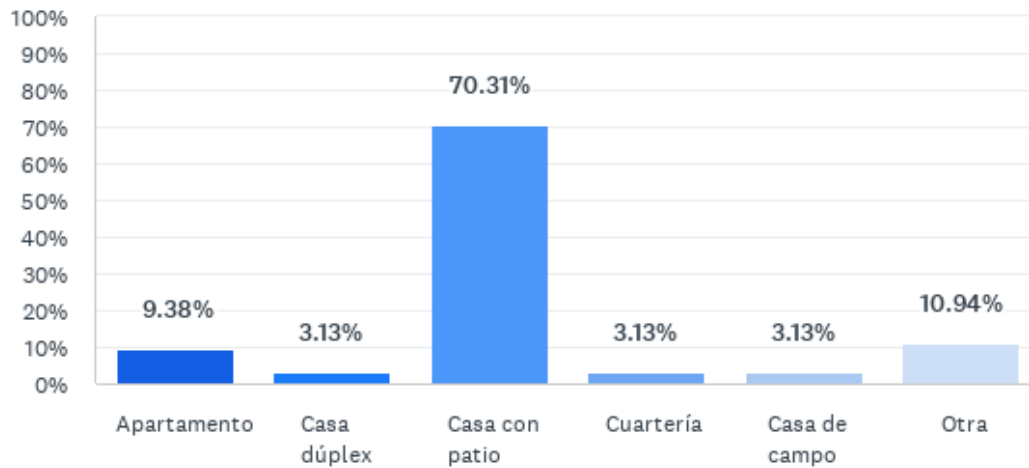


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Se ha consultado se los encuestados sobre la edad ante lo cual se ha obtenido que el 7.81% tienen de 18 a 25 años, mientras que un 32.81% tienen de 25 a 35 años, un 34.88% tiene de 36 a 45 años de edad, el 18.75% tiene de 46 a 55 años y tan sólo el 6.25% cuenta con más de 55 años de edad. Por lo que la mayoría se encuentra entre los 36 a 45 años de edad.

Figura No 2

Tipo de vivienda en que reside

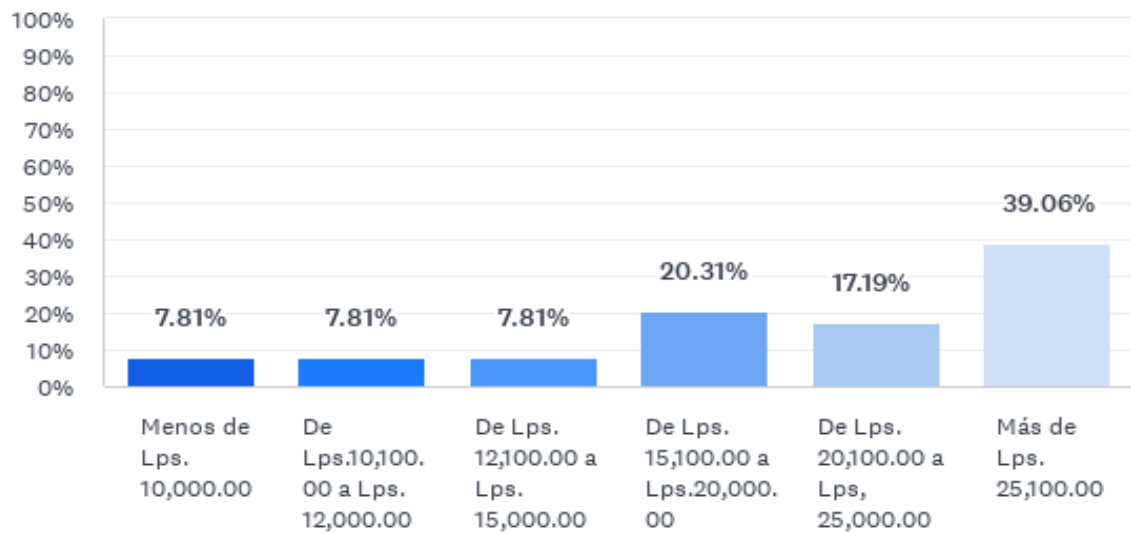


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes realizadas a los encuestados ha sido el tipo de vivienda en el cual reside ante lo cual se ha obtenido que el 70.31% cuenta con casa con patio, mientras que el 9.38% posee apartamento y un 3.13% posee casa de campo; siendo en su mayoría los que poseen una casa con patio.

Figura No 3

Ingreso familiar mensual

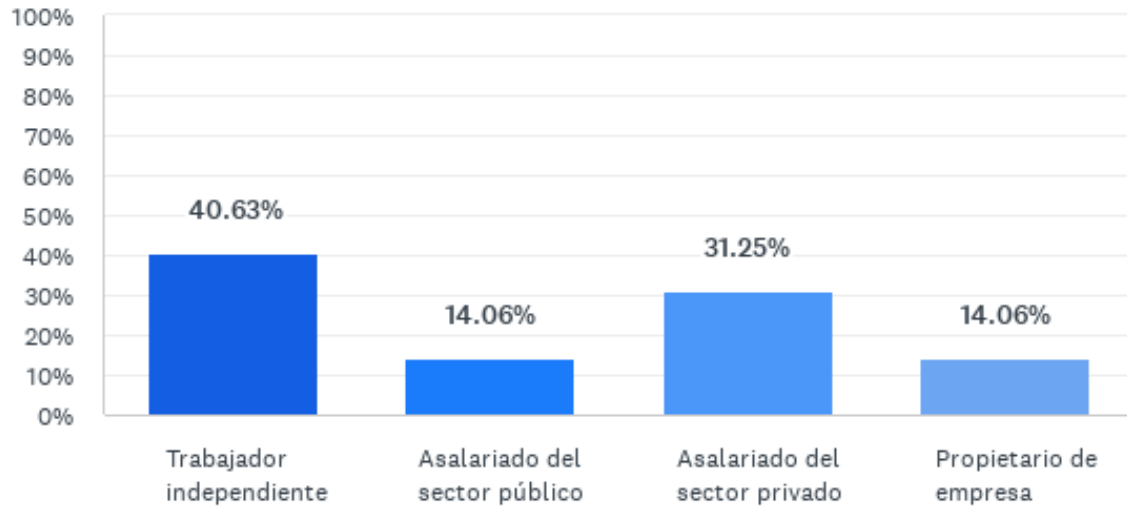


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

De acuerdo a la interrogante sobre el ingreso mensual se ha obtenido que en un 39.06% tienen un ingreso familiar mayor a los 25,100 lempiras, mientras que el 20.31% tiene un ingreso de 15,100 a 20,000 lempiras de manera mensual, en el caso del 7.81% posee un ingreso mensual de menos de 10,000 lempiras; siendo en su mayoría los que poseen un ingreso mensual de más de 25,100 lempiras.

Figura No 4

Tipo de empleo

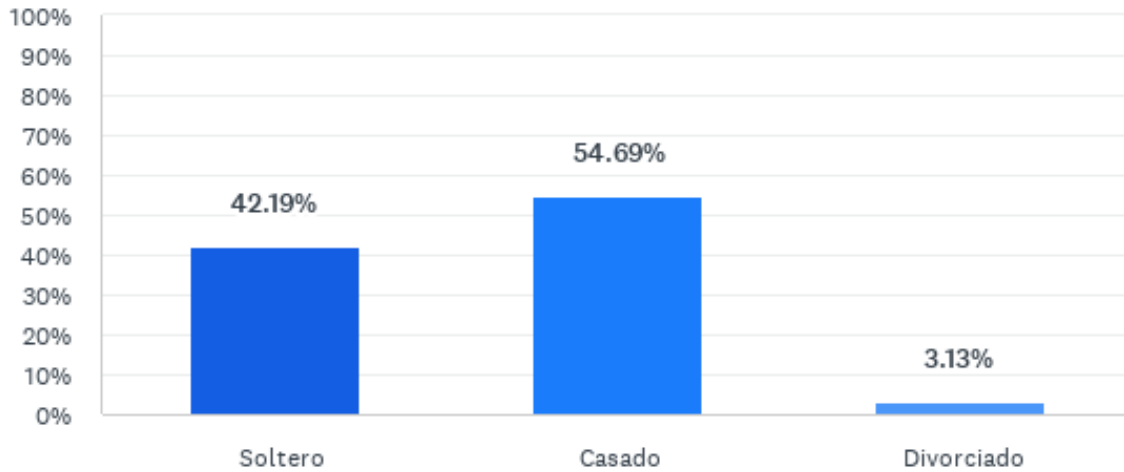


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes planteadas ha sido que el tipo de empleo que tiene el encuestado, ante lo cual se ha obtenido que el 40.63% es trabajador independiente, el 31.25% son asalariados que trabajan para el sector privado, y tan solo un 14.06% ha mencionado ser propietario de su propia empresa, siendo la mayoría los que son trabajadores independientes.

Figura No 5

Estado civil

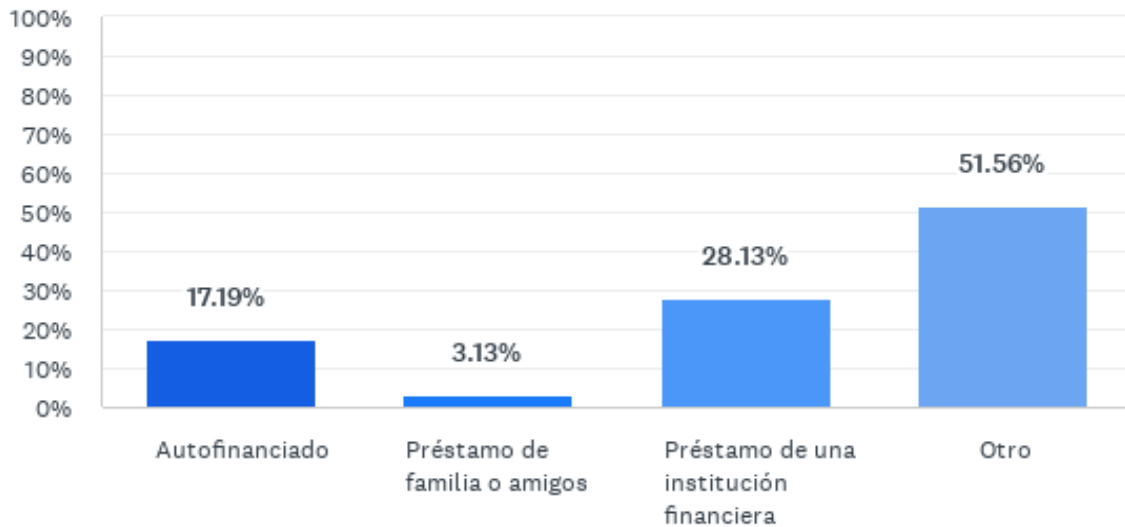


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al estado civil de los encuestados se ha obtenido que el 54.69% se encuentran casados, el 42.19% su estado civil es soltero y el 3.13% está divorciado, por lo que al momento de la aplicación de la encuesta se obtuvo que en su mayoría se encuentran casados.

Figura No 6

Forma de pago del inmueble donde reside

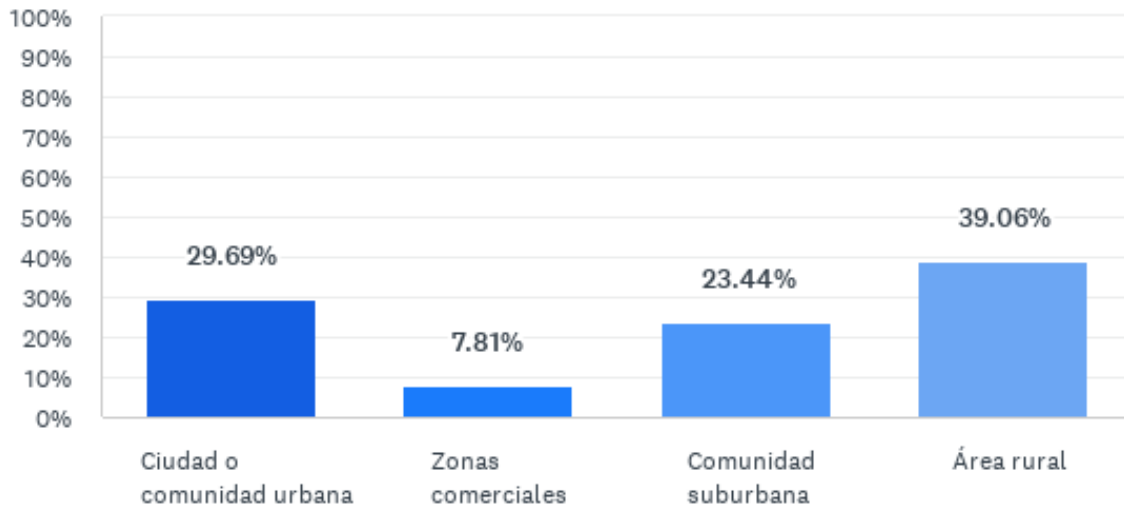


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes realizadas a los encuestados ha sido cuál es la forma de pago del inmueble en el que reside en este momento ante lo cual se ha obtenido que el 51.56% lo hace con otra manera a las expuestas, el 28.13% lo paga mediante préstamo con una institución financiera y tan solo el 3.13% realiza los pagos mediante préstamo familiar o de algún amigo.

Figura No 7

Área en que está interesado en ver un inmueble

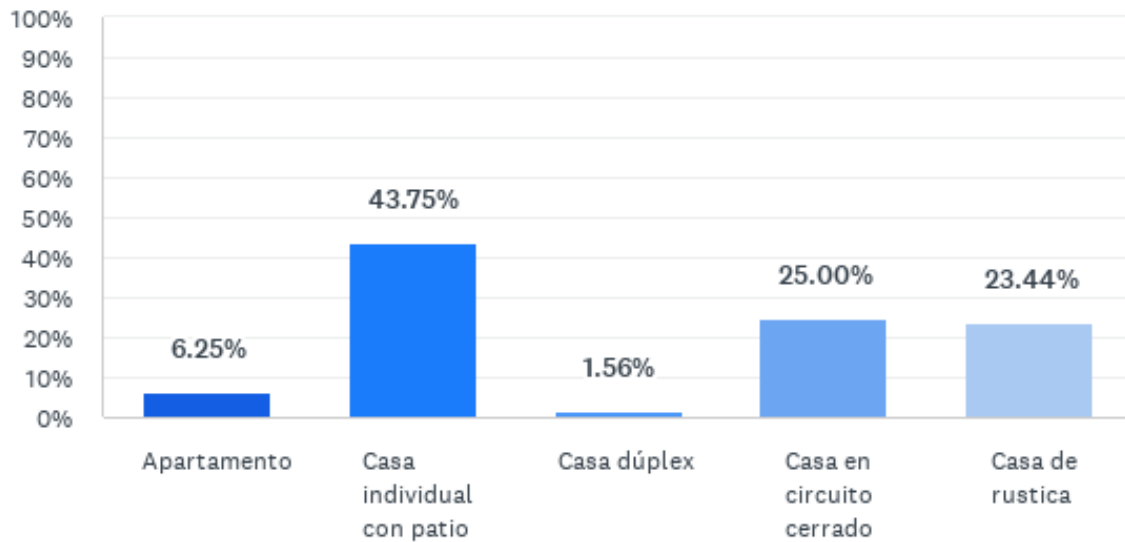


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al área en la cual se encuentra interesado en ver un inmueble se ha obtenido que el 39.06% lo prefiere en el área rural, mientras que el 29.69% en la ciudad o comunidad urbana, y por otro lado, el 23.44% lo quiere en una comunidad suburbana, siendo la mayoría de encuestados los que desean ver un inmueble el cual este ubicado en las zonas rurales de Siguatepeque.

Figura No 9

Tipo de propiedad que le gustaría adquirir

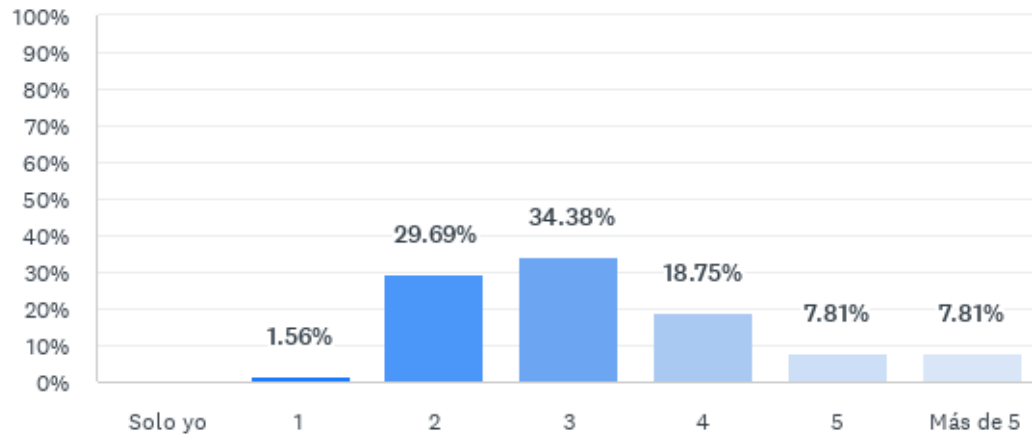


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al tipo de propiedad que le gustaría adquirir se menciona que el 43.75% desea una casa individual la cual tenga patio, por otra parte, el 25% prefiere una casa con circuito cerrado, el 23.44% busca una casa rústica, por lo que la mayoría de los encuestados desean una casa individual la cual incluya patio.

Figura No 8

Cantidad de personas que van habitar en la casa

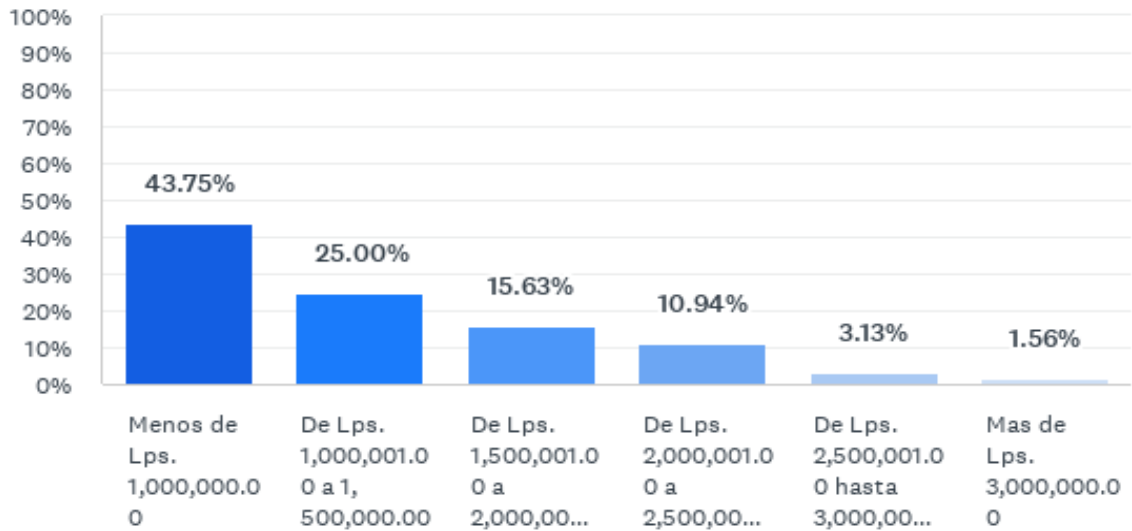


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes realizadas a los encuestados es la cantidad de personas que van habitar en la casa ante lo cual se ha obtenido que el 34.38% mencionó que tres personas, el 29.69% ha mencionado que 2 personas y tan solo el 1.56% ha mencionado que 1 persona, por lo que en su mayoría la cantidad de personas que habitarán la vivienda son 3.

Figura No 9

Rango de precios que estaría dispuesto a pagar por la adquisición de un inmueble

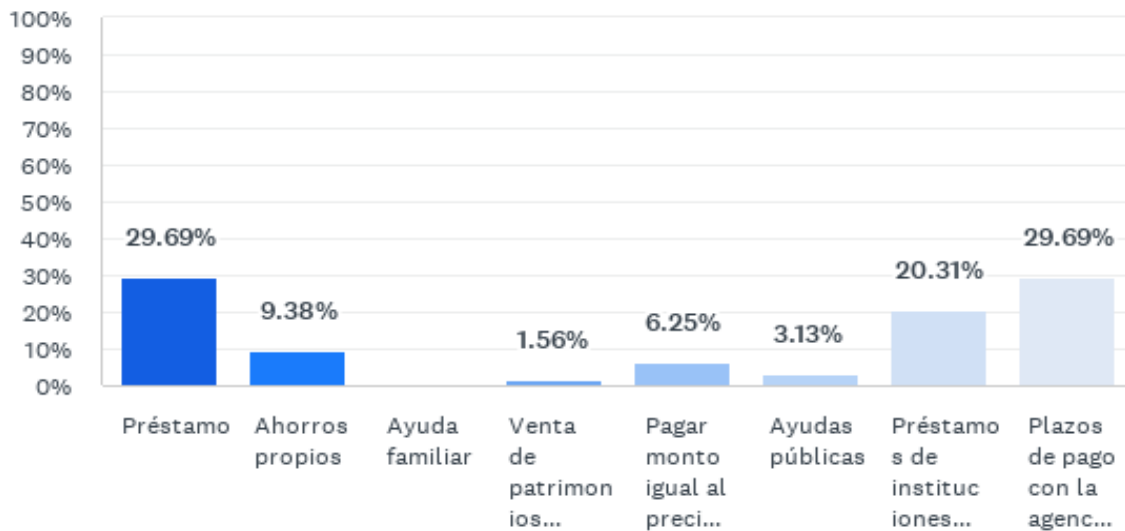


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al rango de precios los cuales se encuentran dispuestos a pagar por la adquisición del inmueble se ha mencionado que el 43.75% está dispuesto a pagar menos de un millón de lempiras, en un 25% están dispuesto a pagar entre el rango de un millón a un millón quinientos mil lempiras y tan solo el 1.56% se encuentra dispuesto a para más de tres millones de lempiras por un bien inmueble.

Figura No 10

Tipo de financiamiento que usará para la adquisición de la vivienda

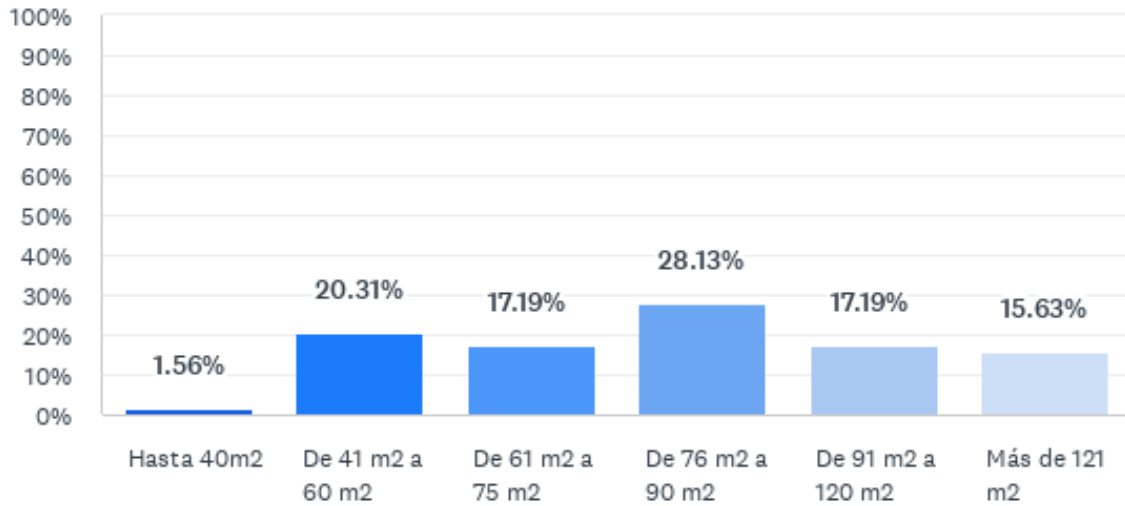


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes planteadas a los encuestados ha sido sobre el tipo de financiamiento que será utilizado para poder adquirir la vivienda en la cual obtiene que el 29.69% lo puede hacer en pago en plazos con agencias bancarias, y en el mismo porcentaje lo hará mediante préstamos, el 20.31% la va adquirir mediante préstamos de instituciones y el 1.56% lo realizará mediante la venta de patrimonios. Siendo la mayoría los que lo realizará mediante pagos a plazos con agencias.

Figura No 11

Superficie útil para su vivienda

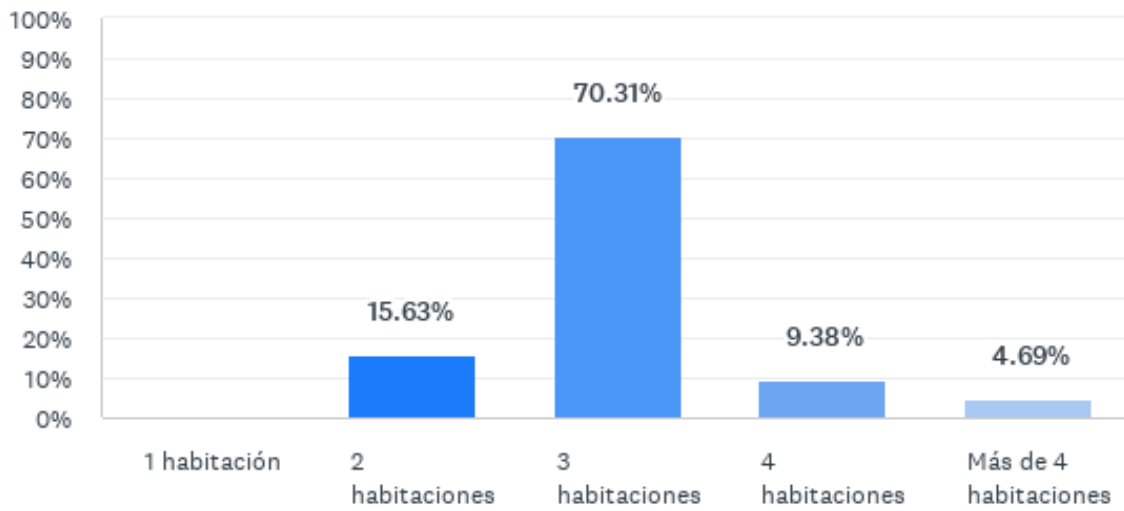


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Otra de las interrogantes ha sido sobre la cantidad de superficie útil para la vivienda, y se ha obtenido que el 28.13% mencionó que de 76 m² a 90 m² en un 20.31% ha mencionado que de 41 m² a 60 m²; mientras que el 1.56% ha mencionado que hasta el 40 m² siendo en su mayoría los que desean una superficie útil de e 76 m² a 90 m².

Figura No 12

Tipo de infraestructura que prefiere en su vivienda

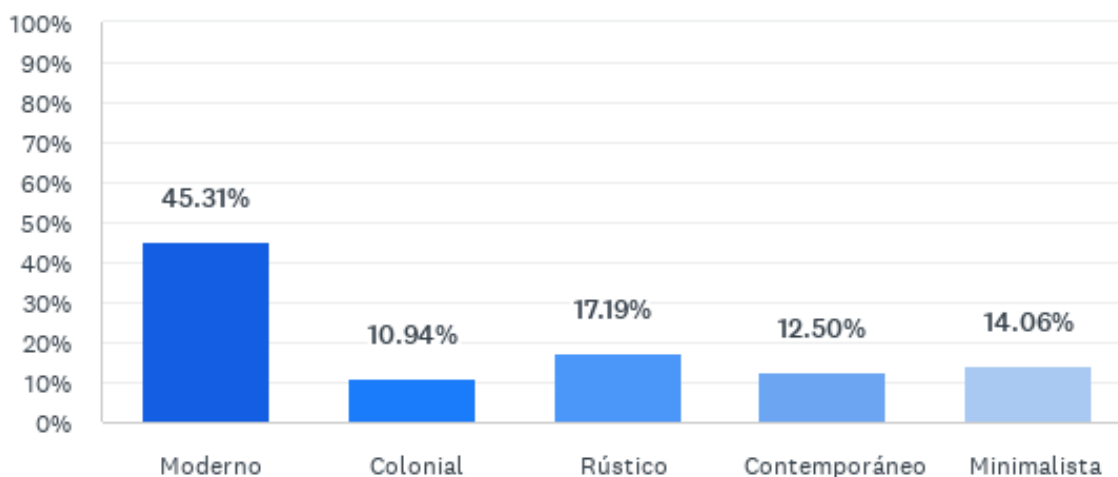


Nota: elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al tipo de infraestructura que prefieren en la vivienda los encuestados han mencionado que el 70.31% prefiere tres habitaciones, el 15.63% prefiere dos habitaciones y el 4.69% tiene preferencia por más de 4 habitaciones, por lo que la mayoría de los encuestados desean por lo menos tres habitaciones en sus viviendas.

Figura No 13

Tipo de diseño que le agrada para la fachada de la vivienda

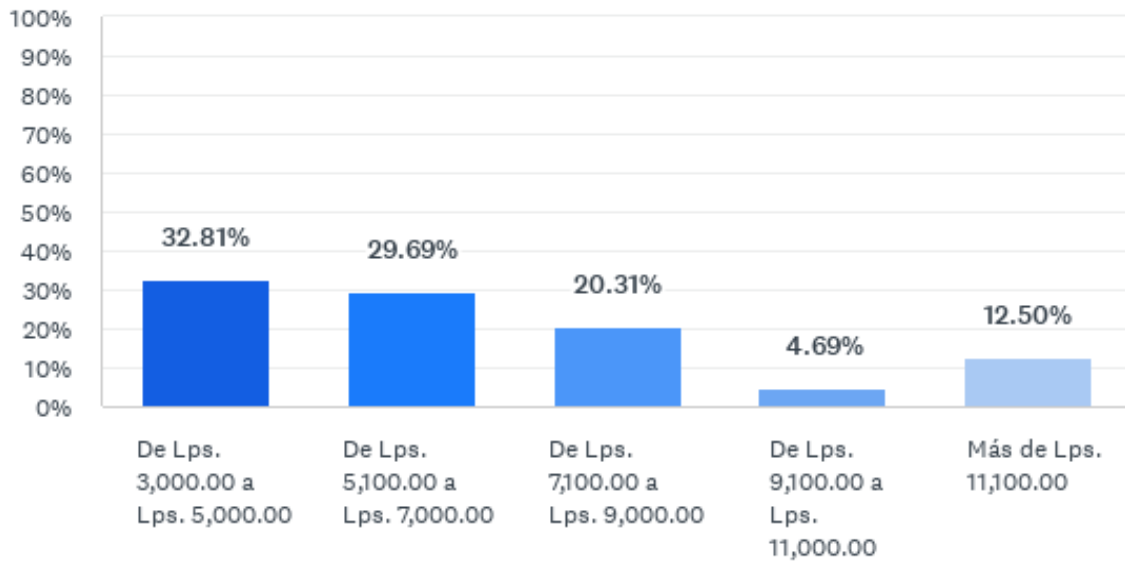


Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

De acuerdo a la interrogante sobre el tipo de diseño agradable a la fachada de la vivienda el 45.31% ha respondido que moderno, mientras que el 17.19% mencionó que rústico y tan solo un 10.94% las prefiere con un diseño rústico, siendo la mayoría los que han elegido un diseño moderno para la fachada de las viviendas.

Figura No 14

Rango de cuotas que estaría dispuesto a pagar



Nota: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con relación al rango de cuotas las cuales estaría dispuesto a pagar el 32.81% de los encuestados mencionó que, de 3,000 a 5,000 lempiras, en un 29.69% han mencionado que están dispuesto a pagar de 5,100 a 7,000 lempiras y tan solo el 4.69% está dispuesto a pagar dentro del rango de 9,100 a 11,000 lempiras, por lo que la mayoría solo están dispuesto a para un rango de 3 mil a 5 mil lempiras de cuota por una vivienda.

5.2 Análisis de resultados cualitativos

Con relación a las fortalezas que son observadas dentro del mercado de bienes inmuebles de la ciudad de Siguatepeque pueden ser mencionadas la demanda de viviendas, el contar con una excelente ubicación, así como se posee tanto una demanda como una oferta amplia la cual está en la búsqueda de viviendas.

Asimismo, se presentan oportunidades de mercado inmueble en la ciudad de Siguatepeque ya que se puede tener precios accesibles, la oportunidad de seguir desarrollando, la facilidad que hay con los créditos los cuales son otorgados por parte de Banhprovi, así como la diversidad de precios que pueden encontrarse.

Algunas de las debilidades que se encuentran en este mercado, son el incremento que se presenta en los precios, así como la falta de los servicios básicos, los altos impuestos municipales que se deben pagar, así como la escasez de los terrenos para desarrollar, así como alto costo de los terrenos que pueden ser urbanizados, el deficiente marketing de los productos, así como de capacitación para el personal de ventas.

Las amenazas más significativas que se pueden presentar en la rentabilidad del mercado de los bienes inmuebles en Siguatepeque son las inundaciones, el incremento en el costo de los terrenos y el desarrollo urbanístico, incluidos los costos municipales y gubernamentales, así como los altos impuestos, las limitaciones que pueden tener los

terrenos, el aumento en el número de desarrolladores de manera informal en la zona, y las lotificaciones sin estándares y sin los respectivos permisos.

5.3 Análisis del mercado

De acuerdo con Díaz como se citó en Arévalo (2018) el estudio de mercado es la recopilación de información la cual está relacionada a la variedad de elementos que lo constituyen para la realización del análisis, este estudio permitirá poder tomar algunas decisiones para la creación de un negocio o empresa.

5.3.1 Definición del mercado meta

El mercado meta del municipio de Siguatepeque donde se encontró por medio de proyecciones que para el año 2022 cuenta con 115,026 habitantes de los cuales 53,423 son hombres y 61.603 mujeres, el 20.85% de la población es del área rural y el 79.15% es del área urbana lo que el mercado inmobiliario puede ayudar a contribuir con las personas que desean obtener una vivienda.

5.3.2 Segmentación del mercado

Según Villegas (2019) la segmentación de mercados es definida como un grupo de usuarios que responden similarmente a un vínculo de ciertos esfuerzos de marketing. La segmentación es un proceso de dividir mercados completos en pequeños grupos con la finalidad de llegar de manera útil y lograr la satisfacción las necesidades particulares

con los productos y servicios a su medida, permitiendo a las empresas obtener una ventaja competitiva en el mercado.

En cuanto la segmentación de mercado suele estar de acuerdo con la segmentación geográfica, democrática ya está dirigida a toda la población que se encuentra económicamente activa y a los agentes que se desempeñan o residen en la ciudad de Siguatepeque con la intención de proporcionarles a las personas un lugar apropiado para su vivienda.

5.3.3 Definición del producto

Características

- Precio de la tierra.
- Dinámica de mercado puede fluctuar
- Comprende las negociaciones.
- Requiere de un buen análisis.

Beneficios

- Incremento poblacional en la ciudad equivalente a un valor más alto de propiedades.
- Amparo ante la devaluación de la moneda.
- No se necesita experiencia para la inversión de mobiliario.
- Tiene beneficios fiscales.

- Ayuda para una mejor jubilación.

5.3.4 Naturaleza y usos del producto

El producto está diseñado para los diversos segmentos del mercado, de acuerdo a las necesidades de las personas que están en busca de obtener una vivienda que pueda satisfacer algunas necesidades; que tenga costos variables y que sean accesibles de acuerdo a los requerimientos de los clientes y las cantidades demandadas.

5.3.5 Análisis de la demanda

De acuerdo con las respuestas a la encuesta planteada en este estudio, se ha identificado una tendencia clara en las preferencias del mercado meta del estudio, entre ellas se encuentran las siguientes:

- Más de un 70% de la población reside en casa con patio.
- Ha predominado en un 39.06% el interés por un inmueble en área rural, seguido del 29.69% en ciudad o comunidad urbana.
- Al 43.75% le gustaría adquirir una casa con patio, mientras el 25% prefiere una casa con circuito cerrado y poco más del 23% una vivienda de estilo rústico.
- Con un 34.38% la cantidad más frecuente de personas que habitarán la vivienda fue de tres personas y el 70.31% ha preferido viviendas de tres habitaciones.
- El 28.13% tiene preferencia por una superficie de 61 m² a 75 m² para construcción de la vivienda.

- El diseño que ha preferido la mayoría en un 45.31% es un diseño moderno.

5.3.6 Cuantificación de la demanda

La cuantificación de la demanda indica la cantidad de personas que pueden ser consideradas como compras potenciales. Dentro de las características criterios que se han tomado en cuenta para el cálculo de la demanda se encuentran el nivel o cantidad de ingresos que tienen las personas, además de la cantidad que están dispuestos a pagar para adquirir un producto inmobiliario.

Tabla No 3
Cuantificación de la demanda

Delimitación	Cantidad	
	Porcentaje (%)	Miles
Población	100	115.026
Población económicamente Activa PEA	72.1	82.934
Segmentación		
Hogares (mediante factor nacional)	4.56	3.78
Ingresos mayores a 20,000 lempiras	56.25	2.127
Población a invertir L 1,000,000 o más en una vivienda	56.25	1.196
Viviendas Demandadas		1.197

Nota: Elaboración propia.

Para el presente estudio, de acuerdo a datos nacionales, se ha delimitado que la población de Siguatepeque corresponde a 115,026 habitantes, y tomando en cuenta que la población económicamente activa de interés que se considera es 82,934 habitantes.

Para segmentar esta población se utilizó el 4.72% tomando en cuenta que el promedio de hogares a nivel nacional, además de un 56.25% que cumple con el criterio de tener ingresos mayores a 20,000 lempiras y estar dispuestos a pagar más de un millón de lempiras por una vivienda, teniendo como resultado una cantidad de 1,238.50 viviendas que podrían ser compradas.

5.3.7 Análisis de la oferta

De acuerdo con el informe del Banco Central de Honduras [BCH] (2021) el sector residencial experimentó la disminución de proyectos de vivienda en 2020, en comparación con el 2019, éste correspondió a un porcentaje igual a 26.1% a nivel nacional y dentro del cual se incluye la ciudad de Siguatepeque como una de las que experimentó mayor disminución junto a San Pedro Sula, Valle de Ángeles y Tegucigalpa.

No obstante, para el segundo trimestre del año 2022 se ha evidenciado un significativo crecimiento en construcción residencial, del 52.7%, teniendo siempre la ciudad de Siguatepeque una participación importante. Lo que significa que actualmente existen varios proyectos de vivienda para esta ciudad (Palacios, 2022).

Por otro lado, aunque se desconocen los datos específicos del crecimiento de proyectos inmobiliarios, el estudio de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras [UNAH] (2022) demuestra que las zonas con mayor crecimiento de vivienda durante los últimos años en Siguatepeque son las zonas más antiguas de la ciudad, como los barrios San

Miguel, San Antonio y barrio el Centro y en la zona de mayor crecimiento se encuentran las viviendas en las que existe mayor población ubicadas en el barrio Zaragoza, Suyapa y las colonias Militar y San Fernando, mientras, la zona noreste cuenta con un número de viviendas mucho menor a los barrios de mayor concentración poblacional y uno de los aspectos que influye es la poca oferta accesible para los usuarios, que brinda sólo productos inmobiliarios con ingresos bastante específico, por lo que son extranjeros o foráneos quienes tienen mayor aprovechamiento en la compra.

5.3.7.1 Análisis de la Competencia

Tomando en cuenta la ubicación de Siguatepeque, se considera que existen ventajas que le posicionan como un destino atractivo para el sector inmobiliario, además esta región goza de un clima y ambiente agradable para personas del interior como el exterior tal como lo demuestra el estudio de Cáceres y Moreno (2013).

Actualmente la ciudad de Siguatepeque ha experimentado mejoras importantes que resultan clave para el sector inmobiliario como la terminación de obras viales y la construcción de comercios en las cercanías, así como la localización del aeropuerto Palmerola. Esto ha generado que exista presencia de algunas empresas inmobiliarias dentro de las cuales se encuentran las mencionadas a continuación.

Tabla No 4
Competencia del sector inmobiliario en Siguatepeque

EMPRESAS DE BIENES RAÍCES	PROYECTOS
Bienes raíces Terra, INCO Ingeniería y Construcción S de R.L	Compra venta de propiedades en sector urbano y rural con 9 años de experiencia, viviendas modernas, personalizadas con áreas desde 60 m cuadrados de construcción hasta 132 metros cuadrados.
Inmobiliaria Mi Casa	Construcción de vivienda con finos acabados y modelos adaptados a las necesidades del cliente, en áreas desde 70 metros cuadrados.
Sig-Urban Inmobiliaria y Lotificadora S. de R. L. De C.V.	Colonia el Circilar con viviendas de alta calidad y todos los servicios básicos, colonia Las Teresas orientado a la lotificación y venta de terrenos con área social, servicios públicos seguridad y alta plusvalía, residencial Hacienda Real 97 lotes de terreno, con áreas sociales, recreativas y circuito cerrado.
Inverprop	Alquiler o compra de propiedades, casas y lotes en áreas rurales y residenciales.
Arboleda Inmobiliaria	Venta de lotes, venta de casas, proyectos de viviendas sociales, proyectos de construcción de casas, asesoría financiera.
Acos-h	Venta de casas, venta de lotes para construcción de viviendas, compra venta de casas.
Inmobiliaria Interurb	Venta de lotes a precio accesible, en zonas exclusivas, construcción de casas, financiamiento, venta de casas.
ID&AR	Venta de lotes, venta de casas, construcción de casas personalizadas de acuerdo a las necesidades de los clientes, finos acabados, asesoría en financiamiento.
Constructora JYR	Venta de lotes de 200, 400 y 500 varas cuadradas con todos los servicios básicos, venta de casas, construcción de casas desde 320 a 345 varas con modelos prediseñados, diseños minimalistas y viviendas con todos los acabados y servicios. Diseño de planos, elaboración de presupuestos, avalúos.

Nota: Elaboración propia.

De acuerdo con las entrevistas, las inmobiliarias que se encuentran en Siguatepeque tienen proyectos dirigidos a clases sociales desde niveles socioeconómicos bajos hasta altos, con exclusivas localidades y proyectos residenciales, además cuentan con ventas de lotes y servicios como el asesoramiento financiero.

Entre los medios que utilizan la competencia para ofertar sus proyectos se ha encontrado que el más utilizado son redes sociales, siendo Facebook en la que más presencia se ha observado. Así mismo hacen uso de WhatsApp Business, Instagram, Tik Tok, y en menor medida las inmobiliarias cuentan con página web, medios de comunicación local como; canales de televisión y radio.

5.3.8 Análisis de precios

Al analizar los precios de la oferta de vivienda en la ciudad de Siguatepeque se han encontrado diversos precios, según el modelo de la vivienda y la capacidad habitacional de cada una. Para los lotes de terreno los precios varían según la cantidad de varas o metros cuadrados que oscilan entre las 300, 400 y 500 varas cuadradas los más comunes, con disponibilidad de precios entre 450,000 y 750,000 lempiras.

Tabla No 5
Precios en el mercado inmobiliario de Siguatepeque

Lotes	Viviendas cuotas	2 habitaciones	3 habitaciones	4 habitaciones
L.450,000 a	L.2,725 a	L.1,397,756.30	L.1,600,00.00 a	L.3,735,110.80 a
L.750,000	L.4,800	a L.2,000,000	L.3,000,000.00	L.6,837,995.30

Nota: Elaboración propia.

Para las viviendas se han identificado cuotas accesibles, desde 2,725 lempiras y 4,800 lempiras. Para las viviendas de dos habitaciones los precios rondan los 1.3 y 2 millones, en cuanto a las viviendas de tres habitaciones los precios pueden variar entre 1.6 y 3

millones y para las viviendas de hasta 4 habitaciones se han encontrado precios entre los 3.7 millones y más de 6 millones de lempiras.

Para este estudio se ha identificado que el 43.75% ha mencionado tener disponibilidad para pagar por un inmueble, menos de 1 millón de lempiras, el 51.57% más de un millón y sólo un 4.68% cuenta con disposición de pagar una vivienda de más de 2.5 millones de lempiras. Estos rangos se encuentran en similitud a los precios que actualmente se observan en el mercado, no obstante, la situación se torna más difícil para quienes requieren de una vivienda de menos de 1 millón. Por otro lado, el 82.81% tiene disposición para pagar cuotas entre 3,000 y 9,000 lempiras.

5.3.9 Estrategia de introducción y comercialización del producto

Con base en los resultados del estudio, se identifican fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas percibidas por los agentes de bienes inmuebles en cuanto al mercado inmobiliario en la ciudad de Siguatepeque. Estos factores se consideran relevantes para la toma de decisiones respecto a las estrategias de introducción y comercialización de los productos inmobiliarios, porque atraer el cliente requiere destacar las preferencias o necesidades y tener un lugar en su mente.

Tabla No 6
Análisis FODA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Demanda de las viviendas. • Viabilidad para nuevos proyectos. • Migración de pobladores de otros departamentos. • Ubicación de Siguatepeque. 	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento económico de la zona • Altas oportunidades de desarrollo social • Disponibilidad de crédito por medio de Banhprovi. • Reducción de niveles de hacinamiento.
Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Alto costo de los terrenos. • Debilidades en el mercadeo. • Falta de capacitación en personal de ventas. • Dificultades con la gestión de servicios básicos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Permiso de lotificación. • Irregularidades en la tenencia de la tierra. • Alto costo de impuestos. • Desconfianza por el crecimiento de desarrolladores informales.

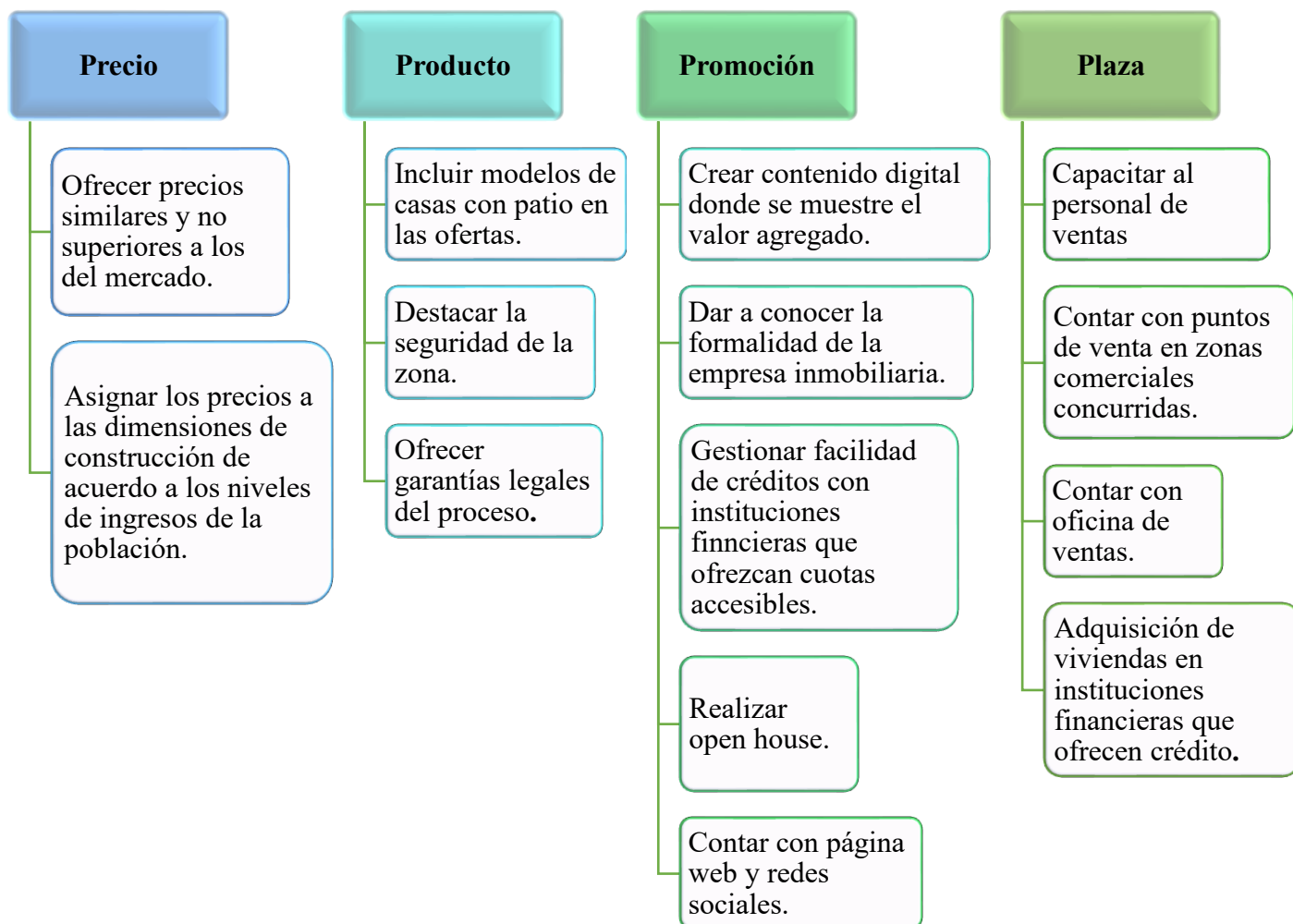
Nota: Elaboración propia.

En este sentido, se identifica que las oportunidades y fortalezas son un punto importante para contrarrestar las debilidades del mercado inmueble en Siguatepeque, porque son factores que pueden ser utilizados para posicionar mejor el producto, lograr un mejor alcance en la audiencia e informar sobre las cosas que resultan de interés, así como destacar aquellas características que generen seguridad en el comprador y que ubique el producto como mejor frente a las otras ofertas de la zona.

En este estudio se ha determinado que las estrategias para marketing inmobiliario que resultan más convenientes se basan en las 4P, estas son estrategias de precio, producto,

plaza (o distribución) y promoción. Además, se ha de requerir de capacitaciones para fortalecer las competencias de los agentes de venta.

Figura No 15
Estrategias para mercado inmobiliario



Nota: Elaboración propia.

Capitulo 6. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

Según encuestas realizadas trimestrales por el Banco Central de Honduras (2023) tomado datos a nivel de país, con relación al tema de estudio, se reportó un total de 395 miles de m² para el primer trimestre del 2022 en relación para el 2021 que hubieron 168.8 miles de m² más (74.6%) logrando un incremento en la construcción de viviendas con 156.2 miles de m² (95.8%) ejecutadas en los municipios de San Pedro Sula, Distrito Central entre otros, para el primer semestre del año 2022.

Se considera que estas ciudades han experimentado un crecimiento mayor pero similar al de la ciudad de Siguatepeque y que como lo dejan ver las estadísticas nacionales de construcción anual el sector residencial ha presentado mayor crecimiento, observando que los proyectos inmobiliarios tuvieron un crecimiento del 52.7% y la construcción de viviendas representa el 70.8% de ese crecimiento (Palacios, 2022). De ahí que se presenten algunas comparaciones entre los mercados.

De acuerdo con las cifras expuestas por el Colegio de Ingenieros Civiles de Honduras (2023) en San Pedro Sula para el año 2022 en el sector inmobiliario se reactivó la venta de casas en la parte comercial y residencial en la cual hasta el momento sigue generando demanda y aunque la oferta es escasa, lograron proyectos de residenciales con un incremento del 3.09% estipulado en 1,564 millones de lempiras y en más del 72% en inversiones privadas estas fueron en comparación a las del 2021 en la Capital Industrial de Honduras. Se manifestó que el año 2022 fue un buen año, hay causas que señalan la reactivación económica y condiciones blandas de financiamiento para lo que

son las compras de viviendas y realización de proyectos que están entre el 8% al 10% anual.

Según Carías (2020) en Siguatepeque en los últimos años se ha generado un aumento de viviendas con un grado de urbanización del 79% de la población y contando con un total de 19,966 viviendas, con el nivel de hacinamiento estipulado por 3.68 personas que habitan en cada vivienda en el área urbana, las personas en el área rural cuentan con 10,006 viviendas con un nivel de hacinamiento de 2.30 personas por vivienda, teniendo un total de 29,972 viviendas en Siguatepeque, las cuales solo están ocupadas 24,164.

Según Acosta y Castañeda (2020) en la ciudad de Tegucigalpa el 42.4% de las personas optan por tener un diseño agradable para la fachada de la vivienda, el 58.1% desean tener una casa individual con patio, el 34% está dispuesto a pagar por la adquisición de una vivienda de 500,000.00 a 749,000.23 lempiras, y el 58% de las personas desean obtener una casa de 3 habitaciones.

En Siguatepeque, el 45.31% de las personas optan por tener un diseño agradable para la fachada de la vivienda, el 43.75% una casa individual con patio, el 43.75% está dispuesto a pagar un millón de lempiras por la compra de una vivienda y el 70.31% desea una casa con 3 habitaciones.

En conclusión, Tegucigalpa y Siguatepeque coinciden con las preferencias en la adquisición de una vivienda, lo cual se muestra en el estudio de mercado que algunas personas de Tegucigalpa y San Pedro sula optan por tener una vivienda en Siguatepeque o viceversa ya que los porcentajes son prácticamente similares.

En el área local se reporta para el año 2022, un total de área constructiva para el sector formal de 47,421.85 m² lo que representa un promedio de 527 viviendas post pandemia, superando ese monto este año a un 15%, con un total de 54,102.58 m², lo que significa 602 viviendas la fecha, sin contar el tiempo restante del año, esto indica que el mercado ha ido acrecentando, tanto en demanda como en oferta. (Municipalidad de Siguatepeque, 2023).

Para suplir el mercado inmobiliario de Siguatepeque se cuenta con 60 empresas constructoras y desarrolladoras urbanísticas, formales en la zona, sin incluir el sector informal, esto es indicativo que para una ciudad en aras del desarrollo inmobiliario se cuenta con un número significativo de empresas para el rubro (CAMARA DE COMERCIO DE SIGUATEPEQUE, 2023).

Conclusiones

Partiendo de la información obtenida mediante las encuestas y la entrevistas, así como los análisis que se han realizado, se determina que los objetivos del estudio se han logrado cumplir a cabalidad. En este sentido, se concluye lo siguiente:

1. Se encontró que en la ciudad hay presencia de varias empresas inmobiliarias que ofrecen entre sus servicios y productos la compra y venta de viviendas, la construcción de viviendas residenciales, y asesorías para el financiamiento. Además, se ha encontrado que existe la percepción de que predominan facilidades de adquisición para personas que no son locatarios de la zona, lo que ha generado hacinamiento en la zona central de la ciudad y poco interés por los proyectos que se encuentran en áreas rurales (zonas campestres), no obstante, en el mercado se encuentran viviendas ofertadas a partir de 900,000 lempiras con cuotas entre 4,800 y 6,700 lempiras y proyectos que varían desde 2 habitaciones hasta 4 o más habitaciones.
2. Se conoció que la población en un 43.74% cuenta con ingresos por debajo de los 20,000 lempiras, mientras un 56.26% cuenta con ingresos mayores a 20,000 lempiras siendo esta población quienes pueden con mayor facilidad a obtener un crédito para compra de viviendas, además se ha calculado una demanda de 1,197 viviendas para este nicho de mercado, identificando una preferencia del 39.06% interesado por un inmueble en área rural, al 43.75% le gustaría adquirir una casa con porch y el 70.31%

ha preferido viviendas de tres habitaciones así como la mayoría prefiere un diseño moderno.

3. Se ha determinado utilizar páginas web y redes sociales para promocionar el servicio y ofrecer información a los clientes, dar a conocer las facilidades de adquisición y también realizar un análisis PESTEL, para exponer la seguridad legal de los proyectos, conocer el comportamiento político, el presupuesto a utilizar, y el cuidado que se debe tener con el medio ambiente, debido a que parte de las amenazas es el costo elevado de los impuestos y la presencia de agencias informales inmobiliarias que han generado desconfianza en el mercado por la generación de problemas legales en la tenencia de la tierra y la falta de permisos.

No obstante, se encuentran oportunidades de crecimiento y es posible adecuar el precio de la vivienda a las necesidades de los clientes, las oportunidades de desarrollo pueden aprovecharse mediante las fortalezas destacando la seguridad que se brinda, la calidad del producto, tomando en cuenta las preferencias y gestionando facilidades de crédito con instituciones bancarias para hacer frente a las amenazas.

Bibliografía

- Acosta, J., & Castañeda, J. (2020). Estudio de prefactibilidad de la urbanización nueva unión ubicada en la ciudad de Tegucigalpa. Tegucigalpa : Universidad Tecnológica Centroamericana .
- Aguado, J. (2022). Los Mercados Oferta y Demanda. Universidad Rey Juan Carlos.
- Aguado, J. (2022). Microeconomía. Creative Commons.
- Arboleda, M. (2021). Breve introducción a los conceptos de oferta, demanda y mercado . Cali: Universidad Icesi.
- Arévalo, A. (2018). Estudios de mercado y estrategias de marketing digital para Foodie 2.0. Guayaquil: Universidad de Guayaquil .
- Argelich, C. (2014). Viviendas desocupadas y viviendas deshabitadas en la reciente legislación autonómica sobre acceso a la vivienda. Thomson Reuters Aranzadi.
- Arias, R. (2017). Siguatepeque en Cifras . Siguatepeque,Comayagua: Universidad Católica de Honduras.
- Asociación para una Sociedad más Justa. (2023). Estado de País, Economía y Finanzas. ASJ Honduras Boletín, 1-9.
- Banco Central de Honduras [BCH]. (2021). Encuesta Trimestral de Construcción Privada . Banco Central de Honduras (BCH).
- Banco Central de Honduras [BCH]. (2023). Resultados de la encuesta trimestral de construcción 2023. BCH.
- Barón, J., & Pérez, Y. (2022). Caracterización de las zonas verdes por estrato socioeconómico y determinación de la relación de las zonas verdes con los índices de la población privada de la libertad. Caso de estudio: Bogotá. Bogotá: Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

- Barrera, R., Pérez, M., & Gómez, j. (2022). Introducción a la economía. CECYTE.
- Batista, M. (2021). Hacia dónde va el sector inmobiliario en Panamá - Covid 19. Universidad Politécnica de Catalunya.
- Blanco, M., Heinrichs, W., Burin, D., Rodríguez, D., & González, M. e. (2018). Manual 5: el mercado y la comercialización. San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Bolaños, L., & Gómez, B. (2022). Análisis de las opciones que ofrece el mercado inmobiliario para la población adulto joven residentes del sector urbano de Heredia, Belén de Costa Rica, al primer cuatrimestre del 2022. San Pedro: Universidad Latina de Costa Rica.
- Cáceres, J., & Moreno, H. (2013). Diagnóstico de la cadena productiva del mercado inmobiliario de Siguatepeque y una propuesta de integración de la cadena de valor para el sector. Tegucigalpa: Universidad Tecnológica Centroamericana.
- Capdevielle, J. (2016). El mercado inmobiliario y la producción privada de viviendas: una aproximación a las estrategias empresariales en la ciudad de Córdoba (Argentina). *Revista Colombiana de Geografía*, 25(2), 177-196.
- Carías, D. (2020). Perfil Demográfico de Siguatepeque 2020. Instituto de Investigaciones Económicas y Sociales (IIES).
- Chacón, L. (2019). Evaluación financiera de inversión inmobiliaria en la construcción de edificios de apartamentos en el municipio de Guatemala. Ciudad de Guatemala: Universidad de San Carlos de Guatemala.
- Colegio de Ingenieros Civiles de Honduras. (10 de Enero de 2023). Sector inmobiliario, capítulo noroccidental. San Pedro Sula: CICH.
- Cruz, F. (2021). Estrategias de crecimiento económico para el municipio de Siguatepeque. Tegucigalpa: Universidad Tecnológica Centroamericana.

- Diez, A. (2019). Análisis del mercado inmobiliario en España y Baleares. Islas Baleares: Universitat de les Illes Balears.
- Duarte, K. (2020). Estrategias para la vivienda multifamiliar en altura en el clima cálido - húmedo. Caso del mercado inmobiliario de San Pedro Sula, Honduras. Santiago: Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Enríquez, M., & Sujo, J. (2020). Demanda inmobiliaria para la edificación de proyectos multifamiliares a través del geomarketing. Lima: Universidad Ricardo Palma.
- Flores, A. (2019). Análisis de los efectos socioeconómicos en el sector de la construcción de viviendas en el sector norte de Quito desde el año 2009 hasta el año 2014. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Gobernación, Justicia y Descentralización. (2022). Perfil Municipal Índice de Desarrollo Municipal Siguatepeque, Comayagua. Tegucigalpa: Gobierno de la República de Honduras.
- Gómez, M. (2022). Estudio de los factores determinantes de la demanda de vivienda en España: una aproximación econométrica. Universidad de Oviedo.
- Guamán, L., & Mena, J. (2022). Estudio de la oferta y demanda del transporte intracantonal del cantón Penipe, Provincia de Chimborazo. Período 2021 – 2026. Riobamba: Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). Metodología de la Investigación. México: McGraw Hill.
- Icabalceta, J. (2023). Un análisis econométrico de los precios hedónicos de los bienes inmuebles en el departamento de Matagalpa. Revista Científica Tecnológica - RECIENTEC, 82-90.
- Instituto de Conservación forestal. (2021). Región 2 Siguatepeque. Tegucigalpa: Gobierno de la República de Honduras.

- Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (2018). Manual 5: el mercado y la comercialización. San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2019). Siguatepeque, Comayagua. Tegucigalpa: Gobierno de la República de Honduras.
- Jaramillo, I., Guerrero, J., & García, J. (2017). Marketing aplicado en el sector empresarial. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Laura, S., & Güechá, D. (2023). Caracterización de las estrategias de afrontamiento en diferentes estratos socioeconómicos durante la pandemia por Covid-19. Bucaramanga: Universidad Cooperativa de Colombia.
- León, C. (2021). El sistema de inscripción declarativa de bienes inmuebles y las incidencias de inseguridad jurídica en la ciudad de Ambo-2019. Huánuco: Universidad de Huánuco.
- Lezama, P. (2017). Identificación de áreas para la ubicación de represas para captura de agua de escorrentía, utilizando un modelo digital de elevación (MDE) incluyendo variables edáficas e hidrológicas; en el municipio de Siguatepeque, Comayagua, Honduras. Siguatepeque: Universidad Nacional de Ciencias Forestales.
- López, P., & Fachelli, S. (2015). Metodología de la investigación social cuantitativa. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Marambio, A. (2015). Determinantes del precio de las viviendas: un análisis econométrico para la región metropolitana, Chile. Universidad de Valparaíso.
- Matsuoka, A., & Ruiz, J. (2014). Principales determinantes del precio de las viviendas en el mercado inmobiliario de Lima Metropolitana. Universidad del Pacífico.
- Mencías, R. (2022). Modificar el art. 11 de la ley de regularización de derecho propietario de bienes inmuebles destinados a vivienda en La Paz. La Paz: Universidad Mayor de San Andrés.

- Mueller, G. (2001). *Predicting Long-Term Trends and Market Cycles in Commercial Real Estate*. Wharton University.
- Ocampo, N., Urbano, S., Echa, E., & Trujillo, P. (2019). *Crecimiento del sector inmobiliario en Colombia para el año 2018*. Bogotá: Corporación Unificada Nacional de Educación Superior.
- Oficina para la Coordinación de Asuntos Humanitarios [OCHA]. (2023). *Panorama de necesidades humanitarias Honduras*. OCHA.
- Orón, G. (2015). Las viviendas desocupadas como objeto de medidas constrictivas. *Anuario de Derecho Municipal*, 175-200.
- Pacheco, V. (2022). *Caracterización de la intermediación en el mercado inmobiliario en Lima Metropolitana, 2020*. Lima: Universidad Peruana de las Américas.
- Palacios, B. (24 de octubre de 2022). Honduras construyó más casas que apartamentos en el 2T 2022. *República Inmobiliaria*.
- Pinillos, Y., Rebolledo, R., Herazo, Y., Oviedo, E., & Guerrero, M. e. (2021). Estilo de vida en adultos jóvenes universitarios de Barranquilla, Colombia. Diferencias según sexo y estatus socioeconómico. *Revista Retos*, 979-987.
- Quintana, A. (2017). *Análisis del Mercado*. Acción educa.
- Raeburn, A. (1 de julio de 2021). *Análisis FODA: qué es y cómo usarlo (con ejemplos)*. Recuperado el 30 de agosto de 2023, de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- Restrepo, D., & Solórzano, M. (2017). *Análisis del ciclo de inversión en vivienda en Colombia: su impacto en la economía real*. Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA.
- Riesco, M. (2018). *Incorporación del tiempo del ciclo inmobiliario en las estrategias de desarrollo de proyecto*. Universidad Politécnica de Catalunya.

- Riofrío, Y. (2016). Análisis de oferta y demanda y su incidencia en determinar los precios en bienes y servicios de la economía . Machala: Universidad Técnica de Machala.
- Ríos, O. (2021). Metodología enfocada a la identificación de oportunidades de inversión en el mercado inmobiliario. Medellín: Universidad EAFIT.
- Universidad Católica de Honduras "Nuestra Señora Reina de la Paz" Campus "Jesús Sacramentado". (2017). Siguatepeque en Cifras. Tegucigalpa: UNICAH-CJS.
- Universidad Nacional Autónoma de Honduras [UNAH]. (2022). Perfil Sociodemográfico de Siguatepeque, Comayagua 2022. Tegucigalpa: IIES-UNAH.
- Villalobos, A., & Martín, F. (2022). Valuación de inmuebles habitacionales con mercado inmobiliario poco dinámico. Caso: Encarnación de Díaz, Jalisco, México. Anales de Investigación en Arquitectura, 1-12.
- Villegas, L. (2019). Estudio de mercado para el lanzamiento de una nueva marca de menestras en la ciudad de Chiclayo para la empresa Gua A.A.C. Chiclayo: Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo.
- Zepeda, J., & Almendares, K. (2018). Estudio para determinar la propuesta de valor en aplicaciones móviles para arrendadores y arrendatarios. Tegucigalpa 2019. UNITEC.
- Zurita, A. (2016). Determinantes del mercado inmobiliario que afecta la volatilidad del precio fundamental por metro cuadrado de los inmuebles multifamiliares en Lima Metropolitana durante el periodo 2002-2014. Universidad de Lima.

Anexos

Anexo No 1

Cuestionario para las encuestas dirigidas a la población económicamente activa



de Siguatepeque

ENCUESTA

Este trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023. Como parte de un estudio académico, las respuestas que se obtengan por este medio serán completamente anónimas y no serán compartidas con otros propósitos que no sean el análisis científico.

Su participación es completamente voluntaria, y en caso de permitirlo, se agradece encarecidamente su colaboración.

Instrucciones: Responda a cada una de las preguntas que se le hacen a continuación según las escalas que se acerquen a su criterio.

1. Edad

De 18 a 25 años

De 26 a 35 años

De 36 a 45 años

De 46 a 55 años

Más de 55 años

2. ¿En qué tipo de vivienda reside actualmente?

Apartamento

Casa duplex

Casa con patio

Cuartería

Casa de campo

Otra

3. ¿Cuál es su ingreso familiar mensual?

Menos de L 10,000.00

De L 10,100.00 a L 12,000.00

De L 12,100.00 a L 15,000.00

De L 15,100.00 a L20,000.00

De L 20,100.00 a L 25,000.00

Más de L 25,100.00

4. Tipo de Empleo

Trabajador independiente

Asalariado del sector público

Asalariado del sector privado

Propietario de empresa

5. Estado civil

Soltero

Casado

Divorciado

6. ¿Cómo paga el inmueble donde reside?

Autofinanciado

Préstamo de familia o amigos

Préstamo de una institución financiera

Otro

7. ¿En qué área de la ciudad estaría interesado en ver un bien inmueble?

Ciudad o comunidad urbana

Zonas comerciales

Comunidad suburbana

Área rural

8. ¿Qué tipo de propiedad le gustaría adquirir?

Apartamento

Casa individual con patio

Casa dúplex

Casa en circuito cerrado

Casa de rustica

9. ¿Con cuántas personas va a habitar en la casa?

Solo yo

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- Más de 5

10. ¿Cuál es el rango de precios que estaría dispuesto a pagar por la adquisición de un inmueble?

- Menos de L 1,000,000.00
- De L 1,000,001.00 a 1, 500,000.00
- De L 1,500,001.00 a 2,000,000.00
- De L 2,000,001.00 a 2,500,000.00
- De L 2,500,001.00 hasta 3,000,000.00
- Más de L 3,000,000.00

11. ¿Qué tipo de financiamiento le gustaría usar para la adquisición de una vivienda?

- Préstamo
- Ahorros propios
- Ayuda familiar
- Venta de patrimonios propios
- Pagar monto igual al precio del alquiler que paga actualmente.
- Ayudas públicas
- Préstamos de instituciones financieras

Plazos de pago con la agencia donde va a adquirir su inmueble

12. ¿Cuál es la superficie útil que le gustaría para su vivienda?

Hasta 40m²

De 41 m² a 60 m²

De 61 m² a 75 m²

De 76 m² a 90 m²

De 91 m² a 120 m²

Más de 121 m²

13. ¿Qué tipo de infraestructura preferiría en su vivienda?

1 habitación

2 habitaciones

3 habitaciones

4 habitaciones

Más de 4 habitaciones

14. ¿Qué tipo de diseño es de su agrado para la fachada de una vivienda?

Moderno

Colonial

Rústico

Contemporáneo

Minimalista

15. ¿Qué rango de cuotas estaría dispuesto a pagar?

De L 3,000.00 a L 5,000.00

De L 5,100.00 a L 7,000.00

De L 7,100.00 a L 9,000.00

De L 9,100.00 a L 11,000.00

Más de L 11,100.00

Anexo No 2

Cuestionario de entrevista dirigida a agentes de bienes inmuebles de Siguatepeque para analizar el mercado inmobiliario



Entrevista

Este trabajo de investigación tiene como finalidad analizar la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023 como parte de un estudio académico. Las respuestas que se obtengan por este medio serán completamente anónimas y no serán compartidas con otros propósitos que no sean el análisis científico. Su participación es completamente voluntaria, pero en caso de permitirlo, se agradece encarecidamente su colaboración.

Instrucciones: Responda a cada una de las preguntas que se le hacen a continuación según su criterio clara y detalladamente.

1. ¿Cuáles son las fortalezas que observa en el mercado de los bienes inmuebles en la ciudad de Siguatepeque?
2. ¿Cuáles son las oportunidades que observa dentro del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque?
3. ¿Cuáles consideraría que son las debilidades del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque?
4. ¿Qué amenazas ha identificado para la rentabilidad del mercado de los bienes inmuebles de la ciudad de Siguatepeque?

Anexo No 3

Cuestionario de entrevista dirigida a agentes de bienes inmuebles de Siguatepeque para evaluar la oferta inmobiliaria



Entrevista

Esta entrevista forma parte de las técnicas utilizadas en un estudio académico cuyo objetivo es analizar la oferta y demanda del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque de agosto a octubre del 2023. Cabe señalar que su participación resulta importante para actualizar la información existente acerca de la oferta inmobiliaria en Siguatepeque y las respuestas que se obtengan por este medio serán completamente anónimas.

Instrucciones: Responda a cada una de las preguntas que se le hacen a continuación según su criterio clara y detalladamente.

1. ¿A qué empresa o agencia inmobiliaria pertenece?
2. ¿Cuál es el rango de precios que manejan en las viviendas ofertadas?
3. ¿Socioeconómicamente a qué público considera que está dirigido el servicio o producto que ofertan?

4. ¿Cuáles son los tipos de proyectos o servicios que ofrecen a sus clientes?
5. ¿Qué otras empresas conocen, o sabe que son su competencia?
6. ¿Cuáles son las construcciones o tipos de viviendas que más han ofertado en Siguatepeque?
7. ¿Qué medios o canales han utilizado en Siguatepeque para la comercialización?

Anexo No 4

Respuesta al cuestionario de entrevista dirigido a agentes de bienes inmuebles de Siguatepeque

Nº	Pregunta	Entrevistados			
		1	2	3	4
1	¿Cuáles son las fortalezas que observa en el mercado de los bienes inmuebles en la ciudad de Siguatepeque?	La demanda de viviendas	Que hay bastante oferta y la demanda está respondiendo a esa gran oferta	Excelente ubicación, la inmigración de personas de la ciudad de Tegucigalpa y San Pedro Sula hacia Siguatepeque por la delincuencia.	La ubicación del municipio
2	¿Cuáles son las oportunidades que observa dentro del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque?	Precios accesibles	Que aún hay oportunidad de desarrollo	Facilidad de crédito con fondos Banhprovi	La diversidad de precios
3	¿Cuáles consideraría que son las debilidades del mercado inmobiliario de la ciudad de Siguatepeque?	Ninguna	El incremento desmedido de los precios y la falta de servicios básicos	Impuestos municipales muy altos, escasos terrenos para desarrollo, costo altos de terrenos.	Falta de un buen marketing y capacitación del personal de ventas
4	¿Qué amenazas ha identificado para la rentabilidad del mercado de los bienes inmuebles de la ciudad de Siguatepeque?	Inundaciones	El incremento en la tierra y los costos de desarrollo altos más costos municipales y gubernamentales	Impuestos altos, limitación de terrenos, incremento de desarrolladores informales en la zona	Lotificaciones sin estándares y sin permisos

Anexo No 5

Respuesta a la entrevista dirigida a agentes de bienes inmuebles de Siguatepeque para evaluar la oferta inmobiliaria

N°	Pregunta	Entrevistados			
		1	2	3	4
1	¿A qué empresa o agencia inmobiliaria pertenece?	Arboleda Inmobiliaria	Inmobiliaria Interurb	ID&AR	Constructora JYR
2	¿Cuál es el rango de precios que manejan en las viviendas ofertadas?	L. 960,000	L 3,000,000	950,000 en adelante	Entre 1 millón 500 mil y 2 millones 400 mil
3	¿Socioeconómicamente a qué público considera que está dirigido el servicio o producto que ofertan?	A personas con ingresos desde L. 15,000	Clase Media	Vivienda social	Clase media
4	¿Cuáles son los tipos de proyectos o servicios que ofrecen a sus clientes?	Venta de Lotes, Casas, Construcción de Casas, Asesoría Financiera	Todos los servicios	Venta de lotes	Venta de terrenos, venta de casas, construcción, elaboración de planos, presupuestos, avalúos
5	¿Qué otras empresas conocen, o sabe que son su competencia?	Inco, Interurb,	JyR	Servimul	Sesco, inversiones Discua, Bienes raíces Terra
6	¿Cuáles son las construcciones o tipos de viviendas que más han ofertado en Siguatepeque?	Viviendas Sociales y Nivel Medio	Casas de 2 habitaciones	Vivienda clase media alta	Viviendas de 3 habitaciones
7	¿Qué medios o canales han utilizado en Siguatepeque para la comercialización?	Publicidad en Redes Sociales, Visitar a los empresas con clientes potenciales para ofrecer los productos y servicios	Facebook	Redes sociales	Facebook, Instagram, WhatsApp bussiness