

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**



**IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA UN PROYECTO
INMOBILIARIO DE VIVIENDA VERTICAL, EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO
DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**

LICDA. FLORANCHESKA HEIDY MARGARITA MARTÍNEZ VARELA

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE PROYECTOS**



**IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA UN PROYECTO
INMOBILIARIO DE VIVIENDA VERTICAL, EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO
DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA**

Informe final de trabajo profesional de graduación para la obtención del Grado de Maestro en Artes, con base en el "Instructivo para elaborar el trabajo profesional de graduación", Aprobado por Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SEPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

AUTOR: LICDA. FLORANCHESKA HEIDY MARGARITA MARTÍNEZ VARELA.

GUATEMALA, OCTUBRE DE 2020

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
HONORABLE JUNTA DIRECTIVA

Decano: Lic. Luis Antonio Suárez Roldán
Secretario: Lic. Carlos Roberto Cabrera Morales
Vocal Primero: Lic. Carlos Alberto Hernández Gálvez
Vocal Segundo: Doctor. Byron Giovanni Mejía Victorio
Vocal Tercero: Vacante
Vocal Cuarto: BR.CC.LL. Silvia María Oviedo Zacarías
Vocal Quinto: P.C. Omar Oswaldo García Matzuy

TERNA QUE PRACTICÓ LA EVALUACIÓN DEL TRABAJO PROFESIONAL DE
GRADUACIÓN

Coordinador: Msc. José Ramón Lam Ortíz
Evaluador: Msc. Luis Eduardo Granados Friely
Evaluador: Msc. Mario David Gabriel Echeverria.



ACTA No. MFEP-42-2020

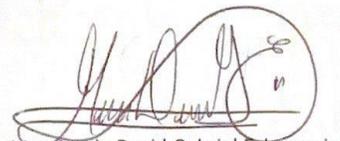
De acuerdo al Estado de Emergencia Nacional decretado por el Gobierno de la República de Guatemala y a las resoluciones del Consejo Superior Universitario, que obligaron a la suspensión de actividades académicas y administrativas presenciales en el Campus Central de la Universidad de San Carlos de Guatemala, ante tal situación la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas, debió incorporar tecnología virtual para atender la demanda de necesidades del sector estudiantil, por lo que en esta oportunidad nos reunimos de forma virtual los infrascritos miembros del Jurado Examinador, el Domingo 11 de octubre de 2020, a las 11:00 horas, para practicar el EXAMEN PRIVADO DEL TRABAJO PROFESIONAL DE GRADUACION de la Licenciada **Florancheska Heidi Margarita Martínez Varela**, carné No. 201316755, estudiante de la sección **A** de la Maestría en Formulación y Evaluación de Proyectos de la Escuela de Estudios de Postgrado, como requisito para optar al grado de **Maestra en Artes** en Formulación y Evaluación de Proyectos. El examen se realizó de acuerdo con el Instructivo, aprobado por la Junta Directiva de la Facultad de Ciencias Económicas, el 15 de octubre de 2015, según Numeral 7.8 Punto SÉPTIMO del Acta No. 26-2015 y ratificado por el Consejo Directivo del Sistema de Estudios de Postgrado -SEP- de la Universidad de San Carlos de Guatemala, según Punto 4.2, subincisos 4.2.1 y 4.2.2 del Acta 14-2018 de fecha 14 de agosto de 2018.

Cada examinador evaluó de manera oral los elementos técnico-formales y de contenido profesional del informe final presentado por el sustentante, denominado "**IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA UN PROYECTO INMOBILIARIO DE VIVIENDA VERTICAL, EN EL ÁREA URBANA DEL MUNICIPIO DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA.**", dejando constancia de lo actuado en las hojas de factores de evaluación proporcionadas por la Escuela. El examen fue **APROBADO** con una nota promedio de **80** puntos, obtenida de las calificaciones asignadas por cada integrante del jurado examinador. El Tribunal hace las siguientes recomendaciones: Que el estudiante atienda las siguientes recomendaciones: Que cada uno de la Terna Evaluadora incorporó en cada documento del Trabajo Profesional de Graduación que se adjunta, para lo cual dispone de cinco (5) días hábiles de acuerdo con el Instructivo para Elaborar Trabajo Profesional de Graduación para optar a la Maestría en Artes.

En fe de lo cual firmamos la presente acta en la Ciudad de Guatemala, a los once días del mes de octubre del año dos mil veinte.


Msc. José Ramón Lam Ortiz
Coordinador


Msc. Luis Eduardo Granados Friely
Evaluador


Msc. Mario David Gabriel Echeverria
Evaluador


Licda. Florancheska Heidi Margarita Martínez Varela
Postulante

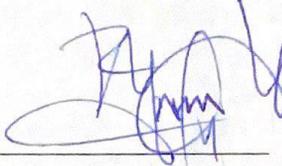


UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS
ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO
MAESTRIA EN ARTES EN FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS

ADENDUM al ACTA No. MFEP-42-2020

El infrascrito Coordinador del Jurado Examinador CERTIFICA que el estudiante **Florancheska Heidi Margarita Martinez Varela**, carné No. **201316755** incorporó los cambios y enmiendas sugeridas por cada miembro de la terna evaluadora.

Guatemala, 21 de octubre de 2020.

(f) 

Msc. José Ramón Lam Ortiz
Coordinador

AGRADECIMIENTOS

- A DIOS:** Por todas las bendiciones que ha derramado sobre mi vida, dotándome de sabiduría, entendimiento y fortaleza para poder lograr mis metas y alcanzar mis objetivos y por siempre guiar mis pasos para mantenerme en el camino correcto.
- A MI MADRE:** Sonia Maribel Varela López por darme su apoyo y amor incondicional, por sus consejos. Gracias por todo tu amor, esfuerzo, comprensión y motivación para seguir adelante.
- A MIS HERMANOS:** Claudia, Benjamín y Marcela por su cariño, comprensión y apoyo, sin duda alguna han sido parte angular en mi vida, han estado en cada momento feliz y difícil y me han ayudado a seguir adelante.
- A MIS ABUELOS:** Marta Sonia López Castro y Benjamín Varela, por su amor, apoyo y siempre exhortarme a seguir adelante.
- A MIS TIOS:** Wilmer (Q.E.P.D), Marta, Farida y Luis por toda su paciencia, cariño y apoyo.
- A MIS SOBRINOS:** Elena Ibáñez y Zahir Martínez, por siempre mostrarme su amor y su ternura, y por siempre sacar una sonrisa en mi rostro.
- A MIS AMIGOS:** Con quienes compartimos momentos inolvidables, por todo su apoyo para poder disfrutar la vida y cumplir mis sueños; especialmente a Luis Alezano por su paciencia y apoyo a lo largo de mi carrera profesional, por su tiempo y por alentarme a seguir adelante y sobre todo por creer en mí y estar conmigo en las buenas y en las malas.

A MIS CATEDRATICOS: Por sus consejos, por guiarme a ser una excelente profesional y sobre todo por compartir sus conocimientos y experiencias.

A MIS ASESORES: Licda. Msc. Rosa Ferdinanda Solís Monroy e Ing. Msc. Hugo Arriaza Morales por su valiosa orientación y compartir sus conocimientos para la realización de este trabajo profesional de graduación.

A LA ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO: Por dotarme de herramientas y conocimientos necesarios para el crecimiento profesional y contribuir con mi desarrollo personal.

A LA UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA: Por abrir sus puertas a mi formación profesional y por ser el centro de enseñanza que inculcó en mi la responsabilidad, el trabajo y la dedicación.

CONTENIDO

RESUMEN	i
INTRODUCCIÓN	iii
1 ANTECEDENTES	1
1.1 Aspectos generales del municipio de Amatitlán.....	1
1.1.1 División territorial urbana de Amatitlán.....	3
1.1.2 Geología de Amatitlán.....	6
1.2 Historia de la vivienda en Amatitlán	8
1.3 Mercado inmobiliario en Guatemala	8
2 MARCO TEÓRICO.....	10
2.1 Proyecto.....	10
2.1.1 Tipos de proyecto y su clasificación	10
2.1.2 Proyecto privado	12
2.2 Proyectos Inmobiliarios habitacionales.....	12
2.3 Estudio de mercado.....	13
2.3.1 Definición del producto.....	14
2.3.2 Análisis de la oferta	15
2.3.3 Análisis de la demanda	16
2.3.4 Análisis de los precios.....	17
2.3.5 Análisis de la comercialización.....	17
2.4 Déficit habitacional.....	19
2.4.1 Déficit habitacional cuantitativo y cualitativo de vivienda en Amatitlán.....	19

2.5	Vivienda vertical.....	21
3	METODOLOGÍA.....	22
3.1	Definición del problema	22
3.2	Delimitación del problema:.....	23
3.2.1	Unidad de análisis.....	23
3.2.2	Período a investigar	23
3.2.3	Ámbito geográfico	24
3.3	Objetivos.....	24
3.3.1	Objetivo general	24
3.3.2	Objetivos específicos	24
3.4	Justificación	24
3.5	Método.....	25
3.6	Técnicas de investigación aplicadas.....	26
3.6.1	Técnicas de investigación documental.....	26
3.6.2	Técnicas de investigación de campo.....	27
3.6.3	Técnica de Muestreo.....	28
3.6.4	Variables de exclusión:	29
4	DISCUSIÓN DE RESULTADOS	30
4.1	Características de los elementos que deben considerarse para la realización de un estudio de mercado en el sector de vivienda vertical	30
4.1.1	Características para describir el proyecto	30
4.1.2	Demanda.....	31
4.1.3	Oferta	34

4.1.4	Precio.....	35
4.1.5	Comercialización.....	38
4.2	Beneficios del estudio de mercado inmobiliario.....	40
4.3	Guía metodología para la realización de un estudio de mercado estratégico para el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatlán.	48
	CONCLUSIONES	55
	RECOMENDACIONES	56
	BIBLIOGRAFÍA	57
	LISTA DE ACRÓNIMOS.....	62
	ANEXOS.....	63
	ÍNDICE DE GRÁFICAS	74

RESUMEN

El estudio de mercado es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios para la formulación de un proyecto; además, que su finalidad radica en encontrar las oportunidades y los riesgos de un proyecto.

El problema de investigación plantea la siguiente pregunta ¿Cuál es la importancia del estudio de mercado de un proyecto inmobiliario de vivienda vertical, en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala?, derivado a que no se ha dimensionado la trascendencia que tienen el conocer a profundidad el mercado de la vivienda, la demanda insatisfecha, la caracterización del cliente potencial, la segmentación del mercado y otros elementos que en conjunto son los que conforman el comportamiento del déficit habitacional. Dicha situación es lo que ocurre en el municipio de Amatitlán, Departamento de Guatemala, en donde existe demanda que ha sido incomprendida y por lo mismo no ha logrado despertar la visión de los desarrolladores de proyectos habitacionales. En Guatemala el sector de construcción ha tenido mayor relevancia en los últimos años crecimiento del mercado inmobiliario impacta positivamente en cuanto a la inversión, fuentes de trabajo y crecimiento económico. El desempeño que ha tenido este sector en cuanto a vivienda se ha visto reflejado en proyectos habitacionales de vivienda en serie (vivienda horizontal) así como de vivienda multifamiliar (vivienda vertical). Sin embargo, esta línea de inversión está enfocada en el segmento de la sociedad que tiene capacidad de compra, con niveles de ingresos que reduce significativamente el volumen de los cotizantes. El estudio de mercado puede llegar a dimensionar el sector que puede ser atendido bajo esta modalidad, conforme los gustos y preferencias de la población objeto de estudio.

La presente investigación tiene como propósito analizar la importancia del estudio de mercado para un proyecto de vivienda vertical en el área urbana del municipio

de Amatitlán, departamento de Guatemala, para entender que a través de la realización del mismo es posible reducir la incertidumbre, entender las necesidades de los clientes y dimensionar las soluciones habitacionales enfocadas en las necesidades y en las capacidades de los clientes potenciales., así también segmentar el mercado al que va dirigido, y así poder encontrar las estrategias para el éxito de un proyecto de esta naturaleza.

Para tal efecto para la investigación se utilizó un enfoque mixto, un diseño no-experimental y un alcance explicativo mediante técnicas de investigación de fuentes primarias y secundarias, a pesar de las limitaciones ocasionadas por el entorno de la presente pandemia provocada por el Covid-19.

Los resultados más importantes y principales conclusiones de la investigación realizada se presentan a continuación que los elementos más importantes para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical es el punto o ubicación, el precio, vías de acceso, conectividad, los gustos y preferencias de los clientes, los beneficios que tiene el realizar un estudio de mercado de vivienda vertical para el área urbana del municipio de Amatitlán radica en que disminuye el riesgo y el grado de incertidumbre, al saber a qué segmento de mercado se debe enfocar y al conocer los gustos y preferencias por los clientes lo que puede garantizar que se hagan estrategias para que el proyecto sea un éxito.

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de Investigación se enfoca a la Importancia del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical para el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

El problema de investigación plantea la siguiente pregunta ¿Cuál es la importancia del estudio de mercado de un proyecto inmobiliario de vivienda vertical, en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala?, para dimensionar la trascendencia que tiene el conocer a profundidad el mercado de la vivienda en el municipio de Amatitlán, Departamento de Guatemala.

La propuesta de solución que se ha planteado consiste en la identificación de las características clave de un estudio de mercado, los beneficios que este pueda tener que destaquen la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical y demostrar que con este instrumento es una guía para poder enfrentar los desafíos habitacionales de esta localidad y lo que produce una demanda insatisfecha de vivienda.

La justificación de la presente investigación radica en que, en la actualidad, se observa un incremento en proyectos inmobiliarios de desarrollo vertical como los edificios de apartamentos o edificios de uso mixto; como una solución a la satisfacción de la demanda insatisfecha y esta investigación ofrece información elemental para que los desarrolladores de proyectos inmobiliarios de vivienda vertical consideren la importancia que tienen los estudios de mercado en toda su concepción, desde la descripción del producto a ofrecer, hasta la característica del cliente y sus necesidades, los precios y las estrategias de comercialización.

El objetivo general de la investigación en relación directa con el problema principal se plantea de la siguiente manera: Analizar la importancia del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical, en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

Los objetivos específicos, que sirvieron de guía para la investigación, fueron los siguientes: 1) Caracterizar los elementos más importantes que debe considerarse en un estudio de mercado de vivienda vertical a través de una entrevista a desarrolladores inmobiliarios. 2) Determinar los beneficios de la realización de un estudio de mercado en el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatitlán, mediante una entrevista a desarrolladores inmobiliarios. Y 3) Elaboración de una guía metodología que contenga los aspectos principales para la realización de un estudio de mercado estratégico para el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatitlán, a través de entrevista a desarrolladores, encuesta a usuarios y fuentes secundarias.

El presente informe de trabajo profesional de graduación consta de los siguientes capítulos: El capítulo uno, antecedentes del municipio de Amatitlán, historia de vivienda y comportamiento del mercado inmobiliario; además, expone el marco referencial teórico y empírico de la investigación; el capítulo dos, marco teórico, contiene la exposición y análisis las teorías y enfoques teóricos y conceptuales utilizados para fundamentar la investigación y la propuesta de solución al problema; el capítulo tres, metodología, contiene la explicación en detalle del proceso realizado para resolver el problema de investigación.

El capítulo cuatro, contiene la discusión de resultados del estudio con la finalidad de demostrar la importancia del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el área rural del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala; dividiéndose en tres grandes ítems: 1) características de los elementos que debe contener un estudio de mercado inmobiliario, 2) beneficios del estudio de mercado inmobiliario y 3) guía para la realización de un estudio de mercado de vivienda vertical en el municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

Finalmente se presentan las conclusiones y recomendaciones de la investigación realizada.

1 ANTECEDENTES

En este apartado se describen los principales antecedentes de la investigación relacionada con la “Importancia del estudio del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical, en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala”, detallando los antecedentes del municipio, antecedentes del sector construcción y las investigaciones realizadas anteriormente sobre el objeto de estudio.

1.1 Aspectos generales del municipio de Amatitlán

El poblado de Amatitlán, según el cronista Remesal (2010) fue fundado el 24 de junio de 1549, como San Juan Amatitlán cuando era Presidente don Alonzo López de Cerrato. Según el licenciado Ernesto Chinchilla Aguilar, el fundador de Amatitlán fue Fray Diego Martínez. Por su parte, el historiador Guillermo Zúñiga Diéguez coincide en la fecha, aunque señala que el encargado del traslado del poblado a donde se asienta actualmente estuvo a cargo de Fray Jerónimo Martínez. (Gil, 2010)

En la Institución Smithsonianiana de Washington, DC, se encuentra el original del Libro de Cuentas del Pueblo de San Juan Amatitlán, llevado simultáneamente en dos idiomas indígenas, poqomam y pipil, así como en español, firmado por Francisco, Ajtzib, racun Don Juan Ajval, o sea Francisco, escribiente o secretario del cacique, o señor de vasallos Don Juan. Las fechas que registra el “Libro de Cuentas” están comprendidas entre los años de 1559 a 1562; es decir, cuando la población ya reducida tendría una escasa década de desarrollo. Suministra valiosos datos sobre el sistema entonces vigente de los tributos, castigos pecuniarios y gastos de la comunidad (Gil, 2010)

Durante la Colonia, formó parte de la Quinta Provincia integrada por Sacatepéquez y los Amatitanes. Por Real Cédula del 20 de mayo de 1680 fue elevado a la categoría de Villa. (Gil, 2010)

Catorce años después de la Independencia, por Decreto Legislativo del 28 de agosto de 1835 se le otorgó la categoría de CIUDAD y por un período de aproximadamente cuatro años llegó a ser CAPITAL DEL ESTADO DE GUATEMALA, hasta que por Acuerdo Gubernativo del 31 de mayo de 1839 se resolvió que el mando del Corregimiento de la capital lo reasumiera la Comandancia General.

Por Decreto Legislativo 315 de 6 de noviembre de 1839, Amatitlán, Palín, Petapa, Santa Inés Petapa (Villa Canales) y Villa Nueva, así como los lugares anexos a dichas poblaciones, se integraron en el Distrito Independiente de Amatitlán. El Acuerdo Gubernativo del 8 de mayo de 1866 dispuso que al entonces conocido como Corregimiento de Amatitlán se le otorgara la categoría de DEPARTAMENTO, el cual tuvo vigencia durante 69 años y estuvo formado por: San Pedro Mártir, San Vicente Pacaya, Palín, Villa Nueva, Villa Canales, San Miguel y Santa Inés Petapa, y Amatitlán. (Gil, 2010)

Por Decreto Legislativo 2081 del 29 de abril de 1935, durante el gobierno del Gral. Jorge Ubico, se suprimió el departamento de Amatitlán y se agregó como municipio al departamento de Guatemala, del cual forma parte actualmente. El departamento de Guatemala fue creado el 4 de noviembre de 1825 por Decreto de la Primera Asamblea Nacional Constituyente (Municipalidad de Amatitlán, 2018)

El municipio de Amatitlán se localiza en la parte sur del departamento de Guatemala, en la Región 1 (Región Metropolitana), cuenta con una extensión territorial de 204 kilómetros cuadrados. En el centro del municipio se encuentra asentada la ciudad y la parte sur está conformada en su mayoría por área rural,

constituyéndose este tipo de lugar poblado el que prevalece y determina las características de asentamiento (Municipalidad de Amatitlán, 2017).

Según datos obtenidos del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) para el año 2018, el municipio de Amatitlán estaba representado por una población de 116,711 habitantes, distribuidos en el área rural con un 15.88% (59,865) y urbano con el 84.12% (98,176). La tasa de crecimiento intercensal a nivel nacional se ubicó en 3.5% lo que ha provocado que en la actualidad el área urbana del municipio de Amatitlán demande servicios básicos, como el agua, electricidad, transporte, educación y principalmente vivienda. Este último genera un déficit habitacional en dicho municipio y con el cual también cuenta el territorio guatemalteco.

El municipio de Amatitlán está dividido por una ciudad, siete barrios, 14 aldeas, diez caseríos y tres cantones. Las aldeas son El Cerrito, Mesillas Bajas, Calderas, Las Trojes, Llano de Ánimas, Eje Quemado, Laguna Seca, Los Humitos, El Pepinal, Agua de las Minas, El Durazno, El Tacatón, San Carlos, Loma Larga. Los caseríos son: Mesillas Altas, El Aceitillal, El Ceibillo, Dos Cerros, El Rincón, Manuelón, Chulamán, Casas Viejas, Chajil, San José. Los Cantones son: San Juan, San Rafael y San Miguel (Fajardo, 2010).

En su territorio se encuentran la Sierra Monterrico y 15 cerros. También está el Lago de Amatitlán y la Laguna Calderas, así como también los ríos Mico y el Río Michatoya, que sirven de desagüe del lago, el Zanjón Malena y cinco quebradas. Su altura es de 1 190 metros sobre el nivel del mar (Instituto de Estudios y Capacitación Cívica, 2001).

1.1.1 División territorial urbana de Amatitlán

El término urbanismo aparece por primera vez en el diccionario de la Real Academia Española (RAE) de la Lengua en 1956, donde se define como “el conjunto de conocimientos que se refieren al estudio de la creación, desarrollo,

reforma y progreso de los poblados en orden a las necesidades de la vida humana” (Real Academia Española, 1956).

Figura 1. División Territorial Urbana de Amatitlán



Fuente: (Moreno, 2018)

Históricamente el área urbana ha sido considerada por la alta intensidad de construcción y la preeminencia de la concentración de servicios públicos y las actividades secundaria y terciaria (comercio, industria y trabajo por salario). En

esta división territorial se encuentran: Barrios, cantones y sectores, en Amatitlán actualmente en el área considerada como urbana existen 7 barrios y 1 cantón (Moreno, 2018)

Tabla 1. División Territorial Urbana de Amatitlán

No	Cód Depto	Depto	Cód Mun	Municipio	Cód INE	Tipo de Área	División territorial	Nombre de división territorial
1	01	Guatemala	14	Amatitlán	114	Urbana	Barrio	Barrio La Cruz
2	01	Guatemala	15	Amatitlán	115	Urbana	Barrio	Barrio Hospital
3	01	Guatemala	16	Amatitlán	116	Urbana	Barrio	Barrio El Rosario
4	01	Guatemala	17	Amatitlán	117	Urbana	Barrio	Barrio San Lorenzo
5	01	Guatemala	18	Amatitlán	118	Urbana	Barrio	Barrio Ingenio
6	01	Guatemala	19	Amatitlán	119	Urbana	Barrio	Barrio San Juan
7	01	Guatemala	20	Amatitlán	120	Urbana	Barrio	Barrio San Antonio
8	01	Guatemala	21	Amatitlán	121	Urbana	Cantón	Cantón Amanecer

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la municipalidad de Amatitlán

La subdivisión territorial urbana consiste en la división interna del área urbana, es decir la división de barrios, cantones y sectores se subdividen en colonias, residenciales, parajes, entre otros. Amatitlán esta subdividido en su área urbana en: 11 colonias y 2 residencial, las cuales se detallan a continuación (Municipalidad de Amatitlán, 2018):

Tabla 2. Subdivisión territorial del área urbana de Amatitlán

No.	División territorial	Nombre de división territorial	Subdivisión territorial	Nombre sub-división territorial
1	Barrio	Barrio La Cruz	Colonia	Colonia La Ceiba
2	Barrio	Barrio La Cruz	Colonia	Colonia Lucita
3	Barrio	Barrio La Cruz	Colonia	Colonia Lolita
4	Barrio	Barrio Hospital	Colonia	Colonia El Calvario
5	Barrio	Barrio Hospital	Colonia	Colonia San Lorenzo
6	Barrio	Barrio Hospital	Colonia	Colonia 18 de Agosto
7	Barrio	Barrio Hospital	Residencial	Residencial Las Margaritas
8	Barrio	Barrio Ingenio (Expansión)	Residencial	Residencial Valle de la Mariposa
9	Barrio	Barrio San Lorenzo	Colonia	Colonia Lupita
10	Barrio	Barrio San Lorenzo	Colonia	Colonia San José
11	Barrio	Barrio Ingenio	Colonia	Colonia Chucita
12	Barrio	Barrio Ingenio	Colonia	Colonia Villa Fernanda
13	Cantón	Cantón Amanecer	Colonia	Colonia Valle Verde 1

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la municipalidad de Amatitlán

1.1.2 Geología de Amatitlán

La cuenca del lago de Amatitlán constituye una parte del altiplano de Guatemala, formando un terreno de relieve moderado, al norte de una cadena volcánica de la época cuaternaria, cuyas alturas llegan hasta los 4000 msnm que se extienden en dirección ONO-ESE (oriente norte – Este) paralela a la costa pacífica. Las elevaciones máximas de la cuenca son de 2300 msnm y va disminuyendo progresivamente hasta llegar al valle de Guatemala a 1500 msnm y en el lago que se localizan alturas de 1200 msnm. La morfología cuneiforme del terreno se debe a que el mismo se encuentra bisectado por una serie de fallas generadas por los afluentes del río Michatoya por el norte y al río Villalobos por el sur. Este sistema de fallas tiene orientación Oeste – Este desde Chimaltenango, hasta El Progreso con rumbo noreste (Gudiel, 2007).

1.2 Historia de la vivienda en Amatitlán

En la historia la vivienda se ha podido analizar desde diferentes ángulos ya que su producción y consumo involucran aspectos científicos, tecnológicos, económicos, sociales y artísticos. La mayoría de las investigaciones de los últimos años se orientan hacia el aspecto económico como sector de la construcción, productor de riqueza, activador de actividades en otros sectores de la economía. Al aspecto puramente técnico de su producción básicamente de sus materiales y su tecnología; desde luego sus aportes son fundamentales para conocer un aspecto específico de la realidad (Moreno, 2018).

Entre los proyectos más grandes que se han desarrollado en Amatitlán está el Residencial la Mariposa se ubica al Sureste del Municipio de Amatitlán, en la 2ª avenida y 13 calle de la cabecera de Amatitlán, a seis cuadras de la plaza central de Amatitlán. El área delimitada para el proyecto abarca la Finca La Mariposa, ubicada en el Municipio de Amatitlán, Departamento de Guatemala, que fue utilizada para lotificación, la cual tuvo modificaciones notorias al paisaje y a los recursos naturales, culturales y sociales del patrimonio nacional (Moreno, 2018).

1.3 Mercado inmobiliario en Guatemala

En esta última década en el mercado inmobiliario se ha evidenciado que las necesidades de la población han cambiado significativamente y es indiscutible que por calidad de vida la sociedad necesita residir más cerca de donde trabaja, de donde estudia o donde comparte sus actividades sociales

“La ciudad de Guatemala vive un proceso de evolución muy interesante que ha venido desarrollándose en los últimos diez años. Es impresionante el cambio del mercado en tan poco tiempo, cambio que se ha evidenciado en las nuevas opciones de desarrollo con tendencias modernas. Por muchos años se desarrollaron zonas de proyectos de vivienda en lotificaciones, posteriormente a esto se realizó el desarrollo de condominios cerrados principalmente por el tema

de seguridad, estas variaciones se dieron a consecuencia de la necesidad del mercado. Esta es la principal razón por la cual encontramos desarrollos de proyectos de vivienda queriendo regresar a la ciudad y debido a escases en tierra estos proyectos son edificaciones de apartamentos” (Bosque, 2019)

A su vez, el crecimiento del mercado inmobiliario impacta positivamente en cuanto a la inversión, fuentes de trabajo y crecimiento económico, en ese sentido, se estima que el 75% de la inversión total, en este año, proviene del sector privado y el 25% restante del sector público. Gran parte de esta inversión privada es generada por el desarrollo de proyectos habitacionales, principalmente de vivienda vertical. (Cámara de la Construcción de Guatemala, 2019)

La vivienda es una edificación que ofrece un refugio y habitación a las personas, siendo una necesidad vital para las familias. Además, dicho sector contribuye al desarrollo y bienestar para las familias.

De acuerdo con la Cámara de la Construcción de Guatemala (2019), en el país se estima un déficit habitacional total de aproximadamente 1.78 millones de unidades. Y la tendencia indica que, en los últimos 10 años, este déficit se ha incrementado en más de 400 mil unidades. Estos datos corresponden a proyecciones realizadas con datos del VI Censo Nacional de Vivienda, realizado en el año 2002, y ajustadas utilizando las Encuestas Nacionales de Condiciones de Vida -ENCOVI- de 2006, 2011 y 2014.

Esto se debe a múltiples razones, siendo una de ellas el encarecimiento y limitado acceso a la tierra en el área metropolitana para la construcción de proyectos de vivienda horizontal, así como el factor tránsito que ha obligado a gran parte de la población a buscar una vivienda en el centro de la ciudad. Según la proyección de cierre de 2018, se estarían construyendo 1.35 millones de metros cuadrados correspondientes al sector vivienda (Cámara de la Construcción de Guatemala, 2019).

2 MARCO TEÓRICO

El marco teórico de la presente investigación se ha enfocado en analizar las teorías, conceptos, propuestas y fundamentos relacionados con las variables de la presente investigación.

2.1 Proyecto

Antes de entrar en contexto con el tema de investigación es importante definir que es un proyecto ya que varios autores han escrito acerca de los proyectos de inversión, dentro de los tantos se puede extraer la siguiente definición.

“Es una propuesta que surge como resultado de estudios que la sustentan y está conformada por un conjunto determinado de acciones con el fin de lograr ciertos objetivos. El propósito del proyecto de inversión es poder generar ganancias o beneficios adicionales a los inversionistas que lo promueven y, como resultado de este, también se verán beneficiados los grupos o poblaciones a quienes va dirigido. Un proyecto puede ser de carácter privado o de carácter público” (Fernández, 2007, pág. 15)

Existen diferentes tipos de proyectos, de los cuales la Universidad de Barcelona por medio del programa de Business School (2019), menciona como los más comunes a los siguientes:

2.1.1 Tipos de proyecto y su clasificación

Existen diferentes tipos de proyectos, de los cuales la Universidad de Barcelona por medio del programa de Business School (2019), menciona como los más comunes a los siguientes:

Figura 3. Clasificación de Proyectos

Tipo	Clasificación	Definición
Según la procedencia del capital	Públicos	Se financian en su totalidad con fondos públicos o que provengan de instituciones gubernamentales
	Privados	Sus aportes provienen exclusivamente de la iniciativa privada o de empresas con capital particular.
	Mixto	combinan las dos formas de financiación: la pública o de entidades estatales y la privada
Según el grado de experimentación del proyecto y sus objetivos	experimentales	son los que exploran áreas o campos en los que hasta el momento nadie ha realizado aportes o cuya consecución supone una apuesta por algo inédito o novedoso
	normalizados	Tienen una serie de normas o parámetros que van marcando las fases de ejecución y monitorización.
Según su área de influencia	supranacionales	se implementan en grandes regiones, que por lo general superan las fronteras nacionales y continentales
	internacionales	En este caso, son proyectos que comparten dos o más países, como por ejemplo cualquier iniciativa bilateral.
	locales	Su alcance se limita a ciertas comunidades, localidades, pueblos o comarcas. La acción es mucho más específica.
	nacionales	Se implementan a lo largo y ancho de un territorio o país. Son propios de sistemas de gobierno centralistas en los que se marcan unas directrices desde la administración y el resto de los territorios las adoptan.
	regionales	Su nivel de incidencia es mayor que la de un proyecto local, pero a la vez menor que la de uno nacional. En España, las diputaciones provinciales promueven iniciativas de este tipo.

Fuente: Elaboración propia con base a datos de la Universidad de Barcelona Universidad de Barcelona, Business School. (27 de Marzo de 2019). *Tipos de proyectos y sus principales características*. Obtenido de Universidad de Barcelona, Business School: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/administracion-de-proyectos/tipos-de-proyectos-y-sus-principales-caracteristicas>.

2.1.2 Proyecto privado

Un proyecto privado es aquel que es realizado por una persona particular, ya sea individual o jurídica y que como resultado de su inversión busca obtener un beneficio.

“Es llevado por un empresario particular para satisfacer sus propios objetivos. Los beneficios que el empresario espera del proyecto son el resultado de los ingresos por concepto de la venta de los productos, sean estos bienes o servicios” (Fernández, 2007, pág. 15).

Asimismo, para el éxito de los proyectos se tienen que realizar los estudios o fases pertinente, “Las fases o estudios particulares que deben realizarse para formular y evaluar un proyecto son: Estudio de mercado, técnico, financiero, legal, ambiental y de gestión”, este último también se puede entender como estudio administrativo. (Rojas, 2015, pág. 26).

En cuanto al estudio de mercado, este se denomina a la primera parte de la investigación formal del estudio de factibilidad. Consta de la determinación y cuantificación de la demanda y la oferta, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización. La finalidad del estudio de mercado es probar que existe un número suficiente de individuos empresas u otras entidades económicas que, dadas ciertas condiciones, presentan una demanda que justifica la puesta en marcha de un determinado programa de producción (de bienes o servicios) en un cierto período (Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, ILPES, 2009, pág. 72)

2.2 Proyectos Inmobiliarios habitacionales

Entre las definiciones de un proyecto habitacional se encuentra que, “Es el conjunto de antecedentes técnicos, económicos y legales del proyecto a

desarrollar que considera, además de las viviendas a construir o adquirir, el equipamiento comunitario y los espacios públicos. Este puede consistir en un proyecto propio de arquitectura y urbanización, o formar parte de uno mayor, a los que se acompaña la información y los antecedentes relativos a cada uno de los postulantes y sus familias, debiendo incluir un proyecto de asistencia técnica y un Plan de Habilitación Social” (Ues Comunicaciones, S.A., 2019).

Los proyectos inmobiliarios habitacionales se dividen en: vivienda vertical y vivienda horizontal:

a) Vivienda vertical:

La vivienda vertical es una visionaria innovación que va a revolucionar la vida en las metrópolis de todo el mundo; por lo cual “la tendencia arquitectónica de vivienda vertical ofrece soluciones prácticas para los tres problemas principales de los urbanistas: aumento de la población, subida del precio de la vivienda y creciente contaminación medioambiental” (Engel & Völkers, 2019)

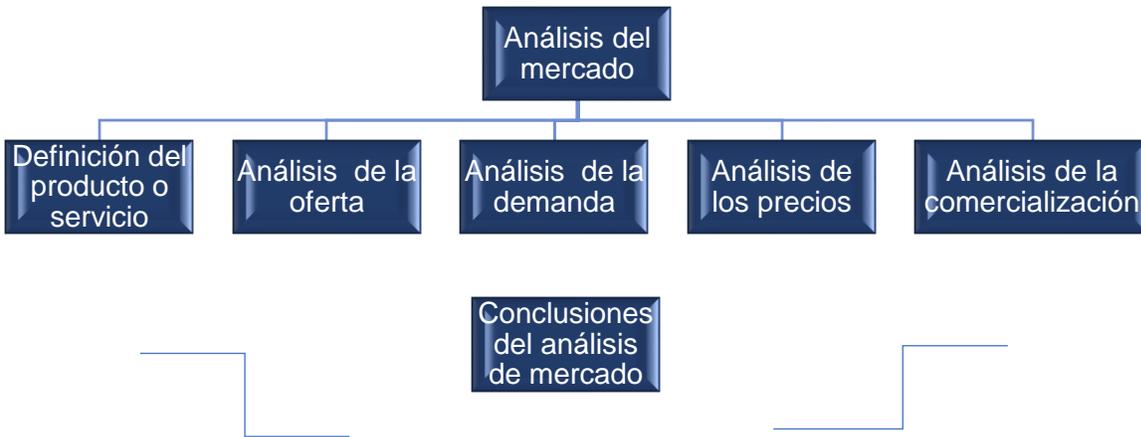
b) Vivienda horizontal:

Entre las definiciones más relevantes de vivienda horizontal se encuentra que “Un condominio horizontal, se refiere a los inmuebles con construcción horizontal donde el propietario tiene derecho de uso exclusivo de parte de un terreno y es dueño de la edificación establecida en el mismo. (Expansive, 2019).

2.3 Estudio de mercado

La estructura del análisis del mercado está compuesta por la definición del producto o servicio, el análisis de la oferta, análisis de la demanda, análisis de los precios y análisis de la comercialización, para finalmente dar las conclusiones del análisis de mercado.

Figura 4. Análisis del Estudio de Mercado



Fuente: Obtenido de Baca Urbina, 2013, pág. 13, *Evaluación de Proyectos*

2.3.1 Definición del producto

La definición del producto inmobiliario a ofrecer debe ser tal que se apoye en las fortalezas, aproveche las oportunidades, supere las debilidades y minimice las amenazas.

Para el caso de vivienda vertical se refiere a la edificación que consta de varias unidades de una sola vivienda en una sola edificación y en donde el terreno es una propiedad común. Es una agrupación de viviendas planificadas y dispuestas de forma integral. Compartiendo la misma área del terreno, azotea, lobby, áreas de ingreso principal, ascensores, escalera y áreas de estacionamiento. Entre sus características principales esta

- a) Ductos de ventilación
- b) Pozos de luz
- c) Ingreso principal
- d) Escalera

- e) Sótano
- f) Entre otros.

2.3.2 Análisis de la oferta

El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es “definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio”. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto (Mercado Vargas, 2018).

a) Tipos de oferta

- Oferta competitiva o de mercado libre. Es aquella en la que los productores o prestadores de servicios se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son tal cantidad de productores o prestadores del mismo artículo o servicio, que la participación en el mercado se determina por la calidad, el precio y el servicio que se ofrecen al consumidor. Ningún productor o prestador del servicio domina el mercado (Mercado Vargas, 2018).
- Oferta oligopólica. Se caracteriza porque el mercado se halla controlado por sólo unos cuantos productores o prestadores del servicio. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de insumos para su actividad. Intentar la penetración en este tipo de mercados es no sólo riesgoso, sino en ocasiones muy complicado (Mercado Vargas, 2018).

- Oferta monopólica. Se encuentra dominada por un sólo productor o prestador del bien o servicio, que impone calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor o prestador único. Si el productor o prestador del servicio domina o posee más del 90% del mercado siempre determina el precio (Mercado Vargas, 2018).

2.3.3 Análisis de la demanda

El análisis de la demanda tiene como objetivo principal medir las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado, con respecto a un bien o servicio y como este puede participar para lograr la satisfacción de dicha demanda.

De acuerdo con Baca Urbina (2013) el análisis de la demanda se puede clasificar en relación con su oportunidad y se clasifica en: Demanda satisfecha y demanda insatisfecha, que se describen a continuación.

- a) ***Demanda insatisfecha:*** en la que lo producido u ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- b) ***Demanda satisfecha:*** es la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden reconocer dos tipos de demanda satisfecha:
 - Satisfecha saturada, la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.
 - Satisfecha no saturada: es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas, y la publicidad.

2.3.4 Análisis de los precios

La definición de precio no puede emitirse sin que haya protestas de investigadores de otras áreas. Desde hace algún tiempo, al menos en México, existe un control gubernamental de precios de ciertos productos y servicios, lo cual hace que la definición anterior se vuelva obsoleta. Para ello los precios se tipifican como: internacionales, regional externo, regional interno y local. (Baca Urbina, 2013, pág. 46).

Figura 5. Tipo de precios

Tipo de precios	Definición
Internacional	Es el que se usa para artículos de importación-exportación. Normalmente esta cotizado en dólares estadounidenses y FOB (Libre a bordo) en el país de origen.
Regional externo	Es el precio vigente solo en parte de un continente.
Regional interno	Es el precio vigente en solo una parte del país.
Local	Precio vigente en una población pequeña y cercana. Fuera de esa localidad el precio cambia

Fuente: Obtenido de Baca Urbina, 2013, pág. 13, Evaluación de Proyectos

2.3.5 Análisis de la comercialización

La comercialización es el aspecto de la mercadotecnia más vago y por esa razón el más descuidado, en su libro de Formulación y Evaluación de Proyectos Baca Urbina (2013) define la comercialización de la siguiente manera: “la comercialización permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”; dicha comercialización se realiza por medio de canales, entre los cuales se encuentran:

Figura 6. Tipo de Canales

Tipo de productor	Canales	Definición
1) Productos de consumo popular	a) Productores-consumidores	Este canal es la vía más corta, simple y rápida. Se utiliza cuando el consumidor acude directamente a la fábrica a comprar los productos.
	b) Productores-minoristas-consumidores	Es un canal muy común, y la fuerza se adquiere al entrar en contacto con más minoristas que exhiban y vendan los productos.
	c) Productores-mayoristas-minoristas-consumidores	El mayorista entra como auxiliar al comercializar productos más especializados como medicina, ferretería, madera, entre otros.
	d) Productores-agentes-mayoristas-minoristas-consumidores	Es el canal más utilizado por empresas que vender sus productos a cientos de kilómetros.
2) Productor de productos industriales	a) Producto-usuario industrial	Es usado cuando el fabricante considera que la venta requiere atención personal al consumidor
	b) Producto-distribuidor industrial-usuario industrial	El distribuidor es equivalente al mayorista. El canal se usa para vender productos no muy especializados, pero sólo de uso industrial

Fuente: Obtenido de Baca Urbina, 2013, pág. 13, *Evaluación de Proyectos*

Al elegir los canales de distribución a usar, se deben analizar varios factores para una adecuada evaluación económica de los mismos (reportados en el análisis de mercado) tales como: el segmento de mercado, categoría de ingresos y las tendencias del mercado inmobiliario, así como los hábitos de compra del consumidor, alcance de la distribución, estacionalidad de las ventas y competencia.

2.4 Déficit habitacional

A nivel nacional se estima un déficit habitacional total de aproximadamente 1.78 millones de unidades, de las cuales, aproximadamente el 82% (1.46 millones) corresponden a un déficit cualitativo, mientras el 18% restante (0.31 millones) corresponden a un déficit cuantitativo. Asimismo, en los últimos 10 años el déficit se ha incrementado en más de 400 mil unidades, sin que al momento exista una respuesta concreta a esta problemática (Departamento de Análisis Estadístico de la Cámara Guatemalteca de la Construcción, 2018).

2.4.1 Déficit habitacional cuantitativo y cualitativo de vivienda en Amatitlán

En el municipio de Amatitlán existe tanto un déficit cuantitativo de viviendas como cualitativo ya que no solo hacen faltas viviendas para los habitantes del municipio de Amatitlán sino además no cuentan con los espacios requeridos (Cordón, 2010).

Figura 7. Estado de las viviendas en Amatitlán

Ambientes	Superficie	Estado
Área social	8 m ²	Deficiente
Área privada	12 m ²	Deficiente
Área servicio	6 m ²	Deficiente
Área exterior	8 m ²	Deficiente

Fuente: (Cordón, 2010)

Asimismo, en la siguiente figura se detalla con mayor precisión el déficit habitacional tanto cuantitativo como cualitativo del municipio de Amatitlán.

Figura 8. Déficit de las viviendas en Amatitlán

Ambientes	Superficie actual	Superficie Requerida	Déficit de Cobertura	Déficit de Infraestructura
Área social	8 m ²	20 m ²	En la mayoría de las viviendas no existe un espacio destinado para el área social. En las viviendas que sí cuentan con el área social, ésta no cubre con las áreas mínimas permitidas.	Área sin iluminación y ventilación natural
Área privada	12 m ²	25 m ²	El área privada se encuentra en hacinamiento porque duermen muchas personas en una sola habitación.	Área privada que no cumple con las normas establecidas con respecto a superficies mínimas. No cuentan con iluminación y ventilación natural. No tienen una distribución correcta.
Área servicio	6 m ²	8 m ²	El déficit de cobertura del área del servicio es insatisfecho porque no es apta para la cantidad de habitantes de cada vivienda.	En la mayoría de las viviendas no existe esta área
Área exterior	8 m ²	18 m ²	La mayoría de las viviendas no cuentan con un área exterior y las que sí, no cumplen con las normas.	Área en mal estado y piso de tierra en las viviendas que cuentan con este ambiente.

Fuente: (Cordón, 2010)

2.5 Vivienda vertical

Según el Arq. Alemán Ole Scheeren “la vivienda vertical es una visionaria innovación que va a revolucionar la vida en las metrópolis de todo el mundo. La idea básica es no seguir expandiendo las ciudades a lo ancho sino edificar a lo alto. Una parte importante de este concepto es la integración de espacios sociales. En el futuro los rascacielos no albergarán solo apartamentos, sino también restaurantes, tiendas y jardines” (Scheeren, s.f.).

Para la Arq. Mercedes Vélez en su libro llamado Arquitectura Contemporánea de Medellín los apartamentos tienen espacio que fluyen y se relacionan en la zona social y una bien diferenciada que permite a los habitantes de la urbanización continuar disfrutando de esta solución de vivienda después de veinticinco años (White, 2003).

Analizando a estos dos autores el edificio de apartamentos, se puede considerar una solución alternativa a las residencias, una solución económica, que permiten a los habitantes tener y compartir áreas comunes y áreas sociales.

El crecimiento del sector de vivienda se ha visto reflejado en proyectos habitacionales de vivienda en serie (vivienda horizontal) así como de vivienda multifamiliar (vivienda vertical). Durante los años 2000-2009, la relación de proyectos habitacionales correspondía a un 61% de proyectos de vivienda horizontal y un 39% de proyectos de vivienda vertical, esta tendencia se mantuvo hasta aproximadamente el año 2014, año en que se dio un punto de inflexión en el comportamiento, haciendo que la proyección al cierre de 2018 se ubicara en un 18% de proyectos de vivienda horizontal y un 82% de proyectos de vivienda vertical. (Cámara de la Construcción de Guatemala, 2019).

3 METODOLOGÍA

Este capítulo comprende todos los procedimientos planeados, ordenados y sistemáticos que se utilizaron para el desarrollo de la investigación. Además, detalla la definición del problema; objetivo general y objetivos específicos; método científico; y, las técnicas de investigación documental y de campo, utilizadas a lo largo de la investigación.

3.1 Definición del problema

El problema es que muchos desarrolladores de proyectos inmobiliarios no han dimensionado la importancia de los estudios de mercado y ofrecen productos y servicios pensando en las capacidades y ventajas que tiene el oferente y no están pensando en las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores. Esto tiene repercusión directa en la eficiencia, la efectividad y la pertinencia de los proyectos inmobiliarios. En la gestión de proyectos exitosos, el estudio de mercado es fundamental para caracterizar al cliente y sus expectativas, y poder competir con otros oferentes que seguramente están también con el mismo enfoque. La demanda de vivienda acorde a las posibilidades y capacidades de la población del municipio de Amatitlán del departamento de Guatemala es muy importante ya que, de acuerdo con los registros de la Cámara Guatemalteca de la Construcción, la oferta de vivienda ha bajado de manera consistente, dando como resultado que en la actualidad Guatemala represente un déficit habitacional de aproximadamente 1.78 millones de unidades, alrededor de todas regiones territoriales de país. Para los municipios cercanos a la ciudad de Guatemala este problema toma un mayor impacto a consecuencia del crecimiento poblacional. En referencia al municipio de Amatitlán, presenta un 2.5% de crecimiento poblacional según datos del INE (2018); lo cual ha provocado que en la actualidad el área urbana del municipio de Amatitlán demande más servicios básicos, como el agua, electricidad, transporte, educación y principalmente la vivienda. Este último genera un déficit habitacional ya que la demanda no se ha logrado satisfacer porque tanto

la infraestructura como la escasez de espacios óptimos para realizar proyectos habitacionales no es adecuada; dando como resultado, una oferta limitada ante la demanda de vivienda en el municipio de Amatitlán; sin embargo, a pesar de que hay déficit habitacional, es importante que el estudio de mercado sepa diferenciar las características de los clientes potenciales, pues conocer su capacidad y su voluntad de pago, así como sus gustos y preferencias, podría ser que hacer inversiones masivas en desarrollo de vivienda vertical, podría no llenar las expectativas de los vecinos de Amatitlán.

A consecuencia del crecimiento poblacional, tanto a nivel nacional como el municipio de Amatitlán, y en busca de satisfacer los servicios básicos necesarios que mejoren la calidad de vida de la población del municipio; el problema de la investigación plantea la siguiente pregunta: ¿Cuál es la importancia del estudio mercado para un proyecto de vivienda vertical en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala? para determinar si es factible cubrir la demanda y si es aceptado un proyecto de vivienda vertical en el área urbana del municipio de Amatitlán.

3.2 Delimitación del problema:

La delimitación se deriva de la especificación del problema, lo cual sirve de base para definir los aspectos siguientes: unidad de análisis, el período y el ámbito geográfico que comprende la investigación.

3.2.1 Unidad de análisis

Estudio de mercado del sector inmobiliario de vivienda vertical.

3.2.2 Período a investigar

De los años 2014 al 2019.

3.2.3 Ámbito geográfico

El área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

3.3 Objetivos

Los objetivos son parte importante en todo proceso de la investigación ya que son una guía y constituyen los propósitos o fines a los que se quiere llegar. Se plantean objetivos generales y específicos.

3.3.1 Objetivo general

Analizar la importancia del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical, en el área urbana del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

3.3.2 Objetivos específicos

- a) Caracterizar los elementos más importantes que debe considerarse en un estudio de mercado de vivienda vertical a través de una entrevista a desarrolladores inmobiliarios.
- b) Determinar los beneficios de la realización de un estudio de mercado en el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatitlán, a través de información obtenida en el trabajo de campo mediante entrevistas.
- c) Elaboración de una guía metodología que contenga los aspectos principales para la realización de un estudio de mercado estratégico para el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatitlán.

3.4 Justificación

En la actualidad, la tendencia de vivienda a nivel regional es de densificación; por lo cual, se observa, en las zonas urbanas, un incremento en proyectos inmobiliarios de desarrollo vertical como los edificios de apartamentos o edificios

de uso mixto. Sin embargo, ha sido una tendencia también que se han estado diseñando soluciones habitacionales pensando en la optimización del espacio, de los costos o de criterios propios de los diseñadores para masificar la oferta. Dicho enfoque no está tomando en cuenta las necesidades propias, gustos, preferencias y la capacidad de pago de los potenciales clientes; que, ante la necesidad de contar con una solución habitacional, adquieren bienes que exceden su capacidad de pago o no cumplen con sus expectativas. Esto conduce a pensar que es importante que un complejo habitacional antes de ser diseñado debe entender las tendencias del mercado, el segmento de mercado que estará siendo enfocado y sus expectativas.

Esta investigación ofrecerá información elemental para que los desarrolladores de proyectos inmobiliarios de vivienda vertical consideren la importancia que tienen los estudios de mercado en toda su concepción, desde la descripción del producto a ofrecer, hasta la característica del cliente y sus necesidades, la demanda insatisfecha, la competencia, los precios y las estrategias de comercialización.

Se espera que los desarrolladores inmobiliarios puedan utilizar la información de este análisis y les permita ser más sensibles a las señales del mercado para enfocar mejor sus productos, de manera que respondan a las expectativas del cliente, vendan mejor y puedan hacer más eficiente su gestión de proyectos.

3.5 Método

A continuación, se presentan los fundamentos bajo los cuales se ha desarrollado la presente investigación por medio del método científico en sus tres fases: indagadora, demostrativa y expositiva.

- a) Fase Indagatoria:** En esta fase se planeó y ejecutó la recolección de datos que conlleva al descubrimiento de evidencias.

- b) Fase Demostrativa:** Esta fase se realizó por medio de técnicas e instrumentos que permiten obtener, ordenar, medir, cuantificar matemática y estadísticamente.
- c) Fase Expositiva:** en esta fase se recurrieron a los procesos de conceptualización y generalización para la presentación del trabajo de graduación.

Además, entre la metodología se utilizó un enfoque mixto por representar un conjunto de procesos empíricos y críticos de investigación, dado a que la recolección y el análisis de datos fue de forma tanto cuantitativa como cualitativa para tener un panorama más amplio de la información recabada; además, se utilizó el diseño no-experimental por no haber ninguna manipulación de variables, observando los fenómenos que influyeron en la investigación en su ambiente natural; por ello, la investigación tiene un alcance explicativo.

3.6 Técnicas de investigación aplicadas

Las técnicas de investigación consisten en observar el fenómeno, tomar la información y registrarla para su análisis posterior mediante la aplicación del método de investigación científico. Las técnicas de investigación documental y de campo aplicadas en la presente investigación, se refieren a lo siguiente.

3.6.1 Técnicas de investigación documental

Las técnicas de investigación documental o fuentes secundarias se realizaron por medio de estudios e interpretación basada en la revisión de libros, artículos y documentales sobre el tema objeto de estudio. Dentro de los instrumentos utilizados se encuentran:

- a) **La lectura:** Esta técnica conlleva la comprensión, interpretación y el análisis del texto leído. De esta actividad, se obtuvo como productos los resúmenes, los juicios, análisis, entre otros.
- b) **Las fichas:** es el instrumento utilizado que contiene información escrita o gráfica que interesa archivar, recuperar o manejar con fines de estudio o investigación.
- c) **El subrayado:** es pasar por debajo de un texto, una línea. De forma que se aislaron los conceptos y definiciones para señalar los puntos centrales o de importancia.

3.6.2 Técnicas de investigación de campo

Investigación de campo es aquella que se aplica extrayendo datos e informaciones directamente de la realidad a través del uso de técnicas de recolección (como entrevistas o encuestas) con el fin de dar respuesta a alguna situación o problema planteado previamente.

- a) **Observación:** Se realizó de forma directa en el área rural del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala. Se utilizaron instrumentos como cuaderno de notas, cámara fotográfica y guía de observación.
- b) **Entrevista:** se realizó una entrevista por medio de videoconferencia a través de Zoom para determinar las características y beneficios de la realización de un estudio de mercado inmobiliario a personas expertas en desarrollo de proyectos inmobiliarios. Para ello se utilizó una guía (Ver anexo 1) para poder recabar la información.

c) **Encuesta:** Se realizó una encuesta para determinar los principales resultados de la guía metodológica propuesta para el estudio de mercado, dirigida a una muestra conformada por vecinos de la población del municipio de Amatitlán. Para ello se utilizó la aplicación de administración de encuestas llamada Google Forms por medio del enlace <https://forms.gle/sJyGB6u4QQXEK4cx5> (Ver Anexo 2).

3.6.3 Técnica de Muestreo

Para el tamaño de la muestra se utilizó el tipo de muestreo probabilístico y la técnica azar sistemático. Asimismo, se tomó como referencia la población total del municipio de Amatitlán que es de 116,711 habitantes de acuerdo con estadísticas del Censo del INE (2018)

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

Datos

N =	Tamaño de la población censo 2018	116,711 hab.
Z =	Nivel de confianza (93%)	1.81
p =	Probabilidad que ocurra el evento	0.5
q =	Probabilidad que no ocurra el evento (1-p)	0.5
e =	Error de estimación aceptado	7%
n =	Tamaño de la muestra	?

$$n = \frac{95589.23}{572.70} = 168$$

El número de la muestra nos arroja 168 personas aproximadamente.

3.6.4 Variables de exclusión:

Los resultados obtenidos en esta investigación solamente representan el pensamiento de expertos en desarrollos inmobiliarios y de la población de Amatitlán y está esencialmente enfocado en desarrollo de vivienda vertical.

Asimismo, derivado a las limitaciones en la investigación ocasionadas por la pandemia provocada por el Covid-19 para el cálculo de la muestra se consideró un error del 7% y un nivel de confianza del 93%.

4 DISCUSIÓN DE RESULTADOS

En este capítulo se analizará el contexto y los resultados de la investigación y trabajo de campo con la finalidad de demostrar la importancia del estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el área rural del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

Cabe destacar que de los resultados se propuso una guía para la elaboración de un estudio de mercado estratégico para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el área urbana del municipio de Amatitlán.

4.1 Características de los elementos que deben considerarse para la realización de un estudio de mercado en el sector de vivienda vertical

Entre las principales características que se deben tomar en cuenta para un estudio de mercado de vivienda vertical de acuerdo de acuerdo con entrevista realizada a expertos en desarrollo de proyectos inmobiliarios¹ son las siguientes: el punto o ubicación, vías de acceso, características generales, análisis de competidores, análisis de demanda y proyecciones.

4.1.1 Características para describir el proyecto

Para la descripción del proyecto se debe tomar en cuenta las características generales del mercado donde se puede incluir ubicación (siendo uno de los factores más importantes y determinantes para el éxito del proyecto), lejanía del centro urbano, vías de acceso, seguridad y tránsito.

¹ Gerente Técnico y funcionarios de Inmobiliaria Palo Blanco, esta empresa cuenta con 27 años de experiencia en el mercado inmobiliario y se ha caracterizado por desarrollar viviendas de alta calidad en diferentes sectores del departamento de Guatemala y Gerente de Proyectos de Ciudad Santa Clara.

4.1.2 Demanda

De acuerdo con el Gerente de Técnico de Inmobiliaria Palo Blanco, se debe conocer la necesidad de la población y con el uso de herramienta de la segmentación de mercado se detallan las particularidades principales de los consumidores potenciales, que son el futuro comprador y usuario de las viviendas del proyecto, por lo que es determinante identificar peculiaridades de los gustos, preferencias y hábitos de compra para adquirir una vivienda dentro del sector por lo cual también es importante el uso que se le dé y sea cual sea, será decisión del comprador; entre los principales usos y razones para invertir en un apartamento se encuentran:

- a) Lugar ideal para vivir en familia (no numerosa pero que atienda la necesidad)
- b) Lugar para que viva
- c) Uso para alquiler
- d) Inversión en inmuebles (riesgo de inversión bajo)
- e) Privacidad y espacio
- f) Áreas comunes a disposición
- g) Fácil mantenimiento

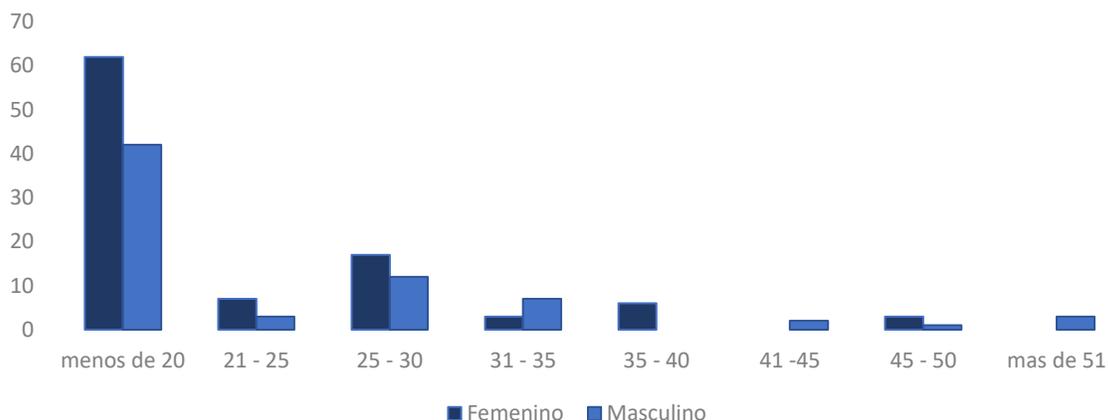
Asimismo, según comunicación sostenida con el analista económico y de datos (Saquimux, M. 27 de octubre 2020), los proyectos inmobiliarios de vivienda vertical están dirigidos a hombres y mujeres adultos entre 25 y 44 años, solteros, recién casados, o con hijos. Lo que asociado con los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2018), es donde se estima que es el promedio de edad en Guatemala para contraer matrimonio.

Asimismo, de acuerdo con el perfil de cliente objetivo se detallan las siguientes características:

- a) Las familias o personas solteras que deseen optar por un bien inmueble.
- b) Los ingresos familiares deben de ser por lo menos tres veces a lo que precio de la mensualidad incluido el IUSI.
- c) Familias conformadas por un máximo de 4 personas.
- d) Madres o padres solteros con un máximo de 2 hijos.
- e) Las familias deben de contar con un monto disponible de enganche mínimo del 5% del valor de la vivienda (si el proyecto se trabaja con el FHA).

Asimismo, la siguiente grafica representa a la población de Amatitlán entrevistada

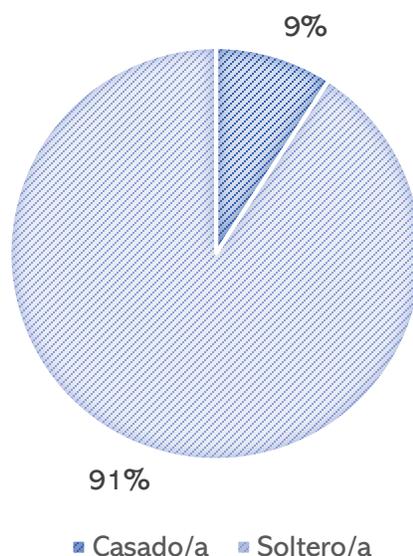
Gráfica 1. Población de Amatitlán por rango de edad



Fuente: elaboración propia con base a investigación realizada

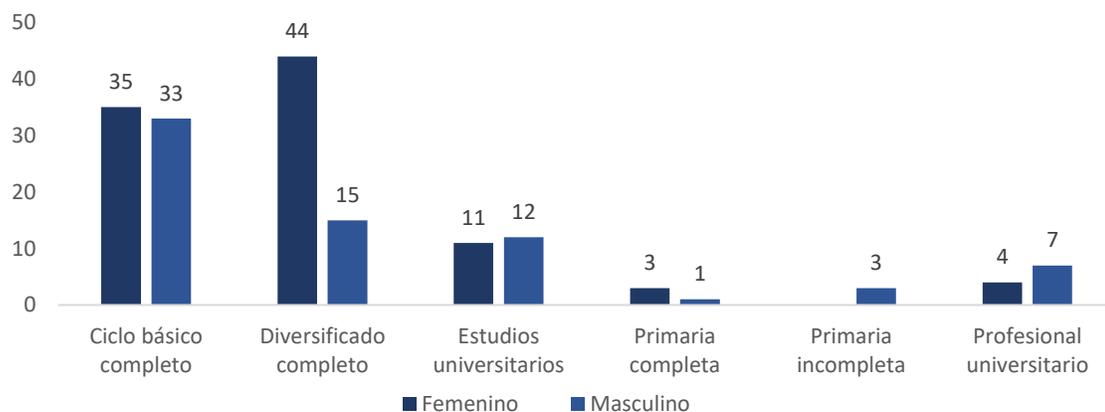
De acuerdo con los resultados de la encuesta en la gráfica se puede observar que la población de Amatitlán según datos proporcionado por los 168 encuestados en Amatitlán el 58.33% mujeres y el 41.67% restantes hombres donde la edad predominante es de menos de 20 años con el 61.9%, el 17.26% se encuentra en un rango de edad de entre 25 y 30 años, el 5.95% en un rango de entre 31 y 35 años y el 4.76 se encuentra en un rango de edad de 35 a 45 años.

Gráfica 2. Situación civil de la población de Amatlán



De las 168 persona entrevistadas el 91% indicó que están solteros y el 9% que están casados, donde el 58.33% de la población son mujeres y el 41.67% restante hombres. Además, para el análisis de la demanda hay que analizar el grado académico de la población ya que también será un indicador para poder medir sus ingresos. A continuación, se presenta la grafica con los principales resultados.

Gráfica 3. Nivel académico de la población de Amatlán



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada.

Como se puede observar en la gráfica el 48.48% de la población (168 personas encuestadas) tiene el ciclo básico completo, el 35.12% de diversificado completo, el 13.69% tiene estudios universitarios, el 2.38% tiene primaria completa, el 1.79% primaria incompleta y el 6.55% son profesional universitario.

4.1.3 Oferta

El análisis de los competidores que es necesario ver que estaba ofreciendo los proyectos aledaños al que se quiere realizar el proyecto, además de otros factores como los gustos y preferencias de las personas como el piso, los acabados, garitas de acceso y ventas); por otro lado, de acuerdo a la entrevista del proyecto realizada al Gerente de Proyectos indicaba que en la actualidad la oferta es muy estandarizada, con tamaños reducidos, costos altos, y poca accesibilidad, por lo que ofrecer mejores tamaños y amenidades resultan en mejor producto.

Asimismo, con base a investigación realizada también se debe hacer un análisis de los sustitutos de la vivienda vertical, encontrándose entre ellos los proyectos residenciales, viviendas en alquiler y otros.

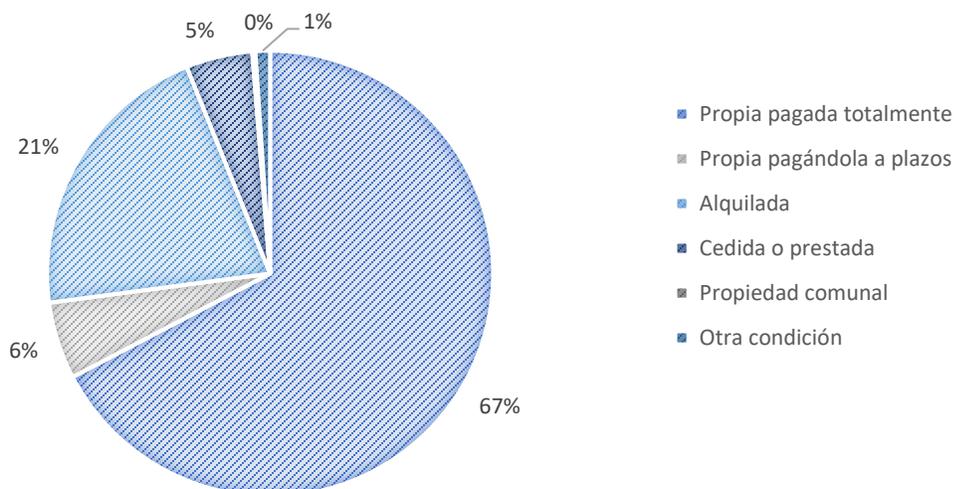
Figura 9. Bienes sustitutos



Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Para el caso de Amatitlán se presenta la gráfica 1 que describe la tenencia de vivienda de los habitantes del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala, lo cual ya podría dar un margen a los inversionistas y desarrolladores a que nicho de mercado deberían ir.

Gráfica 4. Tenencia de vivienda de los habitantes del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala



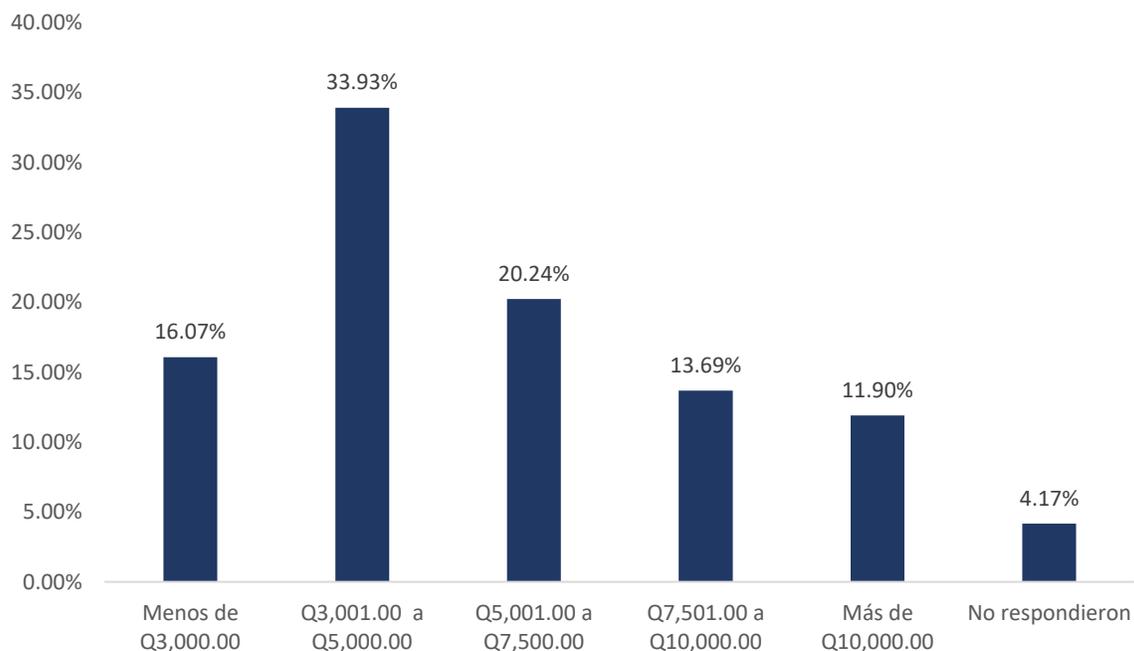
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos del Censo de Población y Vivienda 2018, Guatemala.

De acuerdo con los datos del censo poblacional y vivienda 2018, realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE) se determina que el 67% de la población cuenta con casa propia pagada totalmente, el 21% de la población alquila (la cual representa una demanda insatisfecha), el 11% restante corresponde a casa propia pagándola a plazos, vivienda prestada, propiedad comunal y otra condición.

4.1.4 Precio

La determinación del precio es uno de los aspectos más importantes ya que de acuerdo con la entrevista sostenida con especialista en el tema primero se analiza a los competidores para ver qué precio están manejando, también se debe saber a qué segmento de mercado quiere abarcar y ver si la población tiene capacidad de pago. Para el caso de Amatitlán se presenta la gráfica 4 donde se puede observar el promedio de ingresos por familia en el municipio.

Gráfica 5. Rango de ingresos familiares de la población de Amatitlán



Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

De acuerdo con los resultados obtenidos de las 168 personas encuestadas el 33.93% tiene un ingreso familiar de Q3,001.00 a Q5,000.00, el 20.24% un ingreso de Q5,001.00 a Q7,500.00, por lo cual este segmento podría ubicarse dentro de la demanda potencial de vivienda vertical, el 13.69% tiene un ingreso familiar de Q7,501.00 a Q10,000.00, el 16.07% percibe un ingreso familiar menos de Q3,000.00 y el 4.17% se abstuvo a responder la pregunta.

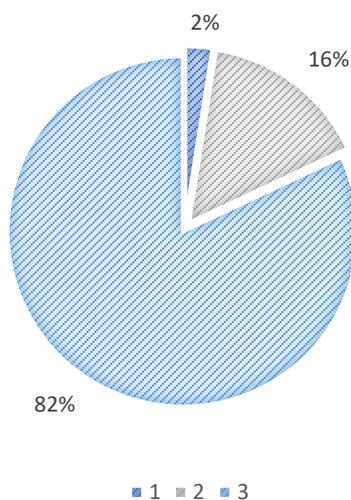
Gráfica 6. Rango de egresos familiares de la población de Amatitlán

Por otro lado, el Gerente Técnico de Inmobiliaria Palo Planco indicó que es importante hacer un breve análisis en el mercado sobre la política nacional, la

descentralización del gobierno (donde no todo está metido en la ciudad de Guatemala) y el precio, considerando que si los clientes optan por invertir en un municipio como Amatitlán es porque andan buscando un precio accesible que puede equivaler entre Q200,000.00 y Q250,000.00 por apartamento de dos o tres dormitorios.

Además, el precio dependerá de cuantos ambientes tenga el apartamento por lo que se realizó un sondeo por medio de una encuesta a la población de Amatitlán en donde arrojó los datos que se presentan en la gráfica 3:

Gráfica 7. ¿Cuántas habitaciones le gustaría en un apartamento?

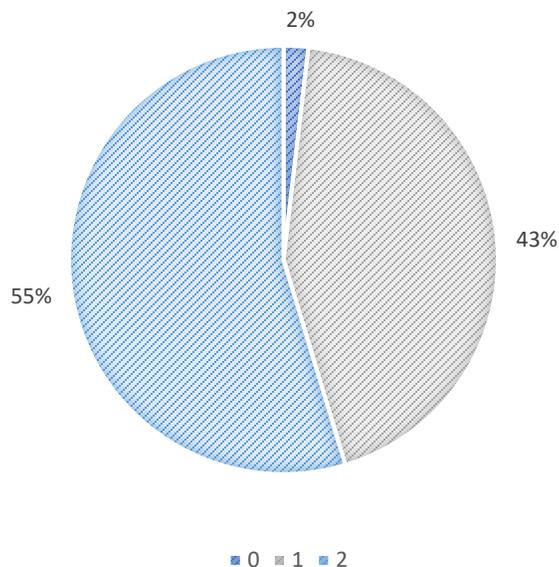


Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

De acuerdo con los resultados obtenidos se puede el 82% de la población encuestada prefiere que el apartamento sea de 3 habitaciones, el 16% de dos habitaciones y el 2% restante de una habitación, por lo cual se denota que las personas tienen mayor preferencia por un apartamento relativamente grande.

A su vez, el precio también depende de la cantidad de parqueos que tendrá cada apartamento y de acuerdo con las preferencias de la población se presentan los siguientes datos:

Gráfica 8. ¿Cuántos parqueos necesitaría en un apartamento?



Fuente: Elaboración propia con base a datos de investigación realizada

4.1.5 Comercialización

En este apartado se describe las características para el análisis sobre los medios, las estrategias y los mecanismos para llevar a cabo la comercialización del proyecto, a modo que el mismo logre los objetivos esperados en cada una de sus fases, y principalmente el objetivo general de la importancia del estudio de mercado de un proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.

4.1.5.1 Plan de ventas

El plan de venta busca ser un instrumento que orienta a los encargados del proyecto, durante la fase de comercialización de los módulos habitacionales con el

fin de que los mismos sean entregados a familias de acuerdo con el perfil de cliente y los principios bajo los cuales se propone el proyecto.

Además, tanto el objetivo de mercadotecnia como el objetivo de venta dependerá del número de apartamentos disponibles en cada proyecto y la cantidad se deberá determinar con base a cierres de ventas de proyectos similares.

a) Plan de ventas del proyecto

En el caso del plan de ventas por producto, se determinó que no existe una temporalidad de venta para los apartamentos, derivado que los mismos son vendidos durante el año con un comportamiento constante, no muestra ningún patrón o tendencia de venta.

El plan consiste principalmente en la implementación de precios por debajo del mercado inmobiliario actual.

Adicional a ello, se establece la estrategia de promover los mismos mediante alianzas estratégicas, entre las cuales cabe destacar las que se tendrán con la municipalidad de Amatlán; así como, algunas proveedoras de los suministros.

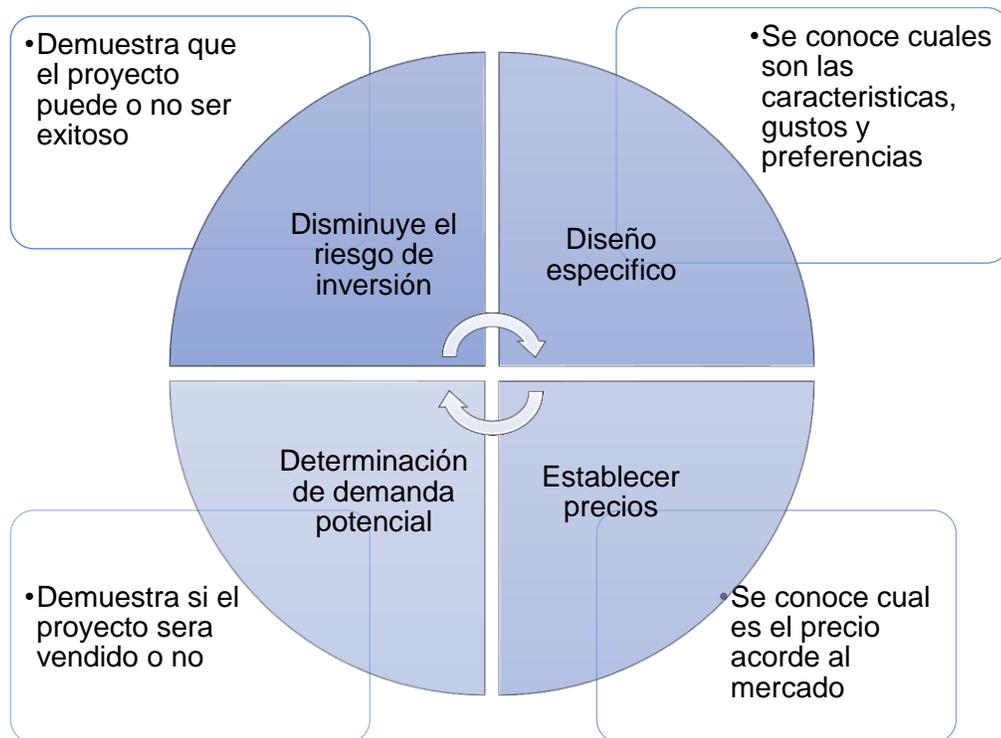
b) Plan de ventas por cliente

Para el plan de ventas de cliente debe crear estrategias que permitan entregar un plan de pagos específico para cada familia solicitante por medio de alianzas con instituciones financieras que permitan el otorgamiento de crédito acorde a las condiciones de cada cliente, donde también se deberán evaluar tasas, montos y plazos.

4.2 Beneficios del estudio de mercado inmobiliario

En este apartado se definen los principales resultados que se obtuvieron de la entrevista que se les realizó a expertos en proyectos inmobiliarios habitacionales donde se obtuvieron los siguientes resultados.

Figura 10. ¿Conocen la importancia del estudio de mercado?

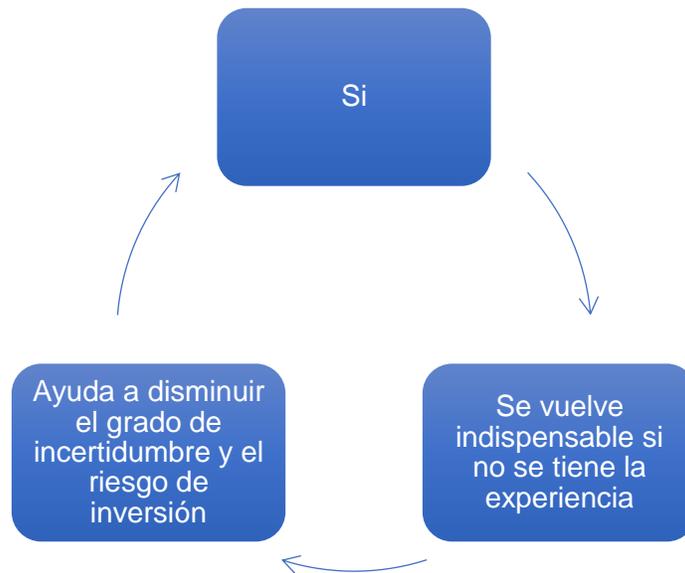


Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

La figura 7, se refiere a que si los expertos conocían la importancia del estudio de mercado en el ámbito inmobiliario, donde los entrevistados coincidieron en que si la conocían y destacaron los aspectos más importantes que les aporta al realizar un estudio, haciendo énfasis en la disminución del riesgo de inversión y hacer un diseño específico y acorde al segmento de mercado al que se quieran dirigir, y por

lo tanto a un precio adecuado que ayudara a dar mayor certeza al proyecto; coincidiendo que al no hacer un estudio de mercado se les dificulta poder continuar con los estudios y tener datos precisos que ayudan a realizar un adecuado estudio financiero y por lo tanto, la incertidumbre es alta.

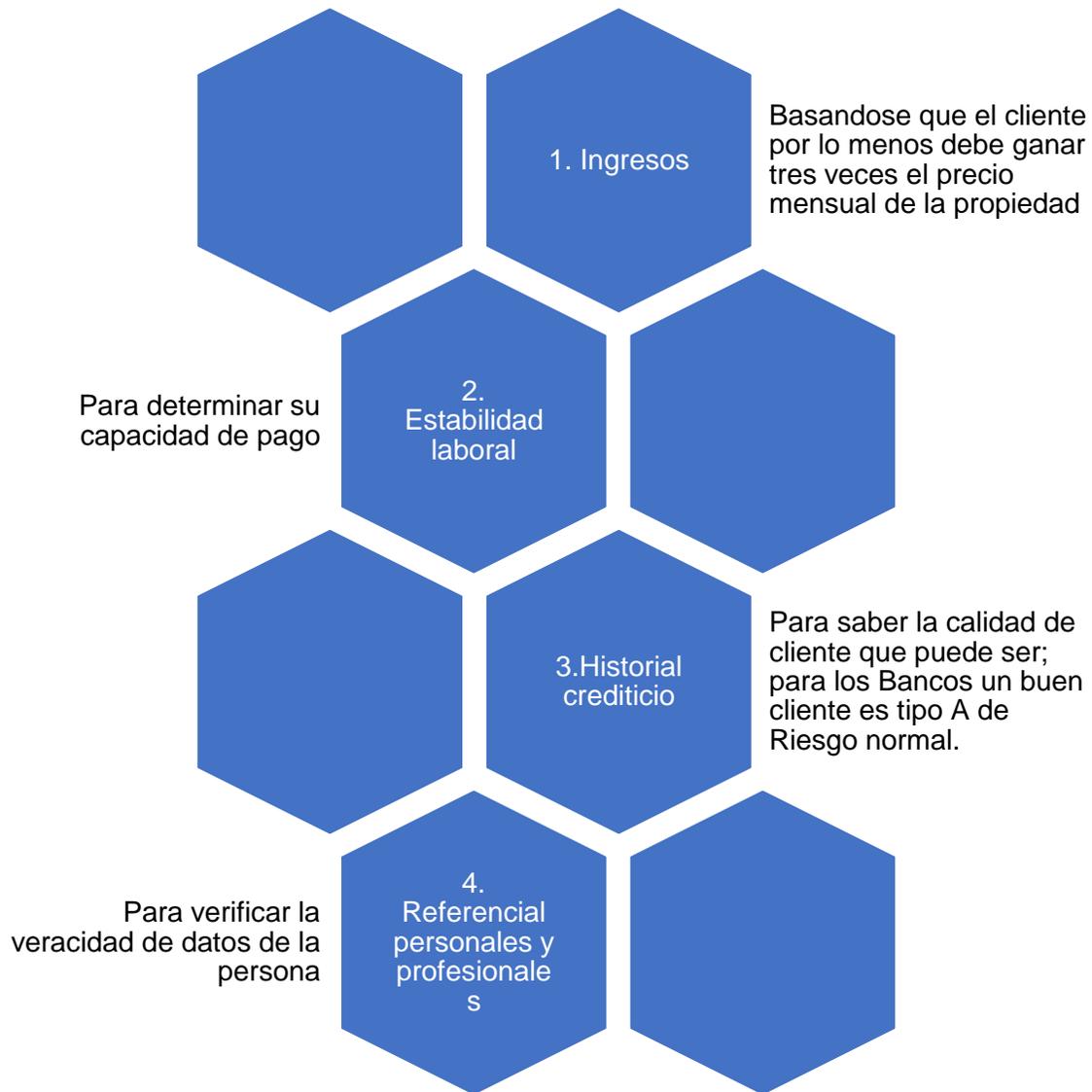
Figura 11. ¿Alguna vez ha realizado o contratado a una empresa para realizar estudio de mercado?



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

La figura 8, representa las respuestas de desarrolladores de proyectos inmobiliarios a la pregunta de si alguna vez habían contratado o realizado un estudio de mercado, donde la respuesta fue que sí. No obstante, la tendencia es que la mayoría prefiere hacer un estudio de competencias a un estudio de mercado, pero si se es nuevo en el negocio enfatizaron que realizar un estudio de mercado se vuelve indispensable ya que ayuda a disminuir el grado de incertidumbre que tiene una inversión de esta naturaleza; además de conocer a que segmento de mercado se deben dirigir y los gustos y preferencias para hacer un diseño apropiado a espacio y costo.

Figura 12. ¿Cómo califica a un comprador de vivienda?

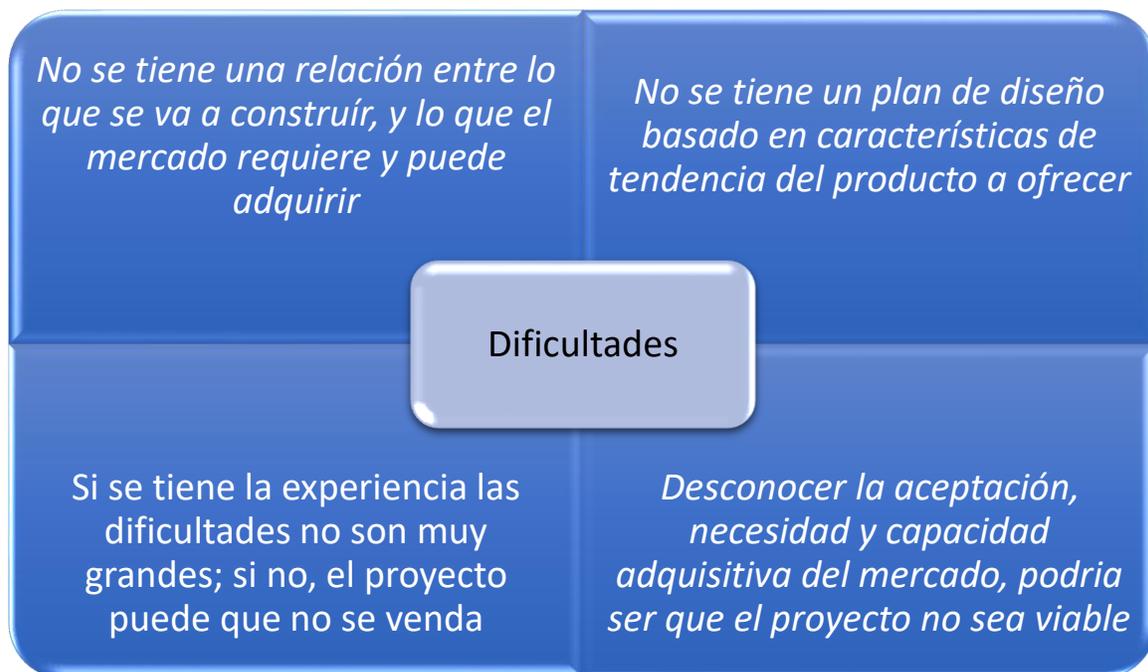


Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

En la figura 9 se tomó en cuenta para determinar cómo los desarrolladores calificaban a su cliente potencial ya que es un aspecto importante a determinar en el estudio de mercado pues de ello se hace el plan de ventas. La respuesta fue que después de segmentar, para ver si un cliente era apropiado o no había que evaluar su nivel de ingresos ya que este debía tener por lo menos la tercera parte

disponible para vivienda, además de determinar la estabilidad laboral para poder aplicar a un crédito de entre 20 años a 25 años y las referencias que este podría darles tanto personales como profesionales que ayuda a verificar la veracidad de la información proporcionada por la persona interesada en adquirir una vivienda.

Figura 13. ¿Qué dificultades considera que presentaría un proyecto de vivienda vertical al no realizar un estudio de mercado?

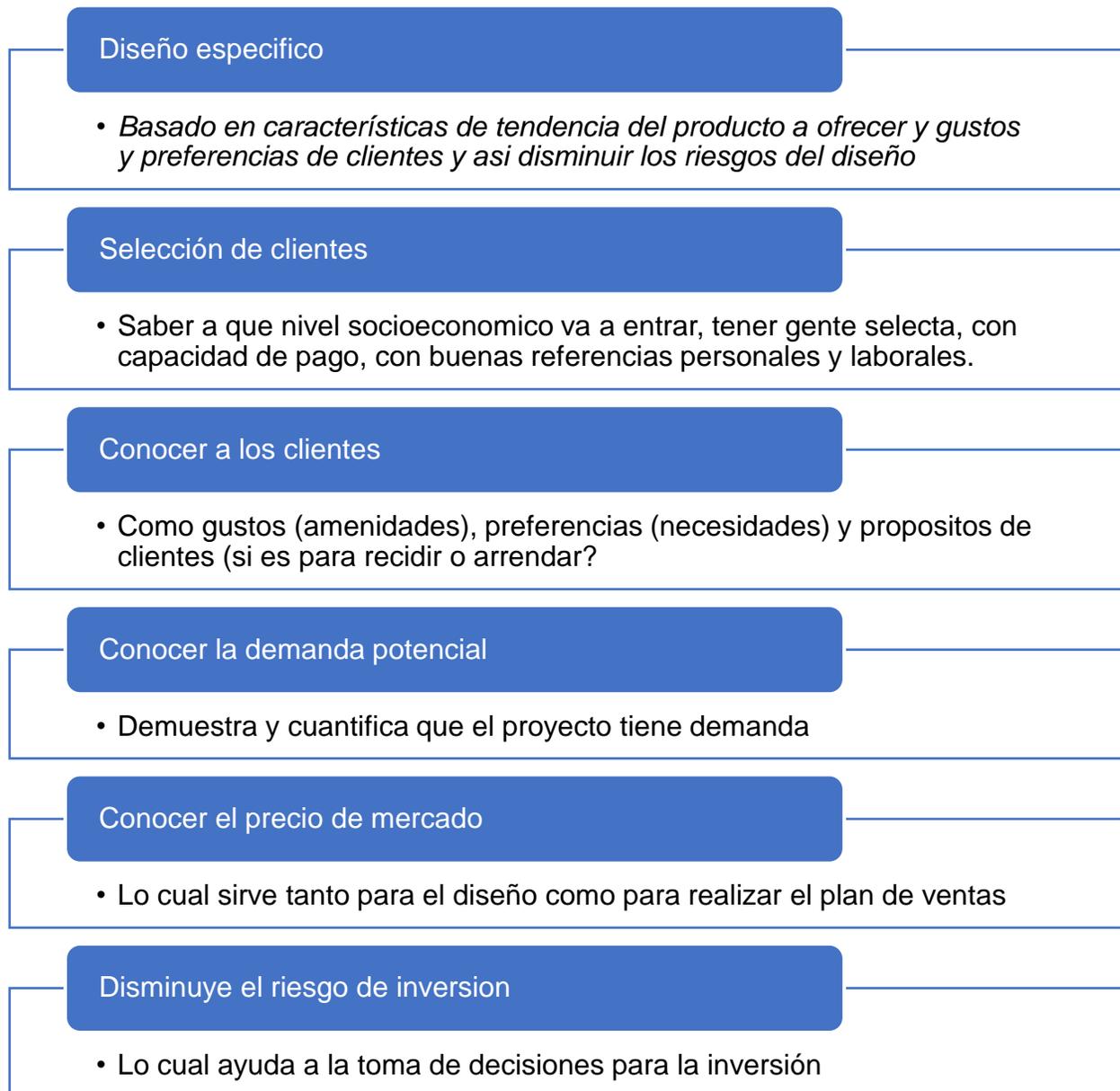


Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

Entre las principales dificultades que destacaron los desarrolladores inmobiliarios al no realizar un estudio de mercado en un proyecto de vivienda vertical que se destacan en la figura 10 enfatiza que no existe un plan de diseño basado en características del consumidor y por lo tanto se desconoce la aceptación, necesidad y capacidad adquisitiva del mercado lo que podría traer consigo que el

proyecto fracase al no tener una relación directa entre lo que van a construir y lo que el mercado necesita.

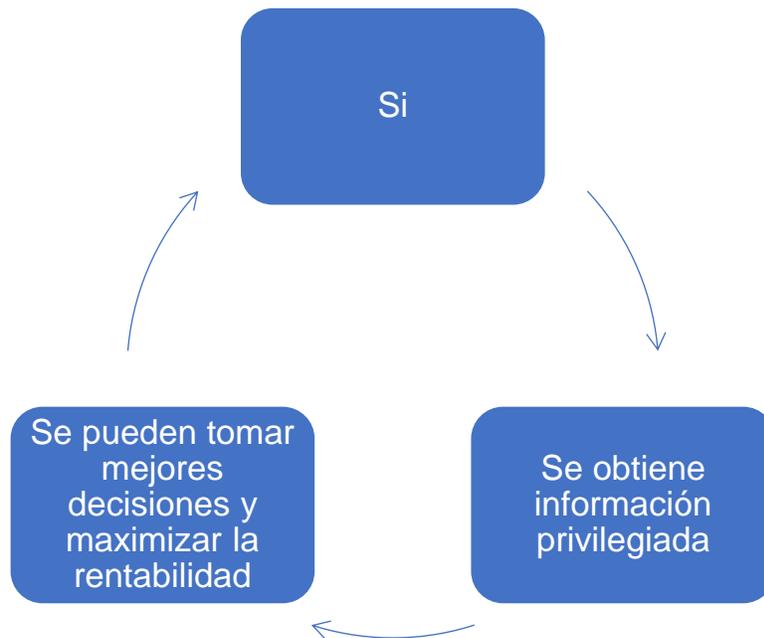
Figura 14. ¿Qué beneficios cree que tendrá el realizar un estudio de mercado en un proyecto inmobiliario de vivienda vertical?



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

La figura 11 está integrada por los principales beneficios que los entrevistados indicaron que les ha traído el realizar un estudio de mercado de un proyecto de vivienda vertical, donde consideran que al hacerlo tienen claro que el diseño deben realizar de acuerdo a las características del mercado, pueden tener gente selecta y al conocer a sus clientes su plan de ventas será más acertado, también les da un panorama del precio de mercado y sobre todo disminuye los riesgos que el proyecto pudiera enfrentar.

Figura 15. ¿Considera que realizar un estudio de mercado es buena inversión y si la relación costo/beneficio es favorable?



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

En la figura 12 muestra la perspectiva que los entrevistados tienen en cuanto a si el costo beneficio de la inversión de un estudio es favorable y haciendo referencia a un proyecto en específico donde el estudio de mercado les costó entre Q40,000.00 a Q60,000.00, si fue de mucha utilidad ya que las empresas que se

dedican a hacer este tipo de estudios tienen acceso a información privilegiada y que luego analiza por medio de Big Data y da una información más certera y puntual de acuerdo al comportamiento e interés que tienen las personas.

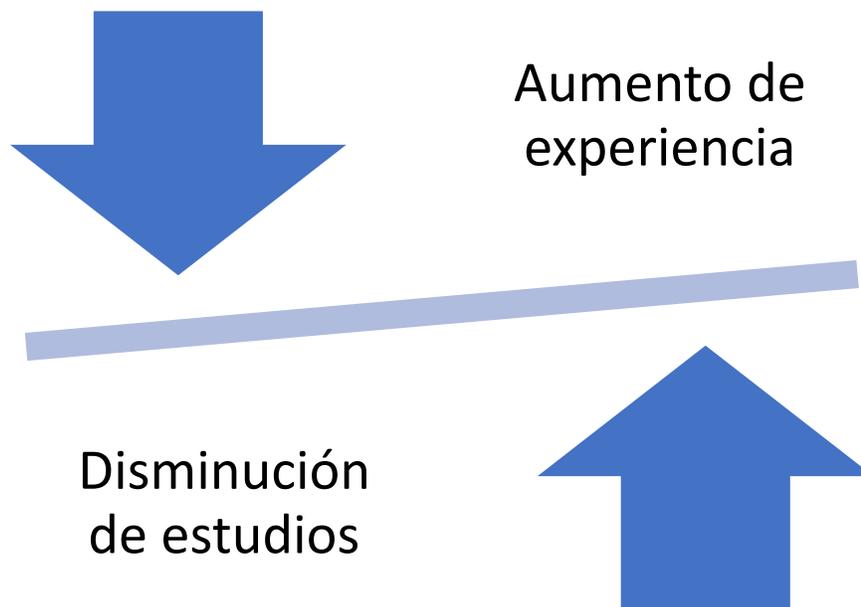
**Figura 16. ¿De acuerdo con su experiencia, cree que normalmente los inversionistas le exigen al desarrollador realizar un estudio de mercado?
Explique**



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

De acuerdo con la pregunta que se planteó en la figura 13 los entrevistados destacaron que los inversionistas no exigen un estudio, quien lo pudiera pedir es la junta directiva si considera que necesita más información para que puedan realizar un proyecto porque hacer este tipo de estudios representa una inversión, y normalmente tratan de reducir los costos para que su tasa interna de retorno sea de aprox. un 40% y su valor actual neto sea positivo.

Figura 17. De acuerdo con su experiencia siempre realizan un estudio de mercado o en qué porcentaje ocurre en esto para un proyecto inmobiliario. Explique la relación



Fuente: Elaboración propia con base a investigación realizada

Para la pregunta de la figura 14, no se obtuvo una respuesta en concreto en cuanto a en qué porcentaje se realiza un estudio de mercado de manera formal, pero los entrevistados sí enfatizaron que analizan el mercado y especialmente de acuerdo con la experiencia han un estudio de competencias y así determinan el comportamiento del mercado; además, obtienen información de la Cámara Guatemalteca de la Construcción por ser agremiados. No obstante, enfatizaron los expertos en la entrevista que si el desarrollador no tiene experiencia el estudio de mercado formal será indispensable para saber que ofrecer al mercado. Dando el ejemplo de Amatitlán destacaban de acuerdo a su experiencia que si en el municipio aún hay mucha tierra por expandirse, no es una buena opción realizar un proyecto de edificio de apartamentos a menos que sea en el parque y que la municipalidad autorice un edificio que tenga apartamentos con un costo aproximado de Q200,000.00 a Q300,000.00 lo que hará que en este municipio se

empiece a crear el neourbanismo; no obstante, si el municipio ya no tiene expansión la vivienda vertical puede ser el futuro del municipio.

4.3 Guía metodología para la realización de un estudio de mercado estratégico para el sector inmobiliario de vivienda vertical en el Municipio de Amatitlán.

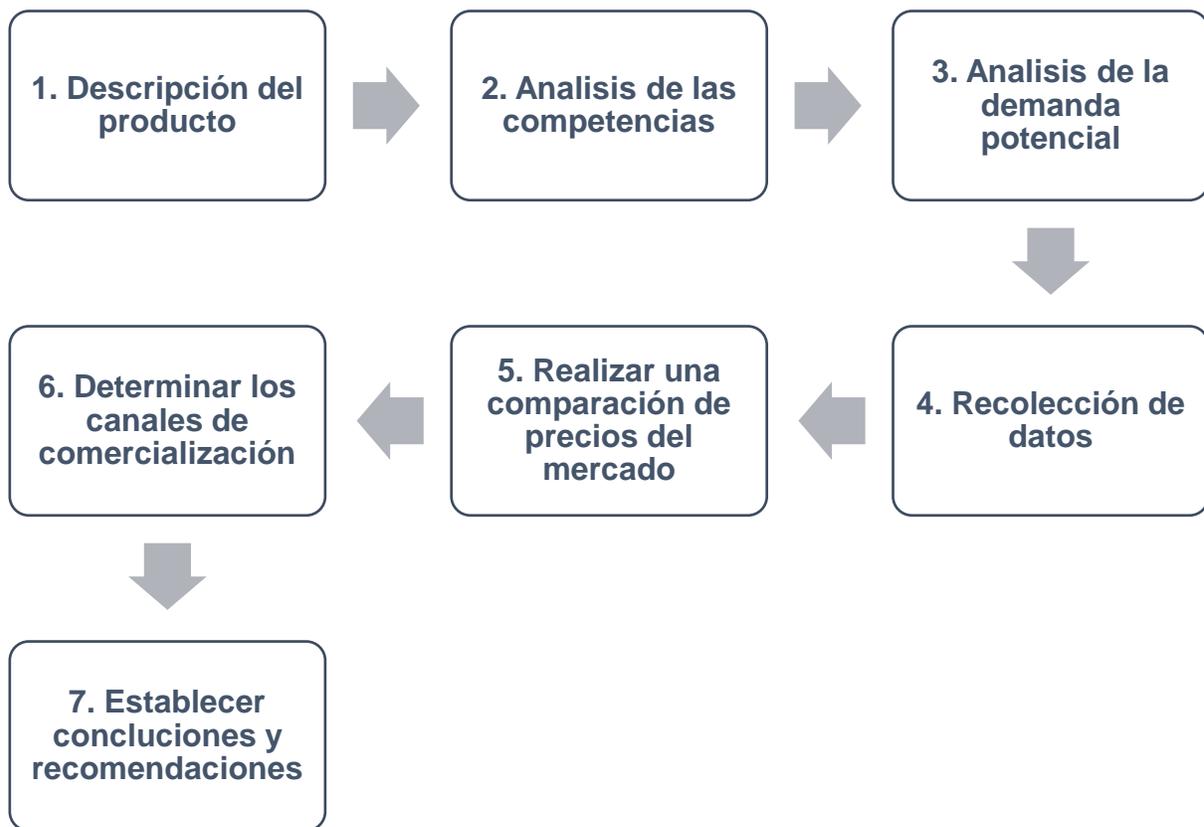
El objeto de este documento es presentar antes los involucrados y desarrolladores de proyectos inmobiliarios el proceso para el desarrollo y propuesta para la realización de un estudio de mercado.

No obstante, debido a la gran variedad en alcance y magnitud de los diferentes proyectos que se pueden dar en el ámbito inmobiliario y específicamente los proyectos de vivienda vertical, máximo en Amatitlán que sería el primer proyecto de esta naturaleza es posible que sea necesario ir mucho más allá de lo expuesto en esta guía. Sin embargo, los puntos incluidos en este documento deberán ser considerados como información mínima necesaria para que los desarrolladores inmobiliarios puedan analizar y justificar su interés por un proyecto de vivienda vertical en el área urbana del municipio de Amatitlán.

Entre los aspectos más importantes que se debe tener al realizar un estudio de mercado se encuentran:

- | | |
|-------------------------------------|--|
| a) Descripción del producto | e) Comparación de precios de mercado |
| b) Análisis de competencias | f) Determinar los canales de comercialización |
| c) Análisis de la demanda potencial | g) Establecer las conclusiones y recomendaciones |
| d) Recolección de datos | |

Figura 18. Guía para realizar un estudio de mercado de vivienda vertical



Fuente: Elaboración propia

Descripción de la guía

A continuación se describen los pasos, metodologías y procesos que se pueden utilizar para poder ejecutar la guía metodológica para la realización de un estudio de mercado de vivienda vertical.

Paso 1: Describir el producto

En esta sección se puede plasmar el tipo de apartamento que debería de construirse según el mercado al que se enfrentará el proyecto, podría ser un inmueble de lujo, medio o económico; para ello hay que definir los siguientes aspectos

- a) Definir los ambientes que se quieren en el apartamento
- b) Como se va a suministrar
- c) Estacionamientos para cada apartamento
- d) Tipo de materiales a ser utilizados
- e) Definir los acabados que se requieren.

Paso 2: Analizar la competencia (oferta)

En este apartado se debe analizar los proyectos tanto del municipio como de los lugares vecinos como San Miguel Petapa, Villa Nueva o Villa Canales, donde existan algunos proyectos que podrían ser similares al que se pretende desarrollar. A partir de ahí hay que analizar que ofrecen esos condominios verticales, es decir ¿Qué tipo de apartamentos ofrecen? ¿Cuánto valen? ¿Qué amenidades tiene el residencial? ¿Cuánto tiempo llevan vendiendo los apartamentos? si ya los vendieron ¿qué tan rápido los vendieron?, en fin, otras preguntas más que podrían dar una guía.

Por medio del método de observación se determinó que en el municipio de Amatitlán no existe un proyecto de vivienda vertical tanto en el área urbana como en el área rural, siendo este proyecto el primero que se realizaría de ser factible su

aceptación; por lo cual, el análisis debe ir enfocado a los proyectos de los alrededores (proyectos más cercanos al municipio). Además, se describe la oferta del mercado inmobiliario con la cual deberá competir el proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala; lo cual va a permitir establecer la demanda insatisfecha existente en el mercado.

En el mercado inmobiliario existen varias constructoras con proyectos ubicados en varias zonas y municipios del departamento de Guatemala, dentro de las características de estos proyectos para considerarles competidores indirectos, es que las cuotas que pagan a un plazo de veinticinco años se acercan a la cuota pactada en el retorno de la inversión y considerando los financiamientos bancarios para lo cual se presenta la tabla siguiente a modo de ejemplo.

Cabe destacar que, en municipio de Amatitlán, no hay competidores directos, no obstante; las ubicaciones aledañas al municipio de Amatitlán que podrían influir a que las familias migren a estos proyectos, entre los cuales se encuentre, el Frutal, Parque San Ángel, Monte Alto, entre otros.

En lo relativo al estudio de la oferta, para este giro, se debe conocer quiénes están ofreciendo un proyecto similar y los principales sustitutos, con el objeto de determinar qué tanto se entrega al mercado, qué tanto más puede aceptar éste, cuáles son las características de lo suministrado y el precio de venta prevaleciente. El estudio debe contener la cantidad de empresas participantes, los volúmenes ofrecidos en la zona y el precio promedio al que se vende. En este punto, es conveniente realizar un cuadro comparativo entre los distintos tipos de oferentes con sus diversos bienes o servicios, comparar sus precios y la calidad ofrecidos, de preferencia investigar acerca de los potenciales de producción, o sea saber si pueden ofrecer en mayores volúmenes y hacer un mapeo de la distribución en la zona de interés, respecto del giro que se propone instalar. Para el análisis comparativo se propone el siguiente cuadro, sólo complételo con la información que pueda obtener de la región

Tabla 3. Principales competidores, cuotas, precios y posicionamiento

No.	Empresas Competidoras	Nivel de Aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializará el producto?	Precio de venta
		A	R	P				
1	Comosa	X			Familias con ingresos mayores a Q.14,000.00	Ubicación/Precio	Vistas de la Floresta, zona 4 de Mixco	633,000.00
2	Intepro		X		Familias con ingresos mayores a Q.10,000.00	Precio/Ubicación	Atzul, zona 21; Monte Alto, Boca del Monte	424,750.00
3	Intepro		X		Familias con ingresos mayores a Q.10,000.00	Precio/Ubicación	Monte Alto, Boca del Monte	430,000.00
4	Grupo Rosul	X			Familias con ingresos mayores a Q.8,000.00	Precio/Ubicación	Entre Valles, Bulevar el Frutal zona 5 Villa Nueva	317,000.00
5	Spectrum		X		Familias con ingresos mayores a Q.12,000.00	Ubicación/Precio	Parque San Angel, San Angel	470,000.00

Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

La tabla 3 muestra que de la distribución de la oferta de acuerdo con datos de la Cámara Guatemalteca de la Construcción (2020), Spectrum cuenta con un 20% del mercado, Grupo Rosul con un 19%, Hogares ISN 17%, Intepro 5%, Comosa 2%, mientras que el 37% se encuentra concentrado por el resto de las inmobiliarias.

Paso 3: Segmentar el mercado para ver a qué tipo de cliente va dirigido

Con esta herramienta de mercadeo, se detallan las particularidades principales de los consumidores potenciales a los que estarán dirigidas las viviendas del proyecto, al identificar peculiaridades de la población en general, gustos, preferencias y hábitos de compra para adquirir una vivienda dentro del sector. Como resultado de la segmentación se debe considerar los siguientes criterios que se propone se describe en la tabla 4.

Tabla 4. Segmentación del Mercado

Variable	Aspecto	Descripción
Geográfica	País	Guatemala
	Departamento	Guatemala
	Municipio	Amatitlán
	Clima	Cálido (25° min a 30° máximo)
Demográfica	Edad	Entre 25 y 44 años
	Género	Masculino y femenino
	Ciclo de vida	Adultos
	Ingresos familiares	Colocar el rango
	Ocupación	Indiferente
	Educación	Indiferente
	Religión	Indiferente
	Origen étnico	Indiferente
Psicográfica	Clase social	Media
	Estilo de vida	Exclusividad y confort un lugar ideal para compartir, sonreír y vivir en familia
	Personalidad	Prácticos, saludables y compradores recurrentes.

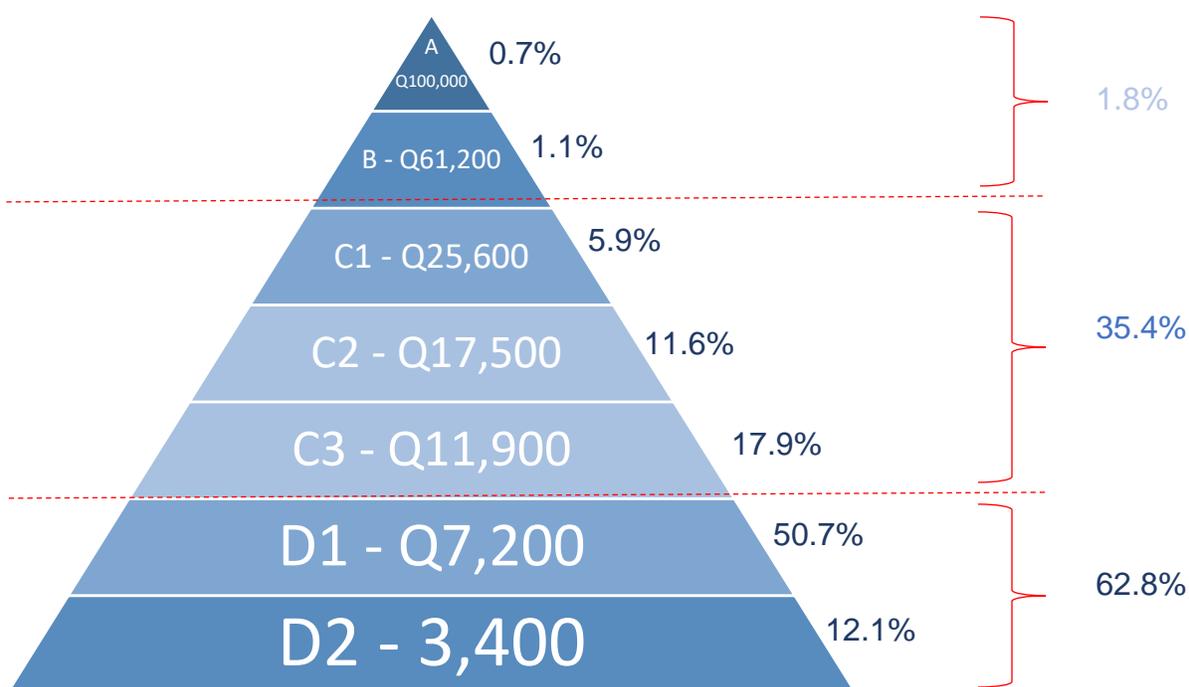
Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Para calcular cuantas personas pueden acceder a estas viviendas se parte segmentando la población por niveles de ingresos, en dos momentos, en un

primer momento se realizará una clasificación por segmento de población en varias categorías que van de “D2” a “A” según el nivel de ingresos familiares bajo los siguientes criterios: a) al menos dos personas del hogar trabajan, b) el ingreso promedio mensual está en función a la suma total de estos salarios, y c) se asume la misma ocupación para ambos miembros de la familia.

Posterior a clasificarlos por ingreso, se estimará el porcentaje de hogares pueden acceder a la categoría del proyecto dependiendo de los ingresos promedio que publica el Instituto Nacional de Estadística (INE) en la Encuesta Nacional de Empleos e Ingresos (Enei).

Figura 19. Nivel Socioeconómico de Guatemala



Fuente: elaboración propia con base a investigación

La figura 16 descarta que el 62.8% del total de la población de Guatemala está en los niveles más bajos con un ingreso promedio mensual de Q7,200 (50.7% sobre el total de la población), mientras que el 12.1% tiene un ingreso medio al mes de

Q3,400. La clase media que corresponde a los segmentos C1, C2 y C3 equivale al 35.4% y solamente el 1.8% pertenece a la clase alta.

Con base a esta información, los desarrolladores podrán segmentar su mercado; además, para que los desarrolladores se ubiquen en algún segmento inicialmente se deberá analizar la cuota de pago de los clientes a 20 o 25 años, tasa de interés del 7.5% (tasa solo de referencia) y un enganche del 5% (únicamente si es un proyecto con el Fondo de Hipoteca Asegurada -FHA-), y a partir de ese punto se podrá analizar el valor de la venta ya con todo con utilidad, impuestos, tierra, construcción, entre otros.

Por otro lado, entre las principales características que debe tener la persona al momento de segmentar el mercado sería:

- a) Individuos o grupos familiares con una esperanza de vida superior a los 20 años. Con edades entre los 25 y 44 años.
- b) Sin vivienda y con necesidad de comprarla, o con vivienda, y con la misma necesidad.

Paso 4: Determinar la demanda potencial.

El análisis de la demanda tiene por objetivo demostrar y cuantificar la existencia, en ubicaciones geográficamente definidas, de individuos que son consumidores o usuarios actuales o potenciales de las viviendas a que se refiere este estudio.

Este análisis puede ser realizado tomando en cuenta los siguientes datos:

- a) Datos demográficos del municipio de Amatitlán (estadísticas del INE)
- b) Análisis de la evolución histórica de la demanda (datos proporcionados por los agentes inmobiliarios o alguna empresa dedicada a hacer estudios de mercado donde pueda proporcionar un análisis de Big Data Inmobiliario)

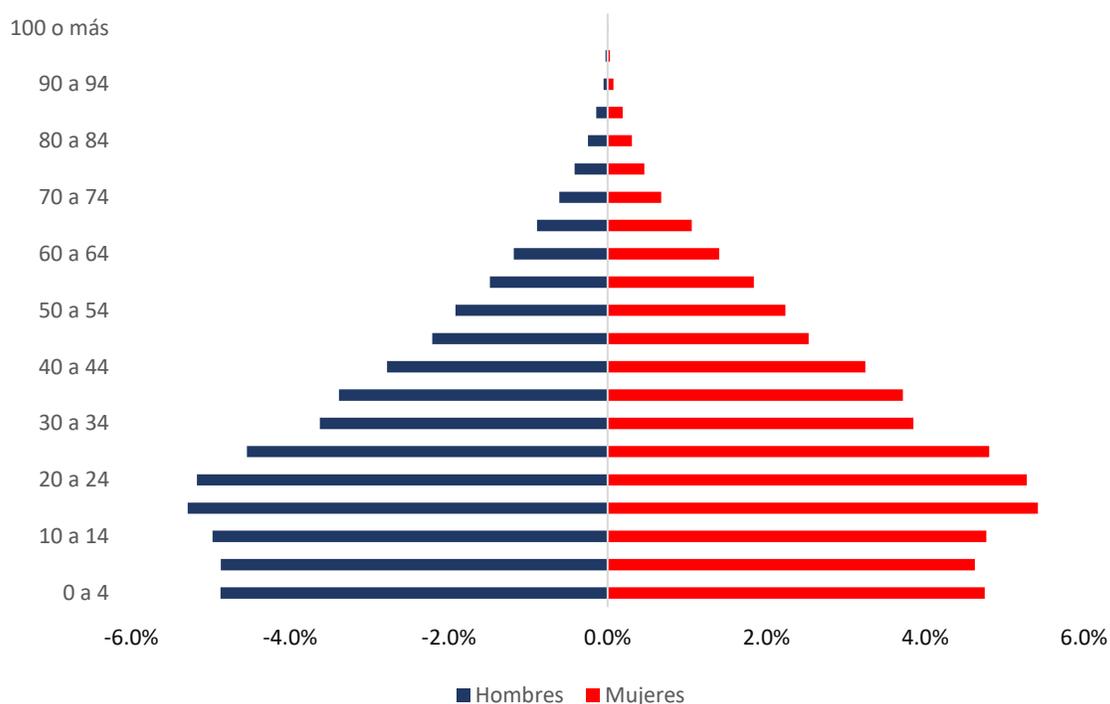
que contenga y justifique la evolución histórica de los proyectos inmobiliarios.

Además, se deberán responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuántas familias hay en Amatitlán?
- ¿Cuáles son los ingresos?
- ¿Cuántos viven en casa propia y cuántos alquilan?
- ¿a cuánto asciende el déficit habitacional?

Para el análisis demográfico se propone analizar la pirámide poblacional del municipio de Amatitlán, y considerando que para los proyectos de vivienda vertical se debe considerar un rango de edad de 25 a 44 años

Gráfica 9. Pirámide de población (%). Municipio de Amatitlán, Guatemala



Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Como se observa en la gráfica 3 el municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala está compuesto por 116,711.00 habitantes de acuerdo con el censo poblacional y vivienda 2018 realizado por el Instituto Nacional de Estadística (INE), de los cuales el 51.29% son mujeres y el 48.71% hombres.

A continuación, se presenta la tabla 4 que puede ser utilizada para identificar la demanda potencial.

Tabla 5. Población total del municipio de Amatitlán

Rangos de edad	Femenino	Masculino	Total general	Total en %
0 - 4	5,544	5,693	11,237	9.63%
5 - 9	5,401	5,687	11,088	9.50%
10 - 14	5,569	5,808	11,377	9.75%
15 - 19	6,326	6,173	12,499	10.71%
20 - 24	6,162	6,037	12,199	10.45%
25 - 29	5,612	5,304	10,916	9.35%
30 - 34	4,495	4,231	8,726	7.48%
35 - 39	4,341	3,953	8,294	7.11%
40 - 44	3,788	3,245	7,033	6.03%
45 - 49	2,954	2,580	5,534	4.74%
50 - 54	2,613	2,237	4,850	4.16%
55 - 59	2,150	1,733	3,883	3.33%
60 - 64	1,640	1,382	3,022	2.59%
65 - 69	1,237	1,038	2,275	1.95%
70 - 74	787	712	1,499	1.28%
75 - 79	540	486	1,026	0.88%
80 - 84	359	287	646	0.55%
85 - 89	223	168	391	0.34%
90 - 94	86	60	146	0.13%
95 - 99	32	31	63	0.05%
100 o más	6	1	7	0.01%
Total	59,865	56,846	116,711	100.00%

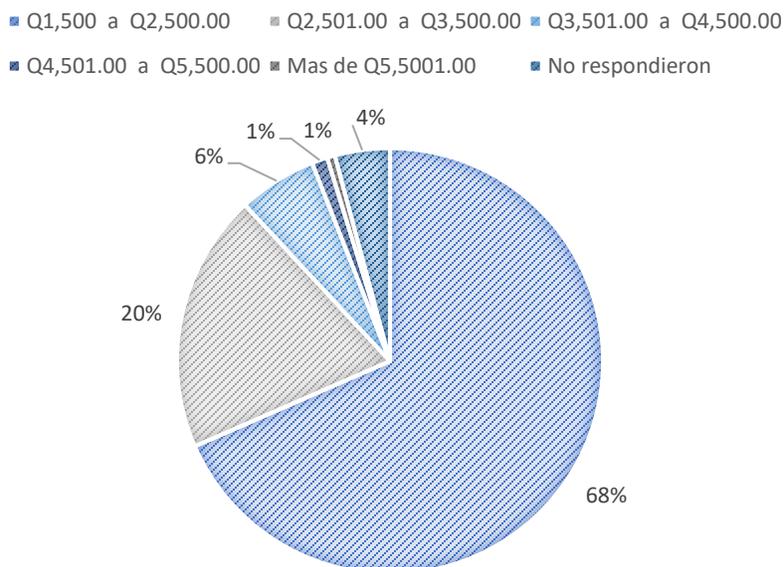
Fuente: Elaboración propia con base a datos del INE, 2018

En la segmentación de mercado establecimos que nuestro mercado meta o potenciales consumidores son personas mayores a 25 años y menores a 44 años. Luego de analizar la tabla 4 nos deja con un mercado compuesto por 34,969 individuos.

Paso 5: Comparar precios del mercado

Es la cantidad de dinero que los consumidores están dispuestos a pagar por el producto; a continuación, se presenta la gráfica 5 obtenida de la encuesta realizada, que detalla cuánto es el monto que las familias de Amatlán estarían dispuestas a pagar en un apartamento, para ello se pasó una encuesta a una muestra de 168 personas que arrojó los siguientes datos.

Gráfica 10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar en un apartamento?



Fuente: Elaboración propia con base en información de investigación realizada.

Como se puede observar en el gráfico anterior, el 68% de la población objetivo está dispuesta a pagar entre Q1,500.00 a Q2,500.00 mensuales, donde podemos ver que

el tema de carácter social se potencializa por encontrarse en este rango; cabe destacar que este segmento no se ha podido cubrir por parte de los constructores privados porque el margen de utilidad es bajo. El 20% de la población está dispuesta a pagar entre Q2,501.00 y Q3,500.00, el 6% de la población está dispuesto a pagar entre Q3,501.00 a Q4,500.00, el 1% de la población está dispuesta a pagar Q4,501.00 y Q5,500.00, el 6% de la población está dispuesto a pagar entre Q3,501.00 a Q4,500.00.

Paso 6: Realizar un plan de ventas y canales de comercialización

Se debe realizar el plan de ventas del proyecto, el cual consiste principalmente en la implementación de precios por debajo del mercado inmobiliario actual siempre y cuando se mantenga la rentabilidad (para un proyecto de esta naturaleza la Tasa Interna de Retorno debe ser al menos un 40%). El plan de ventas debe contener el monto total de todos y cada uno de los apartamentos más IUSI, se deberá definir en esta parte en tiempo en que se quiere vender el proyecto puede ser uno, dos o máximo tres años.

Adicional a ello, se debe hacer un plan de ventas por cliente: Para el plan de ventas de cliente debe crear estrategias que permitan entregar un plan de pagos específico para cada familia solicitante por medio de alianzas con instituciones financieras que permitan el otorgamiento de crédito acorde a las condiciones de cada cliente.

Asimismo, se deberán establecer los canales de comercialización para lo cual en la actualidad los desarrolladores inmobiliarios están utilizando las siguientes:

- a) Redes sociales (Facebook, Instagram)
- b) Unipolares
- c) Vallas publicitarias (uno de los más efectivo)
- d) Revistas

Paso 7: Establecer conclusiones y recomendaciones del estudio de mercado

Luego de haber analizado y estudiado las variables del estudio de mercado de deberá establecer conclusiones relativas a la situación de mercado en el área específica de estudio, es decir, tamaño del mercado, proyecciones o crecimientos esperados y otras características de la demanda que puedan influir en la decisión de ejecutar o replantear el proyecto, si los inversionistas y desarrolladores cuentan con un terreno acorde que facilitara la posibilidad de vender el proyecto, en resumen debe especificar los siguientes puntos

- a) Certezas del estudio de mercado
- b) Incertidumbres del estudio de mercado
- c) Ampliación del estudio de mercado

Para las recomendaciones hay que abordar los siguientes aspectos:

- a) Como abordar las certezas del estudio de mercado
- b) Estrategias para enfrentar las incertidumbres
- c) Recomendar

CONCLUSIONES

1. Las principales características que tiene un estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical es el punto o ubicación, el precio, vías de acceso, conectividad, los gustos y preferencias de los clientes, las proyecciones del desarrollo del lugar y como se van a trabajar las áreas comunes siendo este uno de los aspectos más demandantes por los clientes potenciales.
2. Los beneficios que tiene el realizar un estudio de mercado de vivienda vertical para el área urbana del municipio de Amatitlán radica en que orienta si el proyecto será un éxito o un fracaso, se pueden maximizar las ganancias, se tendrá claro el entorno comercial del proyecto y sobre todo sirve como instrumento para conocer la demanda insatisfecha, las características de un cliente potencial, la segmentación de mercado y un panorama más amplio para tomar decisiones para el diseño.
3. Tener una guía para la realización de un estudio de mercado para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical permite conocer el proceso y desarrollo para la elaboración del estudio y así poder obtener información y los pasos que hay que seguir para conocer el mercado y darse un panorama más amplio antes de invertir en un proyecto inmobiliario de vivienda vertical en el municipio de Amatitlán.

RECOMENDACIONES

1. Al formulador de proyecto tomar en cuenta las principales características que debe tener un estudio de mercado para aprovechar las oportunidades y conocer los elementos importantes de la demanda potencial, lo cual se puede obtener de forma tradicional como lo son las encuestas o por medio de un análisis Big Data.
2. Se recomienda al gerente de proyecto invertir en un estudio de mercado tomando en cuenta el costo beneficio que este trae consigo para tomar mejores decisiones en cuanto a diseño, segmento de mercado y así se pueda disminuir el grado de incertidumbre y el riesgo de una inversión.
3. Es recomendable aplicar una guía metodología que oriente al desarrollador a analizar los aspectos más importantes para recolectar y analizar la información de una manera sistemática. Derivado a que realizar un estudio de mercado no solamente se basa en proponer aspectos como la oferta y la demanda sino también conocer y analizar los elementos clave para encontrar el interés y satisfacción del cliente por medio del precio, las amenidades, tamaño, ubicación; además de analizar la competencia para garantizar el éxito del proyecto y contar con datos para poder realizar los estudios posteriores como el estudio financiero, técnico, administrativo legal y ambiental.
4. Derivado a que en Guatemala existen muchas fallas geológicas y la construcción de vivienda vertical tiene esa debilidad, se recomienda realizar estudios posteriores para profundizar las condiciones geológicas y los parámetros sísmicos para un proyecto de vivienda vertical en el municipio de Amatitlán.

BIBLIOGRAFÍA

- Arq. Rosales, P. P. (25 de Agosto de 2020). Importancia del Estudio de Mercado. (F. H. Varela, Entrevistador) Guatemala.
- Baca Urbina, G. (2013). En G. Baca Urbina, *Evaluacion de Proyectos* (7 ed., pág. 7). México D.F., México D.F.: Mc. Graw Hill.
- Banco de Guatemala. (Noviembre de 2019). *Actualización del Sistema de Cuentas Nacionales de Guatemala*. Obtenido de http://banguat.gob.gt/cuentasnac/PIB2013/Aspectos_generales_y_principales_resultados.pdf
- Banco de Guatemala. (2019). *Cuentas Nacionales año de referencia 2013*. Obtenido de <http://banguat.gob.gt/inc/main.asp?id=86381&aud=1&lang=1>
- Bosque, I. H. (18 de 06 de 2019). *Anacovi*. Obtenido de <http://revistaconstruccion.gt/sitio/2018/05/04/evolucion-mercado-inmobiliario-guatemala/>
- Cámara de la Construcción de Guatemala. (2019). *Cámara de la Construcción de Guatemala*. Obtenido de <http://revistaconstruccion.gt/sitio/2018/09/28/situacion-del-sector-vivienda-en-guatemala/>
- Cifuentes Medina, E. (2016). *La Aventura de Investigar: El Plan y la Tesis* (Cuarta ed.). Guatemala, C.A.: Magna Terra Editores.
- Cordón, I. M. (2010). *Propuesta de diseño y planificación de residenciales, accesibles economicamente, para trasladar a los invasores de la antigua vía férrea del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala*. Obtenido de <http://glifos.unis.edu.gt/digital/tesis/2010/43361.pdf>

Departamento de Análisis Estadístico de la Cámara Guatemalteca de la Construcción. (28 de Septiembre de 2018). Recuperado el 13 de Octubre de 2020, de <http://revistaconstruccion.gt/sitio/2018/09/28/situacion-del-sector-vivienda-en-guatemala/>

Engel & Völkers. (18 de Junio de 2019). *Engel & Völkers Blog*. Obtenido de <https://www.engelvoelkers.com/es/blog/vida-de-lujo/arquitectura/arquitectura-del-futuro-vivienda-vertical/>

Expansive. (Junio de 19 de 2019). *¿Qué es un desarrollo vertical y un desarrollo horizontal al invertir en Bienes Raíces?* Obtenido de <https://blog.expansive.mx/2018/02/09/desarrollo-vertical-desarrollo-horizontal-al-invertir-en-bienes-raices/>

Fernández, S. (2007). *Los proyectos de inversión* (Primera ed.). Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.

Fisher, L. (2015). *Plan de Mercadotecnia*. México: UMAM.

Gil, O. F. (2010). *Tierra de los Amates*. Guatemala. Recuperado el 25 de Agosto de 2020, de <http://issuu.com/muniamatitlan/docs/www.amatitlan.gob.gt/6>

Gudiel, D. B. (2007). *Evaluación del Efecto de la Aireación Artificial para Mejorar la Calidad del Agua en el Lago de Amatitlán*. Obtenido de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/06/06_2573.pdf

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Y Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta ed.). México: McGraw-Hill Interamericana.

IICA/CATIE. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. (1999). *Redacción de Referenciar Bibliográficas: Normas Técnicas del IICA Y CATIE* (Cuarta ed.). Costa Rica, Biblioteca Conmemorativa Orton.

Ing. Figueroa, S. (25 de agosto de 2020). Importancia del Estudio de Mercado. (F. H. Varela, Entrevistador)

Instituto de Estudios y Capacitación Cívica. (2001). *Diccionario Municipal de Guatemala, Guatemala* (Tercera ed.). Guatemala.

Instituto Geográfico Nacional. (1975). *Stanford Libraries*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de <https://catalog.princeton.edu/catalog/6838932>

Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social, ILPES. (2009). *Guía para la presentación de proyectos* (Vigésimo séptima ed.). México: Siglo Veintiuno Editores.

Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados* (Quinta ed.). México: Pearson.

Mercado Vargas, H. y. (2018). La internalización de las pequeñas y medianas empresas.

Mokate, K. M. (1994). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. Santafé de Bogotá, D.C., Colombia: Facultad de Economía, Universidad de los Andes.

Moreno, N. J. (Abril de 2018). *Propuesta de Zonificación del área urbana, georreferenciación y digitalización del equipamiento urbano del municipio de Amatitlán, de la mancomunidad gran ciudad del Sur del Departamento de Guatemala*. Obtenido de <http://www.repositorio.usac.edu.gt/8769/1/Naty%20Julissa%20Carrera%20Moreno.pdf>

Municipalidad de Amatitlán. (7 de Noviembre de 2017). *Monografías de Amatitlán*. Obtenido de <http://amatitlan.gob.gt/wp/geografia/>

Municipalidad de Amatitlán. (2018 de Septiembre de 2018). *Municipalidad de Amatitlán*. Obtenido de <http://amatitlan.gob.gt/wp/resumen-historico/>

Posas, R. R. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. San José de Costa Rica. : ICAP.

Real Academia Española. (1956). *Diccionario de la Real Academia Española*. Obtenido de <https://www.rae.es/>

Real Academia Española. (2019). *Diccionario*. Recuperado el 12 de Octubre de 2020, de <https://dle.rae.es/urbanismo>

Rojas, M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros* (Segunda ed.). Bogotá: Ecoe Ediciones.

Sapag Chain, N. &. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (Quinta ed.). Bogotá Colombia: Mc. Graw Hill.

Scheeren, O. (s.f.). *Engel & Völkers* . Obtenido de <https://www.engelvoelkers.com/es/blog/vida-de-lujo/arquitectura/arquitectura-del-futuro-vivienda-vertical/>

Ues Comunicaciones, S.A. (18 de Junio de 2019). *Subsidio*. Obtenido de http://www.subsidio.cl/fondo_solidario_para_la_vivienda/que_se_entiende_por_proyecto_habitacional/125/#axzz5rirKKzt4

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. (2012). Reglamento del sistema de estudios de postgrado.

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. (2017). Líneas de Investigación.

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. (2018). Instructivo para elaborar el trabajo profesional de graduación para optar al grado académico de maestro en artes.

Universidad de San Carlos de Guatemala, Facultad de Ciencias Económicas, Escuela de Estudios de Postgrado. (2018). Programa del curso de Metodología de la Investigación.

Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Escuela de Estudios de Postgrado. (2009). *Guía para la Elaboración del Trabajo Profesional de Graduación para optar al grado de Maestro en Artes.*

Universidad de San Carlos de Guatemala. Facultad de Ciencias Económicas. Licda. Dina Jiménez de Chang. (2001). *Normas para la Elaboración de Bibliografías en Trabajos de Investigación.* Centro de Documentación Vitalino Girón Corado .

Varela, F. H. (2019). *Cuaderno de notas del curso de Metodología de la Investigación.*

White, M. L. (2003). *Arquitectura contemporánea en Medellín.* Medellín: Biblioteca Básica de Medellín.

LISTA DE ACRÓNIMOS

Abreviación	Significado
CGC	Cámara Guatemalteca de la Construcción
ENCOVI	Encuestas Nacionales de Condiciones de Vida
ENEI	Encuesta Nacional de Empleos e Ingresos
FHA	Fomento de Hipoteca Asegurada
IGN	Instituto Geográfico Nacional
ILPES	Instituto Latinoamericano de Planificación Económica y Social
INE	Instituto Nacional de Estadística Guatemala
P.C.	Pénsum Cerrado
Q.E.P.D	Que en paz descanse
RAE	Real Academia Española

ANEXOS

Anexo 1 Guía de Entrevista



UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS

ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADOS DE LAS CIENCIAS ECONOMICAS

MAESTRÍA EN FORMULACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS

Guía de Entrevista a desarrolladores de proyectos inmobiliarios

“IMPORTANCIA DEL ESTUDIO DE MERCADO PARA UN PROYECTO
INMOBILIARIO DE VIVIENDA VERTICAL, EN EL ÁREA URBANA DEL
MUNICIPIO DE AMATITLÁN, DEPARTAMENTO DE GUATEMALA”

El objetivo fundamental para la realización de la entrevista será el reunir información para fines académicos y realizar una investigación por parte de estudiante de la Maestría en Formulación y Evaluación de Proyectos de la Escuela de Estudios de Postgrados de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

DATOS DE CONTROL

1. **Entrevistador:** Licda. Florancheska Heidy Margarita Martínez Varela
2. **Hora:**
3. **Fecha:**
4. **Persona(s) entrevistada(s) profesión, cargo y ocupación:**
5. **Lugar de entrevista:**

I. Caracterización de elementos para un estudio de mercado

1. ¿Qué aspectos considera importantes al realizar un proyecto inmobiliario?
Estudio de Mercado, Ubicación, Acceso, Servicios.
 - a) ¿Qué tiene de diferente un estudio de mercado inmobiliario, de un estudio de mercado de otro producto?
2. ¿Cuáles son los factores que a su criterio aseguran el éxito de un proyecto inmobiliario (factor del suelo, rentabilidad, diseño, financiación, planificación, calidad del producto, precio, entre otros)
3. ¿Cuáles son las características principales que considera que debe tener un estudio de mercado de vivienda vertical? (ej. Análisis de proyectos y unidades por zona, velocidad de las ventas, rango de precios, características de las unidades ofrecidas, capacidad de pago, gustos y preferencias, si se puede tener mascotas o no, entre otros)
4. Explique porque considera que estas características son las principales y más importantes.
5. ¿Cuáles cree que son los elementos que influyen para que las personas compren o no un apartamento? (ubicación, precio, cercanía, otros) explique.

6. ¿Qué es lo más importante que debe saber de los clientes potenciales?
7. ¿Al realizar un proyecto como clasifica los gustos y preferencias?
8. ¿Qué aspectos considera importantes que debe tener un estudio de mercado estratégico para un proyecto inmobiliario de vivienda vertical?
9. ¿Cuáles considera que son los canales de comercialización más efectivos para el ámbito inmobiliario?

II. Beneficios de un estudio de mercado

1. ¿Conoce la importancia de un estudio de mercado?
2. Alguna vez ha realizado o contratado a una empresa para realizar estudio de mercado
3. ¿Cómo califica a un comprador de vivienda?
4. ¿Al momento de pedir un crédito a una entidad financiera le solicitan un estudio de mercado? (si la respuesta es sí indique los requisitos mínimos que debe contener y si la respuesta es no como comprueba que su proyecto es factible).
5. ¿Qué dificultades considera que presentaría un proyecto de vivienda vertical al no realizar un estudio de mercado? Explique

6. ¿Qué beneficios cree que tendrá el realizar un estudio de mercado en un proyecto inmobiliario de vivienda vertical? (ej. Disminuir los riesgos de diseño, permite tener gente selecta, saber cómo atraer a las personas).

7. ¿Considera que realizar un estudio de mercado es buena inversión y si la relación costo/beneficio es favorable?

8. ¿De acuerdo con su experiencia, cree que normalmente los inversionistas le exigen al desarrollador realizar un estudio de mercado? Explique

9. De acuerdo con su experiencia siempre realizan un estudio de mercado o en qué porcentaje ocurre en esto para un proyecto inmobiliario. Explique la relación

Anexo 2 Boleta de encuesta

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatitlán

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatitlán

Esta encuesta es únicamente con fines académicos y su objeto es realizar una investigación por parte del estudiante de la Escuela de Estudios de Postgrado de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de San Carlos de Guatemala; sobre la vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana del municipio de Amatitlán. Solicito la respuesta con honestidad para que no existan errores en el proceso investigativo.

***Obligatorio**

Datos Generales

1. Edad *

Marca solo un óvalo.

- menos de 20
- 21 - 25
- 25 - 30
- 31 - 35
- 35 - 40
- 41 -45
- 45 - 50
- más de 51

2. Estado civil *

Marca solo un óvalo.

- Soltero/a
- Casado/a

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatitlán

3. Sexo *

Marca solo un óvalo. Masculino Femenino

4. Vive en Amatitlán *

Marca solo un óvalo. Sí no

Nivel socioeconómico

5. En qué área vive *

Marca solo un óvalo. Área Urbana (centro) Área Rural (aldea, caserillo, etc)

6. Cuantos adultos hay en su hogar *

Marca solo un óvalo. 1 2 3 4 5 más de 5

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatitlán

7. Cuantos menores de edad hay en su hogar *

Marca solo un óvalo.

- 0
- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- más de 5

8. Cuantas personas contribuyen en los gastos de su hogar *

Marca solo un óvalo.

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- mas de 5

9. Contribuye usted en los gastos del hogar *

Marca solo un óvalo.

- SI
- No

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatlán

10. **Cuál es su nivel académico ****Marca solo un óvalo.*

- Primaria Incompleta
- Primaria completa
- Ciclo básico completo
- Diversificado completo
- Estudios universitarios
- Profesional universitario

11. **Cuáles son los ingresos aproximados del grupo familiar ****Marca solo un óvalo.*

- Menos de Q3,000.00
- Q3,001.00 - 5,000.00
- Q5,001.00-Q7,500.00
- Q7,501.00-10,000.00
- Más de Q10,000.00

12. **Cuáles son los egresos aproximados del grupo familiar ****Marca solo un óvalo.*

- Menos de Q1,500.00
- Q1,500.00 - 3,000.00
- Q3,001.00-Q4,500.00
- Q4,501.00-Q6,000.00
- Q6,001.00-Q7,500.00
- Q7,501.00-10,000.00
- Más de Q10,000.00

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatlán

Análisis de demanda de apartamento

En esta sección se pretende recabar información sobre la demanda de apartamentos en Amatlán

13. En donde vive actualmente **Marca solo un óvalo.*

- Casa propia
- Alquiler
- Cuarto en casa
- Apartamento
- Otro

14. En donde se localiza su vivienda **Marca solo un óvalo.*

- Área urbana (centro)
- Rea rural (aldea, caserillo, otro)

15. Le gustaría vivir en un apartamento en el área urbana de Amatlán (centro) **Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No
- Tal vez

12/10/2020

Encuesta sobre la importancia del estudio de mercado de vivienda vertical (apartamentos) en el área urbana de Amatitlán

16. Compraría un apartamento en el área urbana de Amatitlán *

Marca solo un óvalo.

- SI
 No
 Tal vez

17. Cuantas habitaciones le gustaría en un apartamento *

Marca solo un óvalo.

- 1
 2
 3

18. Cuantos parqueos necesitaría en un apartamento *

Marca solo un óvalo.

- 0
 1
 2

19. Cuanto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un apartamento *

Marca solo un óvalo.

- Q1,500 - Q2,500.00
 Q2,501.00 - 3,500.00
 Q3,501.00 - 4,500.00
 Q4,501.00 - 5,500.00
 Mas de Q5,5001.00

Google Formularios

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. División Territorial Urbana de Amatitlán	5
Tabla 2. Subdivisión territorial del área urbana de Amatitlán	6
Tabla 3. Principales competidores, cuotas, precios y posicionamiento	46
Tabla 4. Segmentación del Mercado.....	47
Tabla 5. Población total del municipio de Amatitlán	51

ÍNDICE DE GRÁFICAS

Gráfica 1. Población de Amatitlán por rango de edad	32
Gráfica 2. Situación civil de la población de Amatitlán	33
Gráfica 3. Nivel académico de la población de Amatitlán.....	33
Gráfica 4. Tenencia de vivienda de los habitantes del municipio de Amatitlán, departamento de Guatemala.....	35
Gráfica 5. Rango de ingresos familiares de la población de Amatitlán.....	36
<i>Gráfica 6. Rango de egresos familiares de la población de Amatitlán</i>	<i>36</i>
<i>Gráfica 7. ¿Cuántas habitaciones le gustaría en un apartamento?.....</i>	<i>37</i>
Gráfica 8. ¿Cuántos parqueos necesitaría en un apartamento?	38
Gráfica 9. Pirámide de población (%). Municipio de Amatitlán, Guatemala	50
Gráfica 10. ¿Cuánto está dispuesto a pagar en un apartamento?	52

ÍNDICE DE FIGURA

Figura 1. División Territorial Urbana de Amatitlán	4
Figura 2. Mapa Geológico de Amatitlán	7
Figura 3. Clasificación de Proyectos	11
Figura 4. Análisis del Estudio de Mercado	14
Figura 5. Tipo de precios.....	17
Figura 6. Tipo de Canales	18
Figura 7. Estado de las viviendas en Amatitlán.....	19
Figura 8. Déficit de las viviendas en Amatitlán	20
Figura 9. Bienes sustitutos	34
Figura 10 ¿Conocen la importancia del estudio de mercado?	40
Figura 11 ¿Alguna vez ha realizado o contratado a una empresa para realizar estudio de mercado?.....	41
Figura 12. ¿Cómo califica a un comprador de vivienda?	42
Figura 13. ¿Qué dificultades considera que presentaría un proyecto de vivienda vertical al no realizar un estudio de mercado?	43
Figura 14.¿Qué beneficios cree que tendrá el realizar un estudio de mercado en un proyecto inmobiliario de vivienda vertical?	44
Figura 15. ¿Considera que realizar un estudio de mercado es buena inversión y si la relación costo/beneficio es favorable?.....	45

Figura 16. ¿De acuerdo con su experiencia, cree que normalmente los inversionistas le exigen al desarrollador realizar un estudio de mercado? Explique	46
Figura 17. De acuerdo con su experiencia siempre realizan un estudio de mercado o en qué porcentaje ocurre en esto para un proyecto inmobiliario. Explique la relación.....	47
Figura 18. Guía para realizar un estudio de mercado de vivienda vertical	43
Figura 19. Nivel Socioeconómico de Guatemala.....	48