



FACULTAD DE POSTGRADO

TESIS DE POSTGRADO

**INCORPORACIÓN DEL SISTEMA INMOBILIARIO
HONDUREÑO A LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE REALTORS**

SUSTENTADO POR:

CINTHYA VANESSA MEDINA MARTÍNEZ

LILIAN GABRIELA DUBON DEL CID

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

TEGUCIGALPA, F.M., HONDURAS, C.A.

OCTUBRE 2016

**UNIVERSIDAD TECNOLOGÍA CENTROAMERICANA
UNITEC**

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

LUIS ORLANDO ZELAYA MEDRANO

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

MARLON BREVÉ REYES

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

JOSÉ ARNOLDO SERMEÑO LIMA

**INCORPORACIÓN DEL SISTEMA INMOBILIARIO
HONDUREÑO A LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE REALTORS**

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

ASESOR

HENRY LEONEL ANDINO VELASQUEZ

MIEMBROS DE LA TERNA

CARLOS ZELAYA

JORGE CENTENO

JAVIER SALGADO



FACULTAD DE POSTGRADO

INCORPORACIÓN DEL SISTEMA INMOBILIARIO HONDUREÑO A LA ASOCIACIÓN NACIONAL DE REALTORS

NOMBRE DEL MAESTRANTE:

CINTHYA VANESSA MEDINA MARTÍNEZ

LILIAN GABRIELA DUBON DEL CID

Resumen

En la actualidad tanto los agentes como las agencias inmobiliarias a nivel nacional se rigen bajo la Cámara Nacional de Bienes Raíces de Honduras (CANABIRH), la cual es reconocida por el Gobierno Nacional, pero hace aproximadamente tres años miembros activos de dicha cámara analizando la situación del mercado inmobiliario, la gran competencia que existe entre cada uno de los profesionales dedicados a Bienes Raíces, la desconfianza que muchas veces ocasiona en los clientes, la falta de apoyo a sus proyectos inmobiliarios y lo injusta repartición de comisiones, decidieron integrar La Asociación de Realtors en Honduras; ésta asociación es traída desde Estados Unidos y pretende dar prestigio y solidez al rubro, logrando que los clientes sientan más confianza al momento de comprar su vivienda y apoyen los proyectos que los Realtors desarrollan, disminuyendo la competencia y alcanzando la soñada integración del rubro, fomentando hermandad y fidelidad en cada uno de sus miembros.

Palabras claves: (Agente inmobiliario, CANABIRH, Mercado, Realtors, Vivienda).



GRADUATE SCHOOL

INCORPORATION OF HONDURAN REAL STATE SYSTEM, TO NATIONAL REALTORS ASSOCIATION

STUDENTS NAME:

CINTHYA VANESSA MEDINA MARTÍNEZ

LILIAN GABRIELA DUBON DEL CID

Abstract

Currently both, agents and real state agencies nationwide, are governed by the Honduras National Chamber of real Estate (CANABIRH). Which is recognized by the national government. But about three years ago, active members analyzing the situation in the housing market, the fierce competition between each of the professionals involved in Real Estate, the distrust often brought to the costumers, the lack of support for their real estate projects, and often how unfair it may become the commission distribution, they decided to create the association of realtors Honduras. This association brought from the United States, aims to give more prestige and solidity to that category, making the costumers feel more confident when buying their homes, support projects that develop and achieve realtors, and reduce competition, creating more brotherhood and loyalty amongst each of its members.

Keywords: (Real State, CANABIRH, Market, Realtors, Housing)

DEDICATORIA

El presente proyecto de investigación no pudo haber sido culminado sin el incondicional apoyo y confianza de nuestros padres, quienes han sido un ejemplo moral, espiritual y académico, al igual que nuestros hermanos, los cuales fueron de gran ayuda en este proceso de formación académica.

A todas nuestras amistades y nuestros novios que mediante su presencia, apoyo, respeto, lealtad, compañía y confianza nos impulsan a ser mejores personas y a celebrar con ellos este gran logro.

AGRADECIMIENTO

A Dios omnipotente y su santísima madre la Virgen María por ser nuestra gran fortaleza en todo este largo camino por darnos fuerzas, voluntad y además de proveernos con la sabiduría y conocimiento para alcanzar siempre nuestras metas.

A nuestro Asesor de Tesis Doctor Henry Andino por guiarnos y aconsejarnos para dar lo mejor en el trabajo de investigación.

A los Ingenieros Jorge Simón y Rafael Aguilar por facilitarnos todas las herramientas e información que requerimos para la elaboración de nuestra tesis y a cada uno de los empleados de agencias inmobiliarias y agentes independientes por apoyarnos con su valioso aporte y sinceridad al responder el instrumento de investigación, pulmón de ésta tesis.

A nuestros catedráticos, que mediante sus conocimientos y experiencia resaltan lo mejor de los alumnos y que nos inculcaron muchas lecciones de vida, que recordaremos a lo largo de nuestro camino profesional.

Y por supuesto a la Universidad Tecnológica Centroamérica (UNITEC), por ser una casa de estudio del más alto prestigio y estar siempre a la vanguardia en temas académicos, impulsando de esta manera el desarrollo de Honduras al formar excelentes profesionales.

A todas las personas que hicieron posible, de una manera u otra la culminación de este enorme reto, a todos, gracias.

ÍNDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 INTRODUCCIÓN	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	1
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN	3
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO	3
1.5 JUSTIFICACIÓN	4
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	6
2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL	6
2.1.1 PROYECTOS QUE APOYAN LA ASOCIACIÓN DE REALTORS EN HONDURAS	10
2.1.2 PLAN DE INCENTIVOS REALTORS HONDURAS	11
2.1.3 BENEFICIOS DE PERTENECER A LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS	13
2.2.1 ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS	15
2.2.2 ANTECEDENTES DE METODOLOGÍAS	15
2.2.3 ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS	16
2.3 CONCEPTUALIZACIÓN	16
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	20
3.1 ENFOQUE CUALITATIVO-DISEÑO NO EXPERIMENTAL	20
3.2 ENFOQUE CUANTITATIVO-DISEÑO NO EXPERIMENTAL	21
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	21
3.3.1 FASE 1	23
3.3.2 FASE 2	23
3.3.3 FASE 3	23
3.3.4 FASE 4	23
3.3.5 FASE 5	24

3.4 POBLACIÓN META	24
3.5 MARCO DE MUESTREO.....	24
3.6 TÉCNICA DE MUESTREO	24
3.7 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	25
3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS	26
3.8.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS	26
3.8.2 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO	26
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	27
4.1 PLAN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	27
4.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS..	27
4.3 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN	29
4.4 PLAN DE SOCIALIZACIÓN DE LA NAR EN HONDURAS	37
4.4.1 CONTEXTUALIZACIÓN.....	37
4.4.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO	38
4.4.1.2 ENTORNO POLÍTICO-LEGAL	38
4.4.1.3 ENTORNO ECONÓMICO-SOCIAL	38
4.4.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO.....	39
4.4.1.5 ENTORNO MEDIOAMBIENTAL	39
4.4.2 ANÁLISIS INTERNO	40
4.4.3 ANÁLISIS FODA.....	40
4.4.4 OBJETIVOS DEL PLAN DE SOCIALIZACIÓN	41
4.4.4.1 OBJETIVO GENERAL	41
4.4.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	41
4.4.5 PÚBLICO OBJETIVO.....	42
4.4.5.1 CLIENTES POTENCIALES	42
4.4.6 ESTRATEGIA Y MENSAJE DE COMUNICACIÓN	42
4.4.7 ACCIONES	43

4.4.8 MEDICIÓN.....	43
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	45
5.1 CONCLUSIONES.....	45
5.2 RECOMENDACIONES	46
BIBLIOGRAFÍA	47
ANEXOS.....	49
ANEXO 1	49
ANEXO 2 ENCUESTA.....	51
ANEXO 3 ENTREVISTA.....	55
GLOSARIO.....	57

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1. POBLACIÓN DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS.....	49
---	-----------

ÍNDICE DE FIGURAS

FIGURA 1. DIAGRAMA DE DISEÑO DE INVESTIGACIÓN.....	22
FIGURA 2. ¿ACTUALMENTE FORMA PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS COMO MIEMBRO DE AGENCIA INMOBILIARIA O COMO AGENTE INMOBILIARIO INDEPENDIENTE?.....	29
FIGURA 3. INDICADORES DE LA VARIABLE SENTIDO DE PERTENENCIA.....	30
FIGURA 4. ¿POR QUÉ MEDIO(S) SE ENTERÓ DE LA EXISTENCIA DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS EN HONDURAS?.....	32
FIGURA 5. INDICADORES DE LA VARIABLE SOCIALIZACIÓN.....	33
FIGURA 6. ¿QUÉ BENEFICIOS LE INDUJERON A FORMAR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS EN HONDURAS?.....	34
FIGURA 7. INDICADORES DE LA VARIABLE ATRACTIVO MONETARIO.....	35
FIGURA 8. INDICADORES DE LA VARIABLE RECONOCIMIENTO Y PRESTIGIO.....	36
FIGURA 9. ANÁLISIS FODA DE LA NAR EN HONDURAS.....	41

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 INTRODUCCIÓN

Realtors es un sistema diseñado en Estados Unidos como una designación de prestigio otorgada a los agentes de bienes raíces independientes y a las empresas dedicadas al rubro inmobiliario a nivel mundial, con el fin de regular las transacciones a través de un código de ética que les permita ser transparentes con los clientes.

Hace aproximadamente 3 años este sistema fue incorporado a Honduras para suplir la necesidad de tener un mayor control en el sistema inmobiliario nacional, además de ofrecer un beneficio adicional a los agentes de bienes raíces, haciéndoles parte de una asociación reconocida a nivel mundial que recobra la confianza perdida en el rubro.

Actualmente las empresas inmobiliarias se reúnen en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula de forma mensual con el objetivo de discutir la reglamentación y normativa que pretenden integrar para crear una ley nacional que regule la venta de bienes inmuebles y rijan a los agentes inmobiliarios, de forma que éstos sean profesionales con alto conocimiento en la materia de bienes raíces y su ética sea inquebrantable.

La presente investigación se realiza con el fin de conocer los beneficios que se obtienen al poder ser miembros de la Asociación de Realtors de Honduras y la estabilidad que esto dará a sus miembros, así como las razones por las cuales aún no se obtiene la integración esperada.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

El mercado inmobiliario en Honduras ha sufrido significativos cambios en la última década, intentando recuperarse tras la afectación indirecta de la recesión inmobiliaria sufrida en Estados Unidos en el año 2006 que hasta la fecha ha ocasionado una crisis financiera a nivel mundial.

Las casas de bienes raíces en el país han venido trabajando de forma independiente, donde su trabajo fundamental ha sido el desarrollo de proyectos inmobiliarios propios, que

tradicionalmente ponen a disposición a través de alianzas estratégicas con las entidades financieras más influyentes del país y son mercadeadas para atraer a los compradores finales.

Así como cada casa/desarrollador inmobiliario crea y promueve proyectos propios, cuentan con su propio equipo de venta, pero éstos agentes de bienes raíces se ven limitados debido a que únicamente pueden mercadear los inmuebles que pertenezcan a su casa empleadora, creando una reacción de rivalidad entre inmobiliarias, siendo evidente la competencia entre los agentes de bienes raíces para captar a un mismo cliente.

En esta constante lucha por atraer a un mismo comprador final, los desarrolladores inmobiliarios identifican la necesidad de una alianza estratégica, donde la disputa no sería el comprador prospecto, quien ya se encuentra en una intensa búsqueda de un apartamento, vivienda, local comercial, terreno, edificio, etc., sino más bien poder brindar a este comprador la oportunidad de elegir la propiedad óptima que cumpla sus expectativas y satisfaga sus necesidades.

Otro aspecto de disputa entre las inmobiliarias ha sido la fuga de talento, ya que, así como los agentes de bienes raíces anhelan crecimiento y mejora de sus beneficios e ingresos monetarios, también las casas inmobiliarias buscan contar con el personal capacitado y experimentado que capture los compradores para los proyectos que estén desarrollando.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Tanto los desarrolladores como los agentes inmobiliarios tienen conocimiento de la Asociación Nacional de Realtors de Honduras (NARH), encontrando que los desarrolladores se encuentran anuentes a certificar a sus agentes inmobiliarios en la red de Realtors, ya que para ellos es inconcebible la idea de ofrecer a sus clientes un bien de la competencia.

La situación de los agentes inmobiliarios, dependientes e independientes, es distinta. Conocen los beneficios de ser un realtor, pero se ven limitados debido a las restricciones que su

casa inmobiliaria les impone, ya que consideran esta acción como desleal y poco confiables, ocasionando un conflicto ético-profesional en el crecimiento de los agentes inmobiliarios

Hasta la fecha, la NARH no ha implementado un plan de socialización de los beneficios que traería su integración al mercado inmobiliario hondureño, creando un conflicto interno entre desarrolladores y agentes de bienes raíces con respecto a su “competencia”.

1.3.1 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1.3.1.1 ¿Cuáles son las causas por las que las agencias inmobiliarias rechazan la integración a la NAR en Honduras?

1.3.1.2 ¿En qué se fundamentan los agentes inmobiliarios independientes a formar parte de la NAR?

1.3.1.3 ¿Qué acciones ha tomado la asociación de Realtors para atraer a los agentes inmobiliarios en Honduras?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL:

Contribuir con la integración del sistema inmobiliario de Honduras a la Asociación Nacional de Realtors, determinando los motivos por los que las agencias inmobiliarias del país y sus agentes de bienes raíces aceptan o rechazan esta integración, misma que permita la creación de un plan de socialización de beneficios.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍCOS:

1.4.2.1 Conocer las causas por las cuales las empresas desarrolladoras de proyectos inmobiliarios no comparten la integración de sus servicios a la Asociación de Realtors de Honduras.

1.4.2.2 Analizar los fundamentos que hacen que los agentes inmobiliarios independientes estén de acuerdo con formar parte de la Asociación de Realtors de Honduras.

1.4.2.3 Identificar el plan de comunicación de Realtors Honduras para atraer a los agentes inmobiliarios.

1.5 JUSTIFICACIÓN

Ante esta problemática se ha incorporado al sistema la Asociación Nacional de Realtors, quienes a la vez están enlazados con la National Association of Realtors (La Asociación Nacional de Realtors en Estados Unidos, por sus siglas en inglés, NAR) quien como organización provee educación, entrenamiento y asistencia a sus miembros localizados en más de 59 países alrededor del mundo.

Según una de las páginas oficiales de la NAR en Honduras,

Un realtor en Honduras es también un miembro de la NAR internacional pero está regido por el código de ética de la Cámara Nacional de Bienes y Raíces de Honduras, (CANABIRH), ejerciendo como profesional autorizado en bienes y raíces con habilidades y conocimiento necesario para que la compra-venta de un bien inmobiliario se lleve a cabo con transparencia. (Agents, 2016)

Además, el realtor es quien consigue la información correcta y necesaria para dar de alta una propiedad en el mercado inmobiliario, busca un comprador y le asiste profesionalmente, no solo de los proyectos urbanísticos, sino también de propiedades que vendedores particulares deseen poner a la venta y encontrar el comprador óptimo para la misma, pero aunque la Asociación Nacional de Realtors existe en el país, son pocas las inmobiliarias que han respondido a esta oportunidad de alianza, algunos por desconocimiento y otros por desinterés en el programa.

Con este proyecto se pretende conocer las principales causas de por qué las inmobiliarias no han promovido realtors en su personal y crear un plan de socialización que les permita conocer qué es la Asociación Nacional de Realtors y los beneficios que ofrece ligados al código de Ética de CANABIRH.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Al hablar de bienes raíces abordamos una necesidad básica en el mundo, ya que todas las personas necesitan un lugar que les brinde protección ante las manifestaciones climatológicas a las que estamos expuestos, además de formar un hogar, que supla las necesidades de protección esperadas para todos los miembros de la familia.

Los bienes raíces son parte del concepto de la vida actual dentro del mundo moderno, la evolución del hombre ha generado innovación en todos los campos, dado que se construyó para proteger de las inclemencias del tiempo, así como para satisfacer las necesidades básicas del desarrollo laboral, profesional y personal de los seres humanos, su sentido de crear comunidad, el ocio, la cultura y cada actividad que desarrolla el hombre, que gracias al apoyo de los avances tecnológicos, han venido permitiendo en la actualidad la generación de grandes ciudades, que requieren de cierta organización, reglamentación y administración, para mantener el ordenamiento de ellas. (Martínez Aldana, 2009)

Éste amplio concepto sobre lo que es el mercado inmobiliario, hace una introducción a la razón principal de su existencia, ya que durante mucho tiempo la urbanización de las comunidades/pueblos/ciudades se realizó de forma imprevista y desordenada, donde se luchaba por la conquista u obtención de una porción de tierra y ésta posteriormente era heredada por las generaciones siguientes.

A su vez, la necesidad de pertenencia a un sitio específico, donde las personas se sienten cómodas, seguras, libres y con poder sobre lo que exista en ese territorio, es lo que ha creado una necesidad que está siendo parcialmente satisfecha por lo que conocemos como agencias o desarrolladores inmobiliarios, quienes a su vez están regidos por una normativa internacional y nacional que les regula para transaccionar de forma justa.

Debido a que en cualquier parte del mundo el dinero interviene en la mayoría de las transacciones del sector inmobiliario, el estado de la economía mundial puede afectar directa o indirectamente la valoración de un bien, teniendo como principal referencia el impacto que tuvo la recesión económica de Estados Unidos en el año 2006 o la aún más reciente crisis de España, en el 2008.

Actualmente las civilizaciones buscan crecimiento, las nuevas generaciones no se conforman y anhelan mejorar su calidad de vida, lo que ha generado un constante mercadeo de los inmuebles usados que cambian de usuario o de utilidad, o inmuebles nuevos que se ejecutan para la satisfacción de las necesidades de una comunidad específica.

Es por esta precisa razón que el mercado inmobiliario se ha convertido en una fundamental área de servicios, que por su constante adaptación, es un área relativamente nueva e importante, puesto que además de suplir una necesidad básica de los seres humanos, genera gran número de empleos, servicios y nuevas empresas que empujan la economía interna de las naciones.

En Honduras, el mercado inmobiliario se encuentra en pleno apogeo, lo que ha provocado una reacción en el gobierno como ente mediador y regulador, creando convenios internacionales que fortalezcan y contribuyan al mejoramiento continuo del rubro, además de lograr estandarizar procesos y materiales óptimos para el desarrollo de nuevas comunidades vecinales en el país.

Según informe de COFINSA,

Cualquier diseño de política habitacional de Honduras debe concebirse en torno a cuatro ejes estratégicos: combate a la pobreza, desarrollo sostenible, gestión del riesgo y ordenamiento territorial.

En este marco, el mercado de tierras, definido como la dinámica de oferta y demanda del mercado inmobiliario, debe ser regulado mediante políticas normativas y/o de intervención directa. En muchas regiones de Honduras, las áreas habitacionales son relegadas por las instalaciones industriales, viéndose limitadas a urbanizaciones de tipo poli nuclear, es decir, sin jerarquía definida y distantes de la infraestructura de servicios existentes, produciéndose una disfuncionalidad territorial que se expresa en la imposibilidad municipal por proveer los servicios básicos demandados.” (CONFINSA,2010)

Es por ello que actualmente existen cinco instituciones involucradas directamente con el sector inmobiliario para realizar planes de vivienda además de la unidad ambiental de las municipalidades, conformadas por SOPTRAVI, SERNA, HONDUTEL, SANAA y ENEE, quienes emiten su visto bueno para dictaminar si un bien inmueble es apto y contará con servicios básicos en pro de la legislación ambiental.

Aunque son muchos los involucrados en el proceso de adquisición de un bien inmueble, los personajes clave son el comprador y el vendedor, donde la segunda figura (vendedor) se ve en la

mayoría de los casos sustituido por un agente de bienes raíces, en quien se confía debido a que conoce del tema y puede recomendar para bien o para mal una propiedad.

Hasta a mediados del año 2015, el sistema inmobiliario en Honduras se desarrollaba de la siguiente forma: Existen desarrolladores de proyectos residenciales que mercadean terrenos individualizados o terreno más la vivienda terminada, cada una de estas casas inmobiliarias cuenta con un equipo de asesores expertos en el o los proyectos de su empleador y en acuerdo con las instituciones financieras más importantes del país realizan la promoción, financiación y venta del bien, supliendo de esta forma su necesidad de venta de esos bienes para posteriormente crear una nueva demanda.

Como es de esperarse, cada equipo de agentes inmobiliarios de cada desarrollador se ve limitado a ofrecer únicamente los proyectos de su casa empleadora, es decir, que aunque el cliente prospecto se siente más interesado en otro proyecto, no podrá ser atendido por el mismo asesor, ya que cada desarrollador tiene un equipo distinto.

Como se puede observar en las encuestas nacionales donde respaldan que 7 de cada 10 hondureños rentan el bien inmobiliario donde residen, y debido a los costos elevados de las viviendas, capacidad económica, el elevado costo de la tierra urbana entre otros factores que influyen existen pocas posibilidades que esta realidad cambie en un corto plazo.

Tal como nos comentó Alex Villalta, Presidente de la Asociación de Realtors de Honduras, El segmento de alquiler está dividido en los apartamentos destinados para las parejas jóvenes, estudiantes universitarios, el cuerpo diplomático y la población en general, una pareja de recién casados o una persona pueden aspirar a obtener un crédito financiero para financiarse una vivienda en una zona intermedia de la capital, debe devengar un salario que oscile entre los 40,000 y 45,000 lempiras mensuales. En cuanto al segmento del cuerpo diplomático es un segmento más selecto ya que se trata de funcionarios internacionales; tal como nos recalcó Alex este sector fácilmente puede arrendar una casa por \$2,000.

Tanto empresas inmobiliarias como ejecutivos de bienes raíces sostienen que el precio de los alquileres comenzó a deprimirse a principios de año 2008 en consecuencia de la crisis financiera que afectó a nuestro país.

Al considerar esta situación, queda al descubierto que se está satisfaciendo una necesidad primaria de los desarrolladores, pero se deja a un lado otros dos aspectos importantes: la necesidad del cliente de ser asesorado por una sola persona y brindar su información a ella y no a todos los

equipos de agentes inmobiliarios; y la limitación de los agentes inmobiliarios de perder a sus clientes al no poder ofertar un bien que cumpla las expectativas del cliente.

Es por ello que Honduras comienza a ser parte de la NAR y promueve a los agentes inmobiliarios en Agente Realtor.

Según indica una de las agencias de bienes raíces más influyentes en su página web, Realtors A. N. (2016)

Un realtor es miembro de la National Association of Realtors, que tiene sus oficinas principales en Chicago, Illinois, en los Estados Unidos pero que agrupa asociaciones similares alrededor del mundo con un alcance internacional. Como organización, provee educación y entrenamiento además de asistencia a sus miembros locales y a más de 59 países alrededor del mundo. La NAR también regula los estándares de la profesión en cuanto a su educación y ética internacional.

Por lo tanto en Honduras, un realtor es un miembro de la NAR en su rama internacional regido estrictamente por el código de ética de CANABIRH.

Un realtor es un profesional en bienes raíces autorizado con la habilidad y el conocimiento necesario para documentar y certificar una transacción inmobiliaria lo más transparente posible ante todas las partes involucradas. Un realtor consigue la información correcta y necesaria para dar de alta una propiedad en el mercado inmobiliario, buscar un comprador, y asistir profesionalmente a compradores y vendedores de bienes raíces a cerrar un trato de manera segura.

A continuación se detallan 12 razones por las cuales se debe hacer uso de un Realtor:

1. Puede ayudarle a determinar su poder de compra - es decir, sus reservas financieras, además de su capacidad de endeudamiento. Si usted le da un poco de información básica acerca de sus ahorros disponibles, los ingresos y la deuda actual, el realtor puede referirle al prestamista más indicado para ayudarle. La mayoría de los prestamistas - los bancos y las compañías hipotecarias - ofrecen opciones limitadas.
2. Tiene muchos recursos para ayudarle en su búsqueda de casa. A veces el inmueble que busca está disponible pero no anuncian activamente en el mercado, y se necesitará un poco de investigación de su agente para encontrar todas las propiedades disponibles.
3. Puede ayudarle en el proceso de selección al suministrar información objetiva acerca de cada propiedad. Agentes que son REALTORS ® tienen acceso a una variedad de recursos informativos.
4. Puede ayudarle a negociar. Hay multitud de factores de negociación, que incluyen pero no se limitan al precio, financiamiento, términos, fecha de posesión y, a menudo la inclusión o exclusión de las reparaciones y el mobiliario o equipo. El acuerdo de compra debe proporcionar un período de tiempo para que pueda completar las inspecciones e investigaciones de la propiedad correspondientes antes de que se encuentren obligados a completar la compra. Su agente le puede asesorar en cuanto a qué investigaciones e inspecciones se requieren.
5. Proporciona diligencia debida durante la evaluación de la propiedad. Dependiendo de la zona y de la propiedad, esto podría incluir inspecciones de termitas, putrefacción seca, amianto, estructura defectuosa, la condición del techo, tanque séptico y pruebas de pozos, sólo para nombrar unos pocos. Su realtor puede ayudarle en la búsqueda de profesionales responsables cualificados para hacer la mayor parte de estas investigaciones y le proporcionará los informes escritos.

6. Puede ayudarle a entender las diferentes opciones de financiación y la identificación de los prestamistas calificados.
7. Puede guiarlo a través del proceso de cierre y asegurarse de que todo concluya sin problemas.
8. Puede darle información actualizada sobre lo que está sucediendo en el mercado, además de precio, opciones de financiamiento, términos y condiciones de las propiedades de la competencia. Estos son factores clave para conseguir su inmueble al mejor precio, de forma rápida y con un mínimo de molestias.
9. Puede mercadear su propiedad en muchos mercados de todo el país, más del 50% de las ventas de bienes raíces son las ventas de cooperación, es decir, un agente inmobiliario que no sea el suyo y que es traído por el comprador. Su realtor actúa como el coordinador de marketing, él traspassa la información de su propiedad a otros agentes de bienes raíces a través de otras redes cooperativas de comercialización, jornadas de puertas abiertas para los agentes, etc., que realice la inmobiliaria, brindando un servicio y código de ética que requiere un realtor, que son quienes utilizan estos medios de cooperación y relaciones que benefician a sus clientes.
10. Su realtor sabrá cuándo, dónde y cómo hacer publicidad de su propiedad. Hay una idea errónea de que la publicidad vende bienes raíces. La Asociación Nacional de Realtors realizó estudios que muestran que el 82% de las ventas de bienes raíces son el resultado de los contactos del agente a través de los clientes anteriores, referencias, amigos, familiares y contactos personales. Cuando una propiedad se comercializa con la ayuda de su realtor, usted no tiene que preocuparse de que extraños evalúen su casa. Su realtor cuenta con la habilidad de acompañar a los clientes potenciales a evaluar su propiedad.
11. Su realtor puede ayudarle a evaluar objetivamente la propuesta de cada comprador sin comprometer su posición en el mercado. Este acuerdo inicial es sólo el comienzo de un proceso de avalúos, inspecciones y financiación -. Un montón de posibles peligros. Su realtor puede ayudarle a escribir un acuerdo ganar-ganar legalmente vinculante que será más probable de alcanzar si realiza este proceso con un agente realtor.
12. Su realtor puede ayudar a cerrar la venta de su hogar. Entre el acuerdo inicial de venta y el cierre (o liquidación), pueden surgir preguntas. Por ejemplo, se requieren reparaciones inesperadas para obtener financiación o se descubren incongruencias en las escrituras del bien. La documentación requerida por sí sola es abrumadora para la mayoría de los vendedores. Su realtor es la mejor persona para ayudarle objetivamente a resolver estos problemas y llevar la transacción hasta el cierre (o liquidación).

2.1.1 PROYECTOS QUE APOYAN LA ASOCIACIÓN DE REALTORS EN HONDURAS

A través de los años, la NAR en Honduras ha alcanzado cierto posicionamiento en las inmobiliarias más influyentes del país, siendo las siguientes algunas de ellas:

- Villas Colonial.
- Villas La Arboleda.
- Eco-Vivienda.
- Quintas Horizonte-San Ignacio.
- Residencial Villa Antigua.
- Torre Lara.
- Torre Luna.

- Residencial María Auxiliadora.
- Torre Topacio.
- Condominios Costa.
- Bosques de Villa Elena. (Realtors A., 2013)

A raíz de la integración de varias inmobiliarias en la Asociación de Realtors, se ha contado con la participación en diferentes eventos con el fin de promover sus proyectos y la integración a dicha asociación, entre los eventos a los que se asistieron están:

Tu Hábitat y Expo Construye. También se han desarrollado Open House para involucrar y atraer posibles nuevos clientes a que conozcan los proyectos que como Asociación de Realtors de Honduras se han desarrollado. MLS Honduras es un sistema diseñado por la asociación el cual tuvo su lanzamiento al mercado en septiembre del 2013. (Realtors A. , 2013)

También se han desarrollado Open House para involucrar y atraer posibles nuevos clientes a que conozcan los proyectos que como Asociación de Realtors de Honduras se han desarrollado. MLS Honduras es un sistema diseñado por la asociación el cual tuvo su lanzamiento al mercado en septiembre del 2013.

2.1.2 PLAN DE INCENTIVOS REALTORS HONDURAS

La Asociación de Realtors con el fin de animar e incentivar a nuevos miembros diseño un plan de comisiones a todos sus participantes y colaboradores, el cual quedó distribuido de la siguiente manera, según la reunión efectuada en Tegucigalpa, misma que permanece sin cambios (Realtors A. , 2013):

- 100% de comisión por proyectos Realtors.
- 50% de comisión por propiedades individuales Realtors.
- 10% de comisión por referir (pg. 9)

Además, para potenciar más las ventas y motivar a las agencias colaboradoras, cada agencia deberá reportar quiénes son sus miembros colaboradores con la asociación, lo que les permitirá llevar un mejor control del pago de comisiones, además notificar el nivel de capacitación de cada uno, puesto que las comisiones se podrán compartir en “porcentaje de 50 -50 si son proyectos realtors o propiedades de cartera o a nivel de referidos, siendo distribuido un 50% para la asociación de realtors, el 40% para la agencia colaboradora y el 10% para el agente que refiere” (Realtors A., 2013).

REQUISITOS PARA FORMAR PARTE DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS

En la actualidad, la tecnología ha sido instrumento clave para el mercadeo de bienes inmuebles, permitiendo a las agencias inmobiliarias del país publicitarse a un bajo costo y captar tanto el mercado nacional como el internacional, brindando también la oportunidad a los hondureños que residen en el extranjero de poder optar a un terreno o una vivienda y conocer las múltiples opciones que el mercado ofrece en ese momento.

A la vez, la Asociación Nacional de Realtors en Honduras debe velar por la integridad de la misma, siguiendo a cabalidad el código de ética que les rige, lo que les obliga a restringir o más bien exigir requisitos mínimos para que las agencias inmobiliarias o agentes independientes puedan formar parte de Realtors, siendo indispensables los enlistados a continuación:

Documentación para empresas:

- Escritura de constitución de sociedad.
- Dos recomendaciones de Agencias Realtors.
- Copia de identidad del representante legal.
- Listado de sus corredores internos y colaboradores.
- Curriculum Vitae del representante legal.
- Llenar la solicitud de Nuevos Ingresos para corredor de la empresa a esta adjuntar una foto tamaño carnet.
- Firma de convenio y código de ética de Realtors.

Experiencia requerida:

- Ser colaborador de una Agencia Realtors.

Registro de otras instituciones:

- Registro CANABIRH (por dos años o más).
- Registro activo NAR: un pago por valor de \$110 por corredor la inscripción y \$70 anuales por renovación.

Estructura:

- Contar con una estructura publicitaria: como mínimo una página web y presencia en redes sociales.
- Cancelación de cuota mensual \$110.
- Cursar licencia de Asociación de Realtors, misma que aún está pendiente de crear. (Realtors, A., 2013, pg. 11)

2.1.3 BENEFICIOS DE PERTENECER A LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS

Una de las mayores críticas realizadas a la NAR en Honduras, es sobre los beneficios adicionales que las agencias inmobiliarias y los agentes independientes obtienen al formar parte de la Asociación, y hasta la fecha, sin contar aún con el apoyo del Congreso Nacional de Honduras para crear una legislación propiamente del sistema inmobiliario del país, se ofrece lo siguiente:

- Participación directa en proyectos con exclusividad Realtors obteniendo el 100% de la comisión negociada.
- Charlas y conferencias en el área de Bienes Raíces.
- Participación en ferias internacionales de Bienes Raíces.
- Ruedas de negocios.
- Publicidad en páginas web y periódicos.
- Licencia con Realtors en Tegucigalpa.
- Accesos de información.
- Código de ética y tribunal de honor.
- Alianzas con la banca nacional.
- Descuentos y promociones.
- Lista negra de corredores y clientes. (Simón, 2016)

2.2 TEORÍA DE SUSTENTO

La importancia de poder utilizar un realtor como asesor para la compra-venta de bienes raíces radica en que el código de ética de la NAR contiene un listado de sus deberes como asociación hacia el público y clientes en general, así como también define el deber propio de los clientes y de un realtor.

A continuación se detalla estos deberes según la página oficial de Realtors:

Deberes hacia el Público y Clientes

Artículo 1: Un realtor protege y promociona los intereses de sus clientes y a la vez trata a todas las partes involucradas con honestidad.

Artículo 2: Un realtor se abstiene de exagerar, tergiversar, y ocultar hechos relacionados a la propiedad o a las transacciones.

Artículo 3: Los realtors cooperan con otros profesionales de bienes raíces para potenciar mejor los intereses de sus clientes.

Artículo 4: Cuando un realtors compra o vende bienes raíces por su cuenta, la de su familia o compañías asume su mejor postura y lo hace con transparencia.

Artículo 5: Los realtors no prestan sus servicios profesionales cuando tienen un determinado interés en alguna propiedad sin revelar éste a todas las partes involucradas.

Artículo 6: Los realtors revelan cualquier honorario o beneficio financiero que puedan recibir por recomendar servicios o productos relacionados con bienes y raíces.

Artículo 7: Los realtors solo reciben compensación de una de las partes, excepto en aquellos casos en los que hayan revelado completamente que la recibirán de ambas partes y hayan recibido el consentimiento de su cliente.

Artículo 8: Los realtors mantienen bajo custodia los fondos del público y sus clientes en una cuenta separada de sus operaciones normales.

Artículo 9: Los realtors se aseguran que los detalles del contrato estén claramente redactados y que las partes involucradas reciban sus respectivas copias.

Deberes del Público

Artículo 10: Los realtors brindan un servicio profesional a todos sus clientes y al público en general independientemente de su raza, color, religión, sexo, impedimentos físicos, estatus familiar o nacionalidad de origen.

Artículo 11: Los agentes realtors son competentes y conocen muy bien su profesión en la cual están muy involucrados u obtienen asistencia de otros profesionales con más experiencia o revelan cualquier falta de experiencia a sus clientes.

Artículo 12: Los realtors se presentan a sí mismos tal como son cuando se promocionan en avisos y en otras apariciones públicas.

Artículo 13: Los realtors no se involucran en prácticas contrarias a la ley.

Artículo 14: Los realtors siempre están dispuestos a participar en investigaciones y acciones que refuercen la ética de la profesión.

Deberes de los REALTORS

Artículo 15: Los realtors solo hacen comentarios apegados a la verdad de otros profesionales en bienes raíces.

Artículo 16: Los realtors respetan la representación exclusiva y los convenios que puedan tener otros realtors sobre una propiedad en específica de parte de sus clientes.

Artículo 16: Los realtors pueden arbitrar en desacuerdos financieros entre otros realtors y sus clientes. (RE/MAX Outstanding Agents, 2015)

Esto definitivamente provee una mayor confianza a los realtors, ya que al tener el respaldo internacional y tomar la correcta legislación de CANABIRH da un plus a los agentes de bienes raíces, ya que son certificados y preparados en todos los temas relacionados al sector inmobiliario, como ser el estado legal de las propiedades, estudio de suelos, riesgo ambiental, etc., lo que en definitiva aporta un orden y confiabilidad que tanto hace falta en el país.

2.2.1 ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS

La metodología utilizada es mixta, pues es el complemento ideal de la investigación tradicional cualitativa y cuantitativa.

Johnson y Onwuegbuzie “es el tipo de estudio donde el investigador mezcla o combina técnicas de investigación, métodos, enfoques, conceptos o lenguaje cuantitativo o cualitativo en un solo estudio” (Johnson & Onwuegbuzie, 2004).

Dicha metodología nos ayudará a comprender mejor, el proceso de socialización de Realtors de Honduras y la resistencia a formar parte de esta por los empresarios de bienes raíces.

Previo a llevar a cabo la implementación del método mixto, se realizaron entrevistas a expertos en Realtors así como especialistas en bienes raíces. De esta manera se podrá seleccionar nuestra muestra para poderle aplicar una encuesta y medir el grado de aceptación, el beneficio y la ventaja competitiva que genera el ser parte de la Asociación de Realtors de Honduras.

2.2.2 ANTECEDENTES DE METODOLOGÍAS

La investigación mixta define que la meta de ésta investigación no es reemplazar a la investigación cuantitativa ni cualitativa, si no utiliza la fortalezas de ambos tipos de indagación combinándolas y tratando de minimizar sus debilidades potenciales.

Entre las características que representa una metodología mixta en una investigación, se pueden mencionar:

- Es un método incluyente y plural.
- Reconoce el valor del conocimiento como algo que se construye a través de medios cualitativos.
- Hace uso de la filosofía.

Se puede concluir que los métodos mixtos representan el fin de la guerra de los paradigmas.

Aunque la metodología es mixta, la cualitativa prevalecerá ante la cuantitativa, pues según Lincoln y Denzin “La investigación cualitativa es muchas cosas al mucho tiempo, es multiparadigmática en su enfoque, los que la practican son sensibles al valor del enfoque multimetódico” (Denzin, 1994).

Taylor y Bogdan, consideran en un sentido amplio, la investigación cualitativa como Aquella que produce datos descriptivos: las propias palabras de las personas, habladas o escritas y la conducta observable”. Estos autores llegan a señalar las siguientes características propias de la investigación cualitativa:

- La investigación cualitativa es un arte.
- Para el investigador cualitativo, todos los escenarios y personas son dignos de estudio.
- Los métodos cualitativos son humanistas.
- Para el investigador cualitativo, todas las perspectivas son valiosas es inductiva.
- Los investigadores cualitativos son sensibles a los efectos que ellos mismos causan sobre las personas que son objeto de su estudio.
- Los investigadores cualitativos tratan de comprender a las personas dentro del marco de referencia de ellas mismas.
- Los investigadores cualitativos dan énfasis a la validez de su investigación. (Bogdan, 1986)

2.2.3 ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS

Según el tema de investigación que se está desarrollando y ya conceptualizado cada tipo de metodología, se determinará un enfoque mixto, teniendo la dominancia la metodología cualitativa, ya que como se estableció en los objetivos, se busca conocer factores o cualidades que han llevado a las agencias inmobiliarias y sus agentes o independientes a aceptar o rechazar la integración de sus matrices a la Asociación Nacional de Realtors en Honduras, siendo indispensable cuantificar algunas variables que brinden mayor exactitud a la medición de los factores.

El alcance de la metodología será descriptivo, creando un instrumento que permita identificar las oportunidades de mejora que favorezcan la integración del sistema inmobiliario, contando con un diseño no experimental con recopilación de datos a través de un instrumento válido de investigación, considerando la encuesta como mejor opción para la búsqueda de información, mismo que será aplicado a una muestra significativa de la población, minimizando así el sesgo dentro de la misma.

2.3 CONCEPTUALIZACIÓN

- NAR: National Association Realtors.
- CANABIRH: Cámara Nacional de Bienes Raíces de Honduras.
- MLS: Sistema de listado múltiple. (Simón, Conceptos Claves de Realtors, 2016).

2.4 MARCO LEGAL

Según el resumen del documento final política de vivienda y desarrollo urbano desarrollado por COFINSA, (COFINSA, Resumen del documento final política de vivienda y desarrollo urbano , 2010)

El marco legal de la política de vivienda está definido en el Título III, DE LAS DECLARACIONES, DERECHOS Y GARANTIAS, Capítulo IX, DE LA VIVIENDA, de la Constitución de la República de Honduras de 1982 que reconoce a los hondureños el derecho de una vivienda digna y establece que el Estado formulará y ejecutará programas de vivienda de interés social, promoviendo, apoyando y regulando la creación de sistemas y mecanismos para el uso de los recursos internos y externos a ser canalizados hacia la solución del problema habitacional. (pg. 13 y 14)

Por ello, el Artículo 181 de nuestra Constitución crea el Fondo Social para la Vivienda que fue creado posteriormente como FOSOVI por el Decreto Legislativo No. 167-91 de diciembre de 1991 y cuya difícil situación analizamos en este Informe en el contexto institucional del sector vivienda y la Ley Marco del sector.

Asimismo, la Ley de Municipalidades, la Ley de Ordenamiento Territorial, Ley de Propiedad y otras leyes y reglamentos administrativos, especiales y generales vigentes en la República de Honduras, deberían servir para el marco legal regulatorio y el contexto institucional a fin de:

- Promover la concertación con los agentes involucrados en el sector para definir mecanismos legales e institucionales para el fortalecimiento del sector vivienda
- Fortalecer el ente rector del sector: Secretaría de Obras Públicas, Transporte, Comunicaciones y Vivienda, el cual actuará estrechamente enlazado con el Gabinete Económico
- Fortalecer las instituciones del sector encargadas de la administración de los recursos destinados a vivienda, procurando que la misma se realice en forma eficiente, despolitizada y transparente, bajo la supervisión de la Comisión de Bancos y Seguros
- Minimizar los efectos de los desastres en asentamientos humanos, ubicados en áreas de alto riesgo
- Promover el empleo de tecnologías adecuadas para la construcción de soluciones habitacionales de interés social en armonía con el medio ambiente

Diseño de un Régimen Legal para la Administración del Crecimiento Urbano. Para orientar las actuaciones de la planificación y desarrollo urbano en Honduras, existen varias leyes y normas aplicables. Algunas se refieren a las actuaciones de entes descentralizados como el SANAA, la ENEE, HONDUTEL, en tanto que otras, de carácter jurisdiccional, están relacionadas con las municipalidades, el ordenamiento del territorio y la vivienda.

La propuesta de Ley Marco del Sector Vivienda, en proceso de ajuste y afinamiento, contempla un capítulo orientado a fortalecer el vínculo y la coordinación con las corporaciones municipales, así como artículos específicos de regulaciones de uso del suelo para las zonas de riesgo.

La ley de ordenamiento territorial, decreto no. 180-2003, define en el artículo 27 y 28 que:

Las competencias de los gobiernos municipales sobre la gestión amplia del control y regulación de los asentamientos humanos poblacionales de sus jurisdicciones, para lo cual actuarán en la elaboración y ejecución de los planes de trazo y desarrollo urbanístico del municipio y , consecuentemente, del control y regulación del uso de los suelos destinados a actividades económicas, sociales, de esparcimiento y otros necesarios en los asentamientos de las personas, así como de la regulación de la actividad comercial, industrial y de servicios. (Ley de ordenamiento territorial, 2003)

El artículo 28 señala que las municipalidades emitirán regulaciones con respecto a los asentamientos humanos, tales como Normas de Zonificación, Normas de Construcción, Normas de Lotificación y Urbanizaciones.

La ley de municipalidades de Honduras faculta a las corporaciones municipales para que puedan delimitar o ampliar los límites urbanos de todos los asentamientos humanos de su jurisdicción, debiendo agregarse que no existe otro instrumento legal que mejor faculte la planificación urbana en los municipios. Por lo tanto, al ampliar los perímetros urbanos se aumenta el área urbanizable en la ciudad, lo que introduce al mercado lotes de tierra de menor valor catastral. De igual forma, se fortalece las finanzas municipales al aumentar la base tributaria de lotes urbanos.

Actualmente se están desarrollando, con el apoyo del FHIS, los planes estratégicos para los municipios que carecen de ellos, debiendo agregarse que generalmente los mapas de zonificación municipal se desarrollan en la etapa de planes estratégicos municipales, al definir las unidades territoriales.

En este mismo orden de ideas, es necesario generar incentivos para lograr una ampliación de los servicios básicos en las comunidades urbanas, para lo cual se propone lo siguiente:

- Creación de un programa de gestión del suelo urbano, con un componente de impulso a la formación de empresas de gestión del suelo, con la finalidad fundamental de poner a disposición de desarrolladores privados y grupos sociales organizados tierra apta para vivienda, con acceso a servicios básicos.
- Creación del componente lote con servicio, para asistir a familias en la compra de un lote con servicios mínimos en la margen urbana, o a familias en zonas sumamente riesgosas. Una

experiencia referencial, podría ser la modalidad denominada lotes progresivos que está siendo implementada con buen suceso en El Salvador.

- Programas de mejoramiento barrial en ciudades secundarias, dirigidos a familias que residen en asentamientos precarios de las ciudades de más de diez mil habitantes, bajo un esquema que promueva la activa participación y corresponsabilidad de las familias beneficiarias, así como la articulación de los recursos y esfuerzos de los gobiernos central y municipal. Para ello, se propone la creación, dentro de la DGVU, de un programa denominado mejoramiento barrial.
- Es también necesario desburocratizar los procesos de los entes sectoriales involucrados en los proyectos de lotificación y urbanización, para lo cual se propone efectuar una revisión de tiempos del proceso actual de aprobación de proyectos de vivienda (financiera y técnica) y realizar ajustes con base en las recomendaciones resultantes.
- Apoyo a la descentralización, para lo cual la DGVU brindará asistencia técnica orientada al fortalecimiento municipal en el marco de una gestión urbana descentralizada.
- Apoyo a la gestión local y la participación ciudadana. Las comunidades pueden ofrecer contrapartidas y materiales locales junto con mano obra para el establecimiento de los servicios públicos en sus áreas urbanas. Este esfuerzo puede ser operado a través de la creación de una unidad de apoyo municipal en la DGVU, la cual reforzará las unidades técnicas, oficinas de Catastro y de medio ambiente preferentemente en los municipios de comunidades urbanas, en materia de desarrollo de zonificaciones, manuales y normas de construcción que sirvan a nivel municipal o a grupos de municipios asociados en mancomunidades (Constitución de la república, 1982).

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

Esta investigación se realizó de forma descriptiva y no experimental, bajo un enfoque cuantitativo y cualitativo, es decir una metodología mixta, dándole más prevalencia a lo cualitativo. Con estos dos métodos de investigación se obtuvo como resultado una evaluación más completa sobre la ventaja competitiva que les daría a las inmobiliarias del país formando parte de la Asociación de Realtors de Honduras.

Previo a llevar a cabo ambos enfoques se realizaron dos entrevistas a expertos en el tema de la Asociación de Realtors de Honduras, y en base a su opinión y bajo su supervisión y aprobación se elaboraron las encuestas para nuestra población es decir todas las Inmobiliarias que ya están dentro de la Asociación de Realtors de Honduras.

De esta manera, mediante la opinión de los expertos y miembros activos de la Asociación de Realtors de Honduras se logra entender a profundidad los beneficios que aporta el ser miembro activo de la Asociación de Realtors de Honduras tanto para los agentes inmobiliarios independientes así como las empresas de bienes raíces a nivel nacional.

3.1 ENFOQUE CUALITATIVO-DISEÑO NO EXPERIMENTAL

Para dar inicio a la investigación se realizó un enfoque cualitativo a través de dos entrevistas semi-estructuradas a expertos y miembros activos de la Asociación de Realtors de Honduras (Ver Anexo 1).

Las entrevistas se realizaron con el fin de conocer más sobre la Asociación de Realtors de Honduras, los miembros con los que cuenta actualmente así como todos los beneficios que se ofrecen al pertenecer a ella.

3.2 ENFOQUE CUANTITATIVO-DISEÑO NO EXPERIMENTAL

Para el enfoque cuantitativo se procedió a crear una encuesta que se aplicó a miembros activos de la Asociación de Realtors de Honduras.

Se aplicó las encuestas asistiendo a ferias en centros comerciales, Open House y visitando las inmobiliarias que pertenecen a Realtors Honduras.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para la realización del diseño de la metodología, partimos por dividir la investigación en 5 fases, las cuales ayudaron a profundizar, optimizar y organizar de mejor manera el proceso de investigación y de esta manera resulta más ordenado, rigiéndonos por las fases que se detallan en el siguiente diagrama:

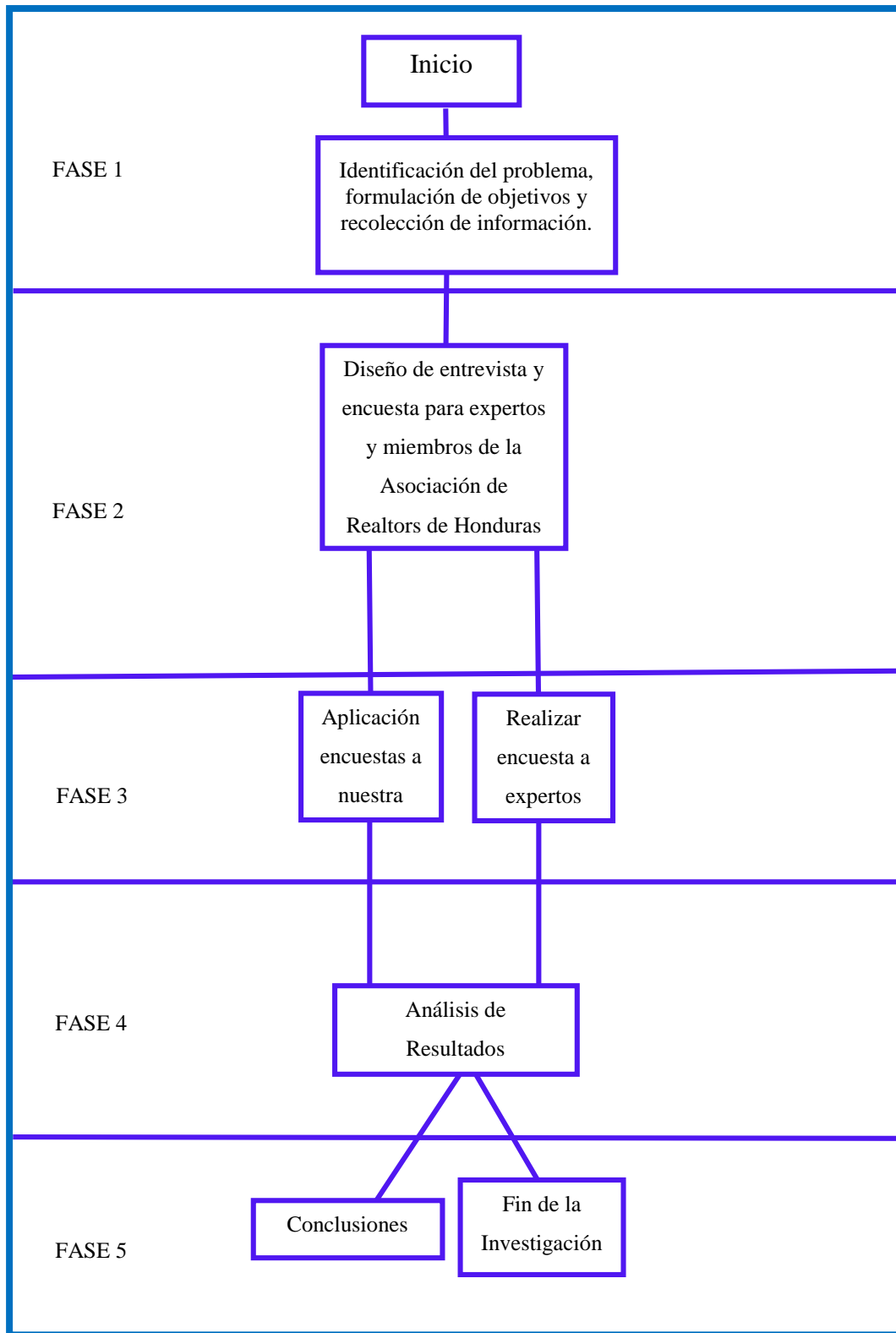


Figura 1. Diagrama de diseño de investigación.

Fuente: Elaboración Propio

3.3.1 FASE 1

Se inicia el proceso de investigación cualitativa, con la identificación del problema de investigación, para luego continuar con el desarrollo de los objetivos general y específicos, de esta forma poder iniciar con la recolección de toda la información que se requirió para el desarrollo de la investigación, misma que fue obtenida buscando en páginas web a nivel internacional, concertando citas para visitas a expertos y representantes de la Asociación de Realtors en Honduras.

3.3.2 FASE 2

Una vez recopilada toda la información necesaria sobre la Asociación de Realtors de Honduras y habiendo profundizado en la Fase 1, se procedió a la elaboración del instrumento, una entrevista aplicada a los líderes de la Asociación de Realtors en Honduras de las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula, sin dejar a un lado la encuesta para ser aplicada a miembros activos de la Asociación de Realtors de Honduras.

3.3.3 FASE 3

Una vez que los instrumentos de investigación fueron aprobados por los expertos se derivó a la aplicación de la encuesta en Tegucigalpa a todos los agentes inmobiliarios y las agencias inmobiliarias que forman parte de Realtors y la realización de las entrevistas en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

Las encuestas fueron aplicadas por nuestra persona. Las entrevistas fueron realizadas a dos expertos en el tema de Realtors.

3.3.4 FASE 4

Después de haber aplicado los instrumentos que fueron desarrollados para determinar el conocimiento que tiene el sistema inmobiliario sobre Realtors en la fase 3, se procedió a tabular y analizar los datos de cada instrumento para realizar un análisis más profundo de información obtenida.

3.3.5 FASE 5

En esta última fase se procedió a desarrollar las recomendaciones finales de acuerdo a toda la información recolectada y analizada en las anteriores cuatro fases.

3.4 POBLACIÓN META

El segmento de población para el cual está orientado nuestro tema de investigación es, tal como se muestra en la tabla 1, brindada por el Ingeniero Jorge Simón, nos detalló la información de los agentes inmobiliarios.

Para la primera fase de estudio de la investigación cuantitativa se procedió a conocer las 62 inmobiliarias y agentes independientes que forman parte de la asociación de Realtors de Honduras para los cuales fue dirigida y aplicada la encuesta, en cuanto a la investigación cualitativa se seleccionó dos expertos y miembros activos de la Asociación de Realtors de Honduras, el Ing. Jorge Simón, gerente general de CB Bienes Raíces (cabe mencionar que es una de las empresas de bienes raíces más sólidas y grandes del país) y por otro lado el Ing. Rafael Aguilar, presidente de la Asociación de Agentes Inmobiliarios en San Pedro Sula.

3.5 MARCO DE MUESTREO

Se estableció como marco de muestreo para el desarrollo del estudio en la investigación cuantitativa todos los miembros activos que forman parte de la Asociación de Realtors de Honduras, tanto los agentes independientes como las inmobiliarias que están a nivel nacional.

3.6 TÉCNICA DE MUESTREO

La técnica de muestreo utilizada para el enfoque cuantitativo de esta investigación es de tipo Conglomerados, este tipo de muestreo; “Sucede cuando se seleccionan a todos los sujetos de la población inmediatamente, el investigador realiza varios pasos para reunir su muestra de la población” (Explorable.com, 2009). Se tomó como referencia la información proporcionada por el Ingeniero Jorge Simón, (ver anexo 1), donde se detallan la Población

Meta; es decir, todas las empresas inmobiliarias y los agentes independientes que actualmente forman parte de la Asociación de Realtors de Honduras.

3.7 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para el desarrollo de este estudio se definió la muestra, a través de la fórmula expuesta a continuación:

$$n = \frac{z^2 (p) (q) (N)}{e^2(N-1) \pm z^2 (p)(q)}$$

En donde:

n = *Tamaño de la muestra.*

z = *Nivel de confianza.*

p = *Probabilidad del fenómeno (caso más desfavorable 50%).*

q = *Proporción complementaria (caso más desfavorable 50%).*

e = *Error deseado*

N : *Población Total, ver tabla de miembros Realtors Honduras en anexo 1.*

Para el desarrollo de esta investigación se utilizó un 95% de confianza y un 5% de margen de error.

Sustituyendo los valores en la fórmula se tiene el siguiente cálculo de la muestra: $ic=95\%$, $z=1.96$, $p=50$, $q=50$, $e=5\%$

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5) (0.5)(62)}{(0.05)^2 (62) \pm (1.95)^2 (0.5) (0.5)} = 54 \text{ encuestas}$$

3.8 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

3.8.1. TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN APLICADAS

Las técnicas de investigación aplicadas fueron dos: Encuesta y entrevista. La encuesta fue aplicada a la muestra encontrada que corresponde a 54 personas entre los agentes inmobiliarios independientes y agentes inmobiliarios de agencias miembro de la Asociación Nacional de Realtors en Honduras. Para la entrevista, se consideró a dos personas, al representante de la NAR en Tegucigalpa y San Pedro Sula.

3.8.2 INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN APLICADO

El instrumento de investigación utilizado fue el cuestionario, mismo que fue creado para recabar la información requerida en las técnicas de investigación, conteniendo interrogantes abiertas y cerradas, donde cada interrogante corresponde a los indicadores de las variables de investigación planteadas.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

4.1 PLAN DE ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Los instrumentos de investigación aplicados fueron dos, una entrevista y una encuesta, aplicadas a miembros activos de la asociación. La entrevista se elaboró con nueve preguntas que permiten conocer la situación actual de la Asociación de Realtors en Honduras, además de aportar al marco teórico de la presente, mientras que la encuesta, fue segmentada en cuatro partes, cada una de ellas corresponde a las variables de investigación, que son: Sentido de pertenencia, la socialización de Realtors, el atractivo monetario y el reconocimiento y prestigio de Realtors en Honduras y demás países miembros.

Cada una de las variables mencionadas cuenta con una serie de indicadores transformados en preguntas, los cuales permiten medirla información que se obtendrá como respuesta a las mismas.

Para el análisis de la encuesta, se dividirá por variable y se mostrará los resultados obtenidos por cada indicador/pregunta de la misma.

4.2 SITUACIÓN ACTUAL DE LA ASOCIACIÓN DE REALTORS DE HONDURAS

En base a la entrevista realizada a los líderes de la Asociación de Realtors de Honduras en Tegucigalpa y San Pedro Sula, se logra diagnosticar la percepción que se tiene de la Asociación desde adentro, es decir, por fuente de los ya miembros.

En cuanto a la fecha en que se integró la Asociación de Realtors al sistema inmobiliario de Honduras, ambos conocen que la presencia está desde el año 2013, naciendo como iniciativa de las más grandes casas inmobiliarias del país al conocer de Realtors en el mundo, el prestigio de la Asociación y los beneficios que traería al sistema inmobiliario alcanzar una integración y alianza estratégica que les favorece para ganar credibilidad y la oportunidad de agenciarse más ingresos.

Hoy por hoy, la Asociación ha alcanzado 62 miembros, de los cuales 19 son agentes independientes y 43 son Agencias Inmobiliarias completas. No se cuenta con el dato exacto de los

miembros por cada Agencia Inmobiliaria, ya que quienes les representan son los Gerentes Generales o propietarios de las mismas, lo que no les ha permitido establecer su población total.

Para la aceptación o rechazo de la Asociación, sus líderes consideran que lo que ha influido es el desconocimiento de la existencia de la asociación, así como de los beneficios que esto trae y el prestigio que podría alcanzar un agente de bienes raíces a nivel internacional, dando como ventajas competitivas el poder ofrecer bienes inmuebles de cualquier inmobiliaria a sus propios clientes, sin tener que referirlos y ganar directamente la comisión por venta del bien. Además, la oportunidad de capacitaciones en el exterior, estar legislado y supervisado por la CANABIRH y formar parte de la unidad y alianza estratégica del sistema inmobiliario del país.

Actualmente no poseen un sitio web oficial como Asociación de Realtors, pero cada casa inmobiliaria si cuenta con su propia página web en la que hacen mención a Realtors, su historia, beneficios y cómo su prestigio ha fortalecido la credibilidad del sistema en Honduras. A la vez se obtuvo información que el no contar con este sitio oficial también les ha limitado a publicitarse y obtener un mayor alcance para captar más miembros.

Hasta la fecha, Realtors ha alcanzado ganar territorialidad en el país, contando con miembros en Tegucigalpa, San Pedro Sula, Copán y Comayagua, sin embargo hace falta la inclusión de los demás departamentos donde sin duda la necesidad de un bien inmueble es un mercado en expansión.

Sin duda alguna, los líderes de la Asociación están tomando acciones que consideran necesarias para poco a poco alcanzar la soñada integración del sistema inmobiliario en el país a la Asociación de Realtors, lo que según entrevistas mencionan podría ser un sueño truncado si los desarrolladores no muestran su apoyo por Realtors, ya que son un componente y fuerza de venta imponente que de una u otra forma fortalece la credibilidad del sistema inmobiliario, mismo que se ha visto en aprietos dados los últimos antecedentes con proyectos que se llevaron a cabo de forma fraudulenta y conllevaron a demandas y pérdidas innumerables que afectó a familias enteras.

Una de las acciones inmediatas, es publicitarse y darse a conocer como asociación, no solo a los miembros del rubro inmobiliario, sino también a todas las personas y posibles clientes, para que conozcan que los Agentes Realtors poseen características únicas regidos por un código de ética internacional y son legislados y regulados por la CANABIRH, además de que pueden contar con

el asesoramiento de su Agente Realtor no solo en un proyecto inmobiliario específico, sino también para cualquier inmueble del país.

4.3 ANÁLISIS DE LAS VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Tal como se detalla en el plan de análisis de la investigación, a continuación se detallará cada una de las variables e indicadores analizados, mostrando los resultados obtenidos a través de la encuesta que da respuesta a las preguntas de investigación planteadas.

4.3.1 VARIABLE SENTIDO DE PERTENENCIA

La variable sentido de pertenencia responde a la primer pregunta de investigación, cuyos indicadores recopilan información fundamental para conocer las causas por las que las agencias inmobiliarias rechazan la integración de la NAR en Honduras.

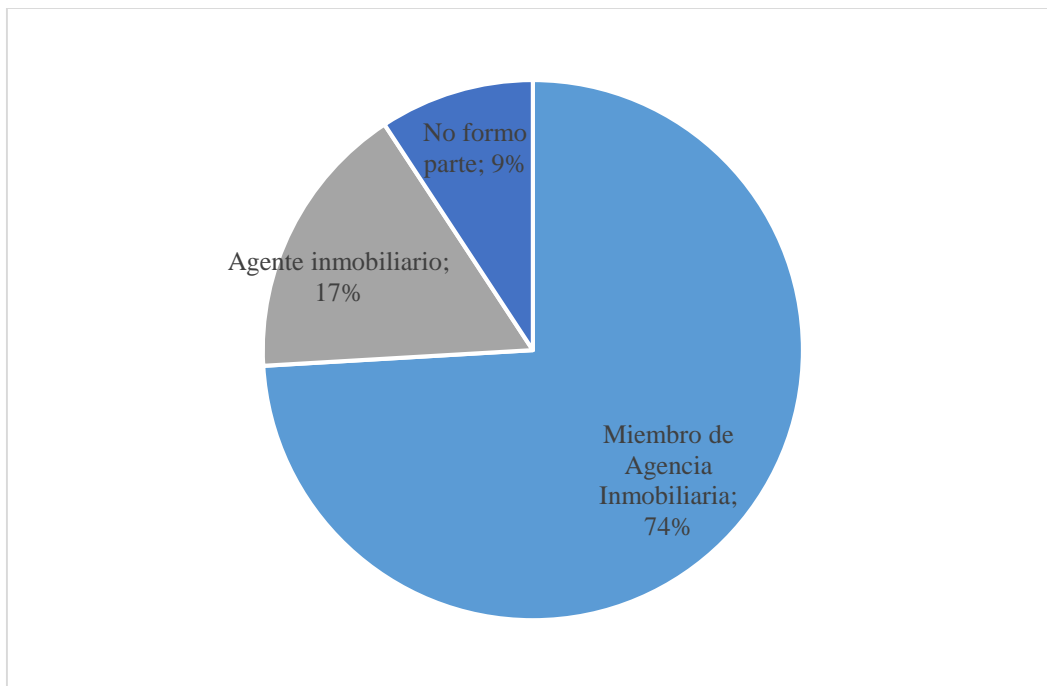


Figura 2. ¿Actualmente forma parte de la Asociación de Realtors como miembro de Agencia Inmobiliaria o como Agente Inmobiliario Independiente?

La Fig. 2 arroja información de la muestra de investigación seleccionada, encontrando que un porcentaje del 9% no forma parte de la asociación, el 17% son agentes inmobiliarios independientes y el 74% restante forman parte del equipo de agencias inmobiliarias que son parte de la NAR en Honduras.

El anexo uno muestra el total de los miembros de Realtors en el país, encontrando coherencia con la información recabada, ya que la población total indica que los miembros activos de Realtors están constituidos en 69% agencias inmobiliarias y sus equipos y el 31% por agentes inmobiliarios independientes.

Cabe resaltar que al momento de la aplicación, se encontró que los equipos de las agencias inmobiliarias miembros no conocen a profundidad sobre la asociación, lo que volvió el proceso de recopilación de datos un tanto engorroso, ya que al desconocer la información solicitada en la encuesta, nos remitían al gerente general de la inmobiliaria, quien en definitiva si podríamos afirmar que es miembro activo de Realtors.

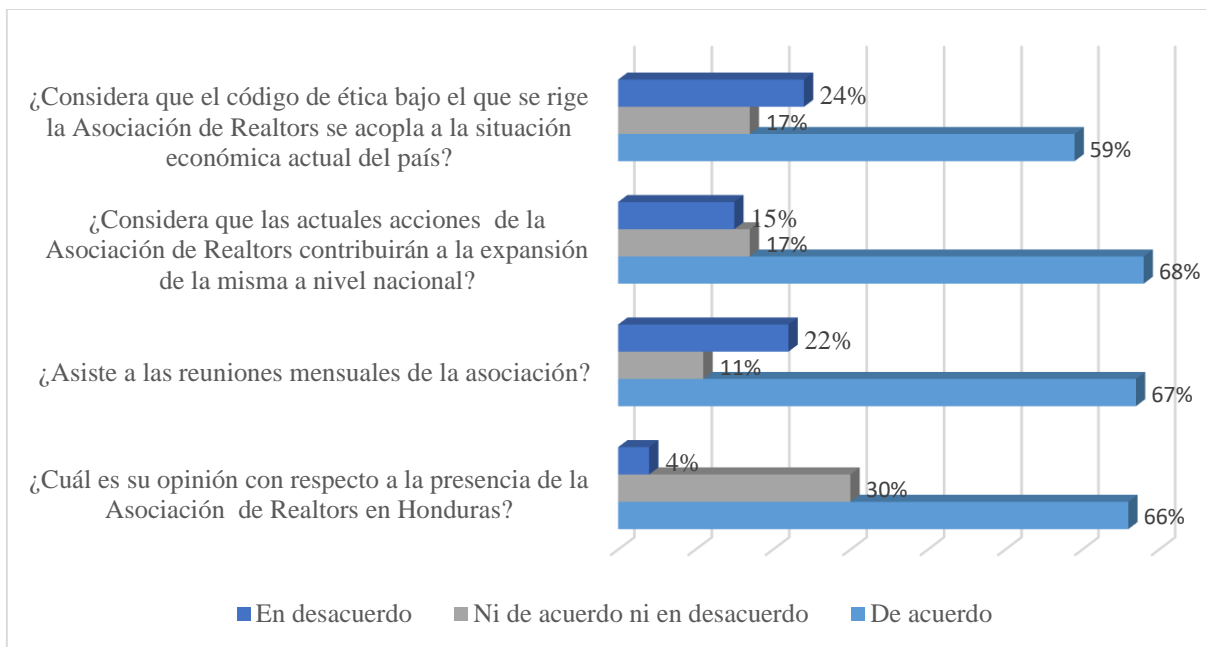


Figura 3. Indicadores de la variable sentido de pertenencia.

La Fig. 3 Muestra los indicadores utilizados en la variable sentido de pertenencia, midiendo el conocimiento de los miembros activos sobre el código de ética estandarizado a nivel internacional bajo el cual se rigen, identificando si los agentes que viven el día a día en el rubro consideran se acopla a la situación actual de Honduras, encontrando una aceptación del 59% favorable a lo antes mencionado. Éste es un indicador al cual debe prestarse atención futura, ya que también existe un porcentaje representativo del 24% que consideran que el código de ética estándar está alejado de la situación país y el diferencial de 17% no está ni en acuerdo ni en desacuerdo con lo propuesto, dejando una pauta a considerar en investigaciones próximas.

A la vez, la aceptación que la presencia de la NAR en Honduras ha obtenido, es hasta la fecha satisfactoria, pese a que debe mejorarse en la proyección de la asociación para alcanzar el porcentaje esperado de al menos el 90% de asistencia permanente, que hoy por hoy es representada únicamente con el 67% de los miembros (según resultados de muestra seleccionada).

4.3.2 VARIABLE SOCIALIZACIÓN

La variable socialización busca conocer mediante los indicadores propuestos, la proyección que ha tenido hasta la fecha la NAR en Honduras para publicitarse o darse a conocer en el rubro de bienes raíces, además de la percepción que se tiene de los miembros activos sobre cómo es vista la asociación entre el sistema inmobiliario.

La Fig. 4 muestra el medio por el cual los actuales miembros de la NAR se dieron cuenta de la presencia de la misma en el país, encontrando que un 37% por comentarios entre colegas o reuniones de trabajo y un 35% porque trabaja en el rubro, sin olvidar el 15% que indica que la agencia inmobiliaria para la cual trabaja es miembro, lo que convierte prácticamente un considerable 87% en proyección interna entre el sistema inmobiliario, dejando un 13% a publicidad propia de la asociación en los distintos medios de comunicación y redes sociales, así como proyección con la CANABIRH, quien les rige legislativamente en el país. Con esto queda la tarea de considerar un plan de comunicación que fortalezca la presencia de Realtors en Honduras.

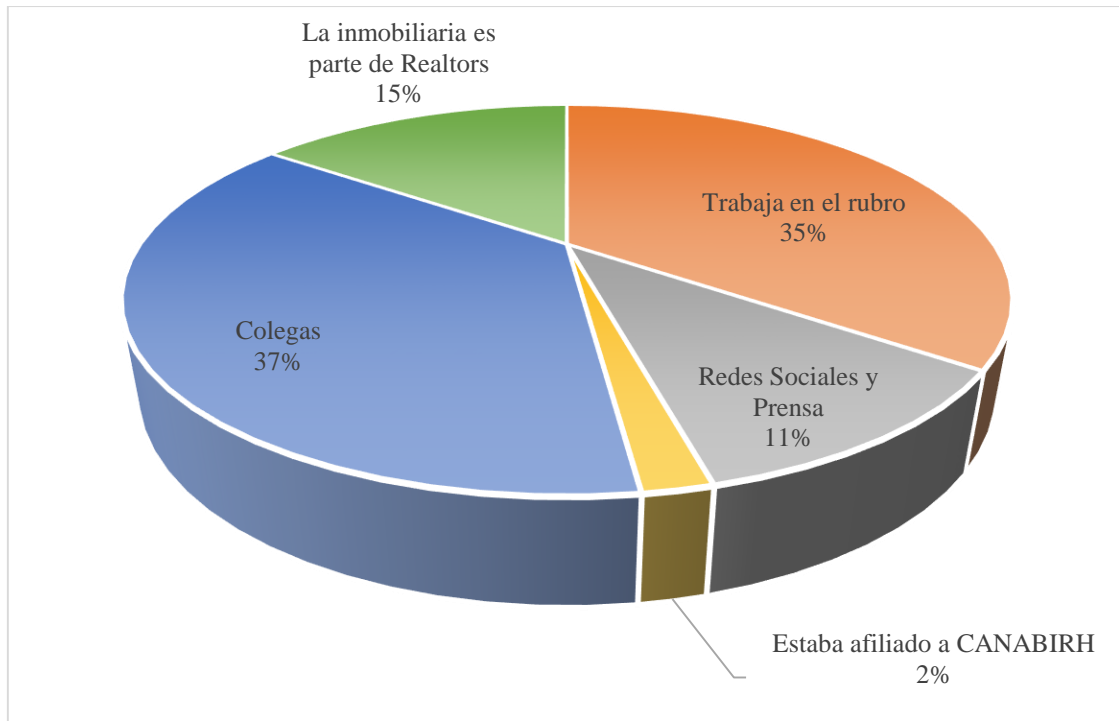


Figura 4. ¿Por qué medio(s) se enteró de la existencia de la Asociación de Realtors en Honduras?

Adicional, cabe resaltar que ésta es la forma en que los mismos miembros del rubro de bienes raíces conocieron de la existencia de la NAR en Honduras, pero es válido considerar que el éxito de la asociación se basa en que todas las personas conozcan de ella y el valor agregado que los agentes Realtors pueden aportar a la transacción si les buscan como asesores, ya que de una de las funciones primordiales de éstos es encargarse de que la compra-venta de un bien inmueble se lleve a cabo con la mayor transparencia posible, además de que deben conocer la información legal del bien, previniendo transacciones fraudulentas por parte de falsos propietarios.

Lo antes mencionado cobra sentido con los resultados obtenidos en los indicadores de la variable socialización encontrados en la Fig.5, donde claramente los miembros de la asociación sostienen que la NAR en Honduras debe tomar acción inmediata en cuanto a publicitarse y darse a conocer en rubro, fortaleciendo la alianza e integración por la que fue atraída la NAR al país.

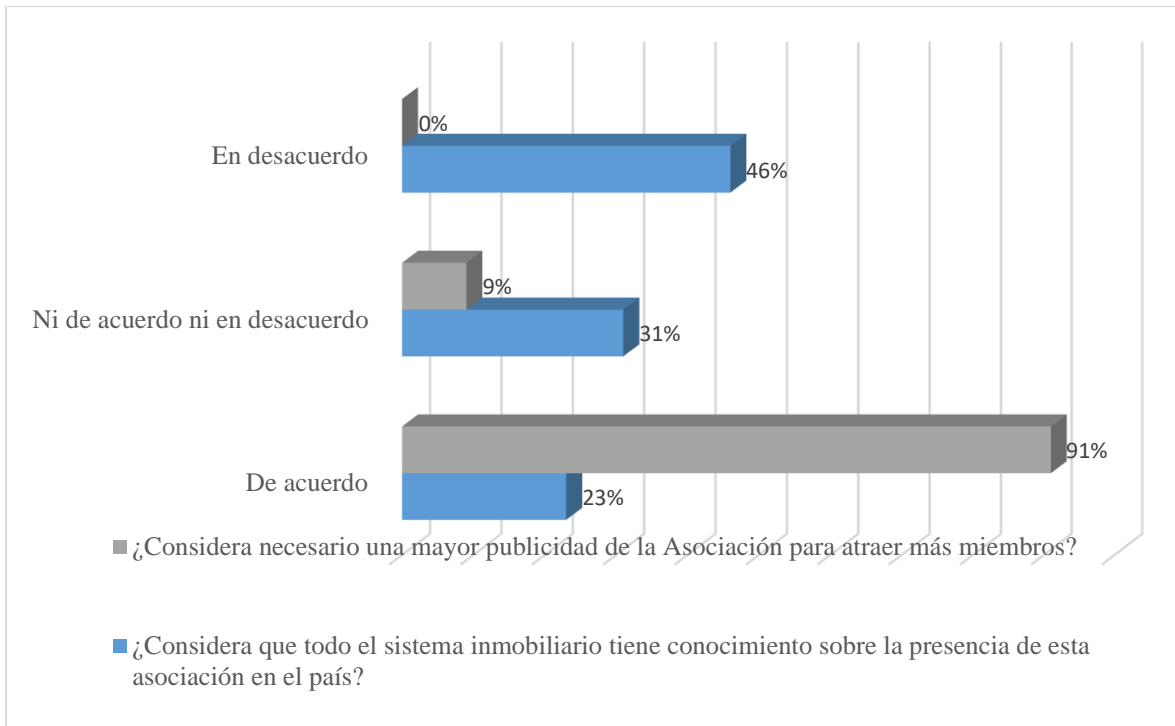


Figura 5. Indicadores de la variable Socialización

Según los resultados reflejados en la Fig. 5, los actuales miembros de la Asociación de Realtors en el país consideran en un 91% que es necesario que la NAR tome acciones en cuanto a la publicidad de la misma para atraer más miembros, puesto que no se tiene ninguna proyección más que los mismos comentarios de los miembros activos al resto del sistema inmobiliario del país, ya que solamente el 23% de los miembros considera que todos los que integran el rubro de bienes raíces tienen conocimiento de presencia de la Asociación de Realtors en Honduras, dejándolo en claro al momento de la recopilación de los datos, ya que ni siquiera los agentes que forman parte de agencias miembros de Realtors conocen a profundidad sobre los beneficios que ésta trae para el rubro.

4.3.3 VARIABLE ATRACTIVO MONETARIO

Ésta variable responde a la segunda pregunta de investigación: ¿En qué se fundamentan los agentes inmobiliarios para formar parte de la Asociación Nacional de Realtors en Honduras? Encontrando como respuesta concreta los resultados representados en la Fig. 6, que muestra los beneficios que le convencieron para ser miembro activo de Realtors.

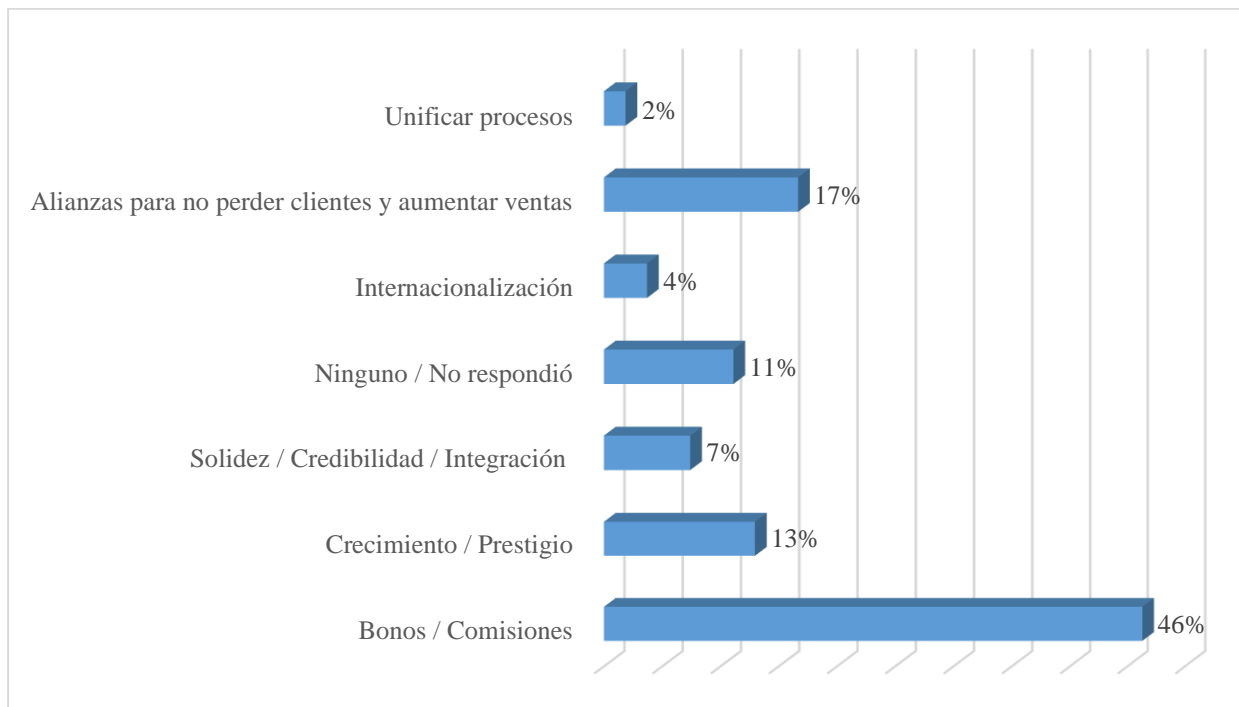


Figura 6. ¿Qué beneficios le indujeron a formar parte de la Asociación de Realtors en Honduras?

Se encontró como principal incentivo el sistema de bonos y comisiones, con un porcentaje de representación del 46%, identificando al momento de recopilación de datos que los miembros activos están al tanto del plan de compensación vigente, lo que estandariza el nivel de ingresos que puede tener cada agente de bienes raíces según su nivel de ventas.

Además, un 17% afirma que el ser parte de Realtors les ha llevado a incrementar su nivel de ventas, ya que no se limitan a vender únicamente los inmuebles propios de su agencia inmobiliaria, sino poder ofrecer una mayor variedad a los clientes y adaptar el bien a las necesidades del cliente.

Conocemos lo delicado que es el tema de atractivo monetario en todo negocio, ya que por lo general no estamos contentos con nuestro ingreso, siempre estamos en busca de más , pero aunque es delicado, es necesario conocer que el 61% de los agentes miembros de la NAR conocen el plan de compensación y cuánto ganará según a quien pertenezca el inmueble, encontrando que el 41% están de acuerdo con la distribución de ésta comisión, pero un considerable 35% no lo está, lo que conlleva a prestar atención a este indicador y trabajar para una distribución de comisiones más equitativa que fortalezca la satisfacción de los miembros.

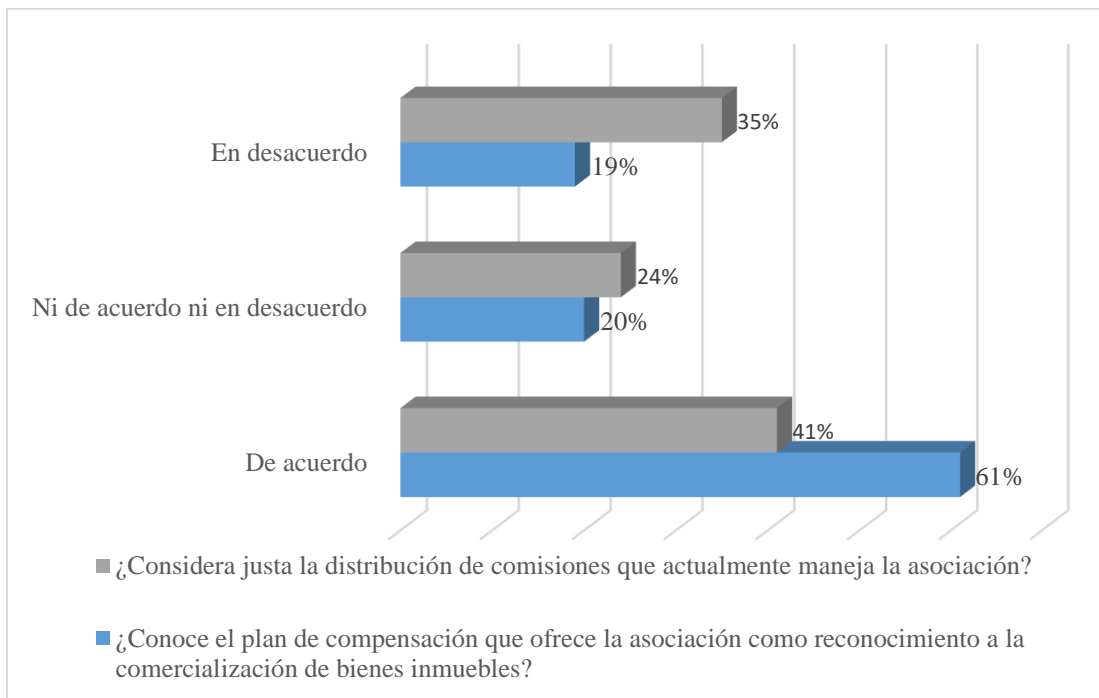


Figura 7. Indicadores de la variable Atractivo Monetario

La razón principal por la que se indagó en esta variable, es porque la NAR en Honduras actualmente está constituida por agencias inmobiliarias y sus colaboradores, agentes inmobiliarios independientes y desarrolladores inmobiliarios, encontrando anuencia por la integración de una parte fundamental de quienes constituyen esta población del rubro de bienes raíces, lo que conlleva a una nueva interrogante, si a cada segmento realmente le es atractivo y justo éste plan de comisiones, pues en la Fig. 6 quedó demostrado que para los ya miembros de la NAR la bonificación es la razón principal por la que decidieron formar parte de la misma.

4.3.4 VARIABLE RECONOCIMIENTO Y PRESTIGIO

Ésta variable de reconocimiento y prestigio recaba información que responde a la tercer pregunta de investigación, identificando las acciones que la NAR ha tomado para atraer a los agentes inmobiliarios, además de conocer la percepción del prestigio que la asociación tiene a nivel nacional e internacional.

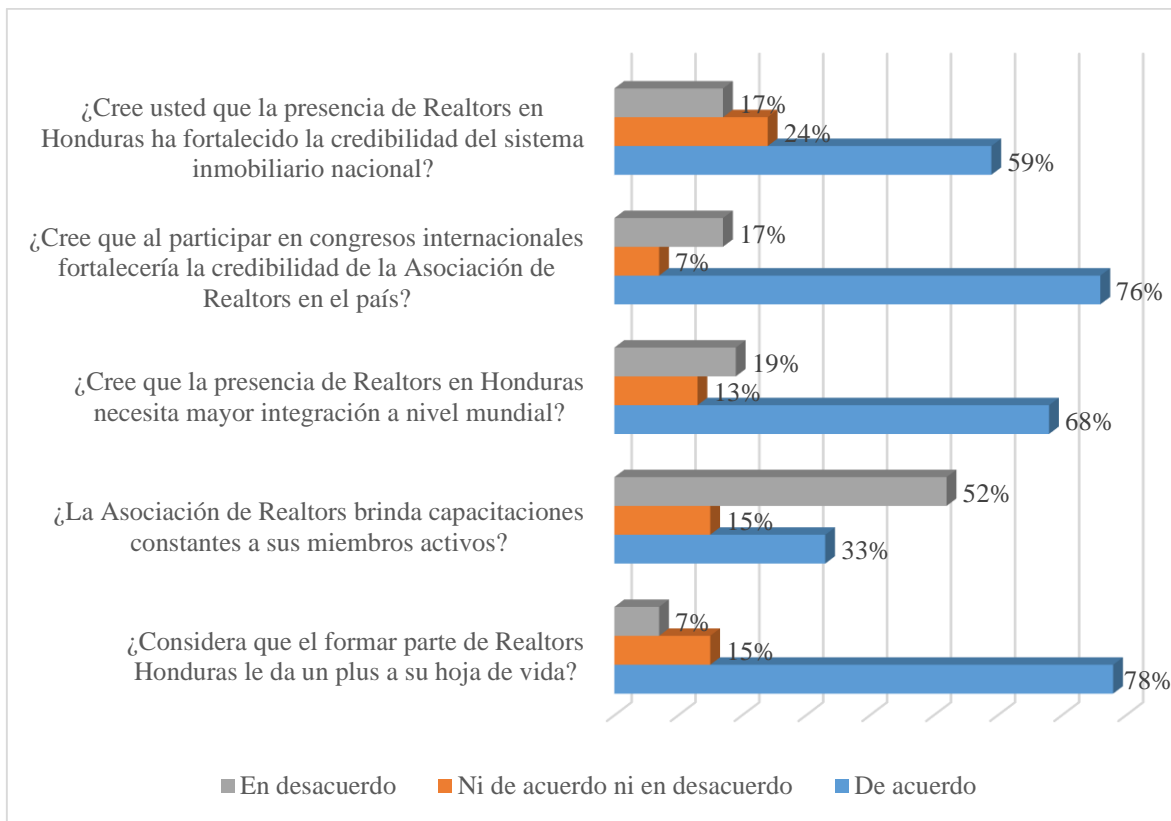


Figura 8: Indicadores de la variable Reconocimiento y Prestigio

La Fig. 8 muestra los resultados de cada indicador seleccionado para la recopilación de información, contando con la medición en escala de: En desacuerdo con lo propuesto, ni de acuerdo ni en desacuerdo y de acuerdo con lo propuesto.

De esta forma se encuentra que en definitiva, la presencia de Realtors en el país ha fortalecido la credibilidad del rubro en el país, cuya reputación está dañada por la omisión de las leyes que protegen al usuario final que es el comprador, teniendo una aceptación del 59%.

Además, el 78% concuerda en que ser un Agente Realtor le da ventaja en su hoja de vida, esto debido al reconocimiento de la Asociación a nivel internacional y la oportunidad de participar

en congresos internacionales que aporten técnicas de venta, leyes u otros elementos que faciliten el proceso de compra-venta de los bienes inmuebles.

También se obtuvo resultados que denotan que la Asociación debe tomar medidas en cuanto a una mayor integración de Realtors Honduras a la NAR de forma internacional, además de promover capacitaciones constantes, ya que únicamente el 33% está conforme con el grado actual de capacitaciones brindadas a los miembros activos de la Asociación.

4.4 PLAN DE SOCIALIZACIÓN DE LA NAR EN HONDURAS

Un plan de socialización/comunicación es el que pauta la estrategia de comunicación de una empresa para socializar sus productos o servicios al público objetivo, estableciendo un mensaje claro que logre un impacto y transmita información específica que aporte al logro de los objetivos de la empresa.

Para el desarrollo del mismo, se establecerán seis etapas: Contextualización, los objetivos del plan de comunicación, la definición del público objetivo, estrategia y mensaje de comunicación, las acciones que llevarán al cumplimiento de las etapas mencionadas y la medición o evaluación que se dará de forma continua para conocer el progreso y efectividad del plan de socialización.

4.4.1 CONTEXTUALIZACIÓN

La contextualización del plan de comunicación se basa en analizar el entorno externo e interno de la Asociación Nacional de Realtors en Honduras, conociendo la situación actual de los públicos a los que se dirigirá el plan en mención.

4.4.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Para realizar este análisis se establecerán cinco indicadores: Entorno político-legal, entorno social, económico, tecnológico y medio ambiental, dando a conocer la situación global y actual bajo la cual opera la Asociación Nacional de Realtors y el Sistema Inmobiliario en sí en Honduras.

4.4.1.2 ENTORNO POLÍTICO-LEGAL

Actualmente la credibilidad del sistema inmobiliario en Honduras se ha visto afectada en los últimos años por el alto índice de corrupción por parte de las entidades gubernamentales y sus representantes, lo que hasta la fecha ha imposibilitado la creación de una legislación propia de la NAR operante en el país, por lo que se rige por lo ya establecido por la Cámara Nacional de Bienes Raíces de Honduras, puesto que el Congreso Nacional se rehúsa a aprobar el proyecto de ley planteado por la NAR.

Otro de los factores influyentes en esto, es el protocolo para realizar cualquier tipo de inscripción o trámite de permisos, lo que retrasa la planificación de los proyectos que las agencias miembros de la NAR desean promover y sacar al mercado.

4.4.1.3 ENTORNO ECONÓMICO-SOCIAL

La economía en Honduras está constituida por población joven que constituyen el 44.0% de la Población Económicamente Activa (PEA) según estadísticas del Instituto Nacional de Estadísticas (INE). También es de información pública que la tasa de natalidad incrementa cada día, siendo los padres personas jóvenes comprendidas en su mayoría entre 14 y 25 años de edad.

Éstos indicadores son la raíz de la necesidad de un bien inmueble, puesto que cada 7 de 10 parejas/familias alquilan la vivienda en la que residen.

Del 44% de la PEA el 25% está desempleado, lo que a la vez constituye un riesgo para el rubro inmobiliario, pues la mora en los últimos años ha ascendido, provocando el endurecimiento y altas exigencias en las políticas internas de las distintas entidades que proveen financiamientos para un bien inmueble.

4.4.1.4 ENTORNO TECNOLÓGICO

La tecnología es una de las herramientas propias del siglo XXI, misma que ha facilitado la promoción o socialización de las entidades más importantes, poniendo información a disposición de cualquier persona natural y jurídica que la consulte.

Con esto también ha mejorado la infraestructura e instrumentos que facilitan el estudio de suelos, leyes, finanzas, etc., que brindan mayor credibilidad a cualquier proyecto.

A la vez, una de las herramientas más útiles para el rubro inmobiliario son los sistemas de localización y base de datos del sinap, ya que contando con la información del bien inmueble se conoce el estatus legal, estudios realizados al bien y otra información requerida para asesorar a los clientes y a los clientes para confirmar la veracidad de la información que el asesor inmobiliario le brinda.

4.4.1.5 ENTORNO MEDIOAMBIENTAL

En Honduras existen leyes que regulan la construcción de proyectos inmobiliarios, donde ya están catalogadas las zonas de alto riesgo, tanto social como ambiental, zonas propensas a desastres naturales, invasiones, así como distintos estudios de suelo y manejo de las energías y materiales renovables que no contribuyan al deterioro del medio ambiente.

Al cumplimiento de lo anteriormente mencionado se brinda un permiso de construcción, donde una vez dado la culpabilidad por algún mal estudio cae sobre la entidad que otorga el permiso, salvo casos en los que difícilmente se puede prever situaciones que dañen el bien inmueble y pongan en riesgo la vida de sus habitantes.

Además, se debe contar con la aprobación de la ENEE y SANAA, donde puedan proveer de sus servicios a la población que allí reside.

4.4.2 ANÁLISIS INTERNO

Actualmente la Asociación Nacional de Realtors en Honduras es mayormente conocida entre los miembros del rubro inmobiliario, encontrando discrepancias entre su aceptación o rechazo, ya que el desconocimiento de los principales beneficios y la falta de una estructura encargada de legislar y dar a conocer su prestigio y ventajas competitivas han provocado una baja afiliación de nuevos miembros a la NAR, así como un bajo alcance territorial, teniendo presencia únicamente en cuatro departamentos del país: Tegucigalpa, San Pedro Sula, Comayagua y Copán.

No se cuenta con un plan de socialización de la NAR, lo que imposibilita que los clientes conozcan sobre la misma y exijan como asesor a un Realtor.

4.4.3 ANÁLISIS FODA

El análisis FODA, muestra las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que posee la Asociación Nacional de Realtors en Honduras, mismo que integra lo referente a los miembros actuales y futuros de la NAR como también a los clientes que requerirán servicios de la asociación, resumidos en la Fig. 9:

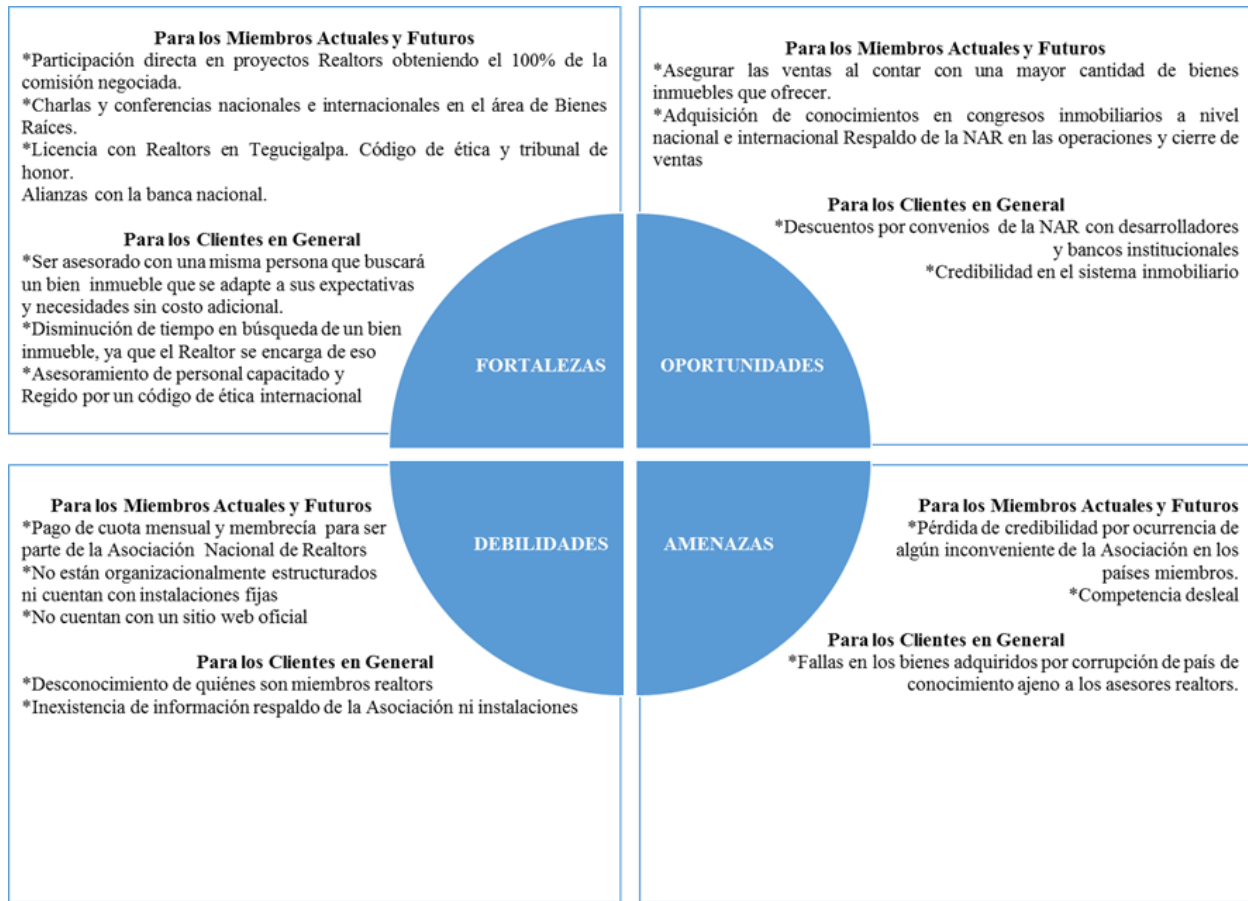


Figura 9: Análisis FODA de la NAR en Honduras

4.4.4 OBJETIVOS DEL PLAN DE SOCIALIZACIÓN

4.4.4.1 OBJETIVO GENERAL

Crear un plan de socialización estructurado que influya en el público objetivo de la NAR para fortalecer la integración del sistema inmobiliario en Honduras.

4.4.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir el proceso de socialización de la NAR para con los clientes y miembros prospecto.
- Promover la interacción de los clientes con la NAR.
- Posicionar a la NAR como una Asociación confiable y de prestigio a nivel nacional e internacional.

4.4.5 PÚBLICO OBJETIVO

La NAR tiene dos públicos objetivo: los miembros del rubro inmobiliario y los clientes potenciales de bienes raíces.

4.4.5.1 CLIENTES POTENCIALES

Todas las personas naturales o jurídicas que requieran de asesoría para alquiler, compra o venta de un bien inmueble.

4.4.5.2 MIEMBROS PROSPECTO

Todas las agencias inmobiliarias, desarrolladores inmobiliarios y agentes inmobiliarios independientes, así como toda entidad debidamente constituidas, registradas y autorizadas para transaccionar en el rubro y deseen formar parte de la Asociación Nacional de Realtors cumpliendo políticas y requerimientos internos y externos de la misma.

4.4.6 ESTRATEGIA Y MENSAJE DE COMUNICACIÓN

La estrategia de la implementación del plan de comunicación es plantear la experiencia de ser asesorado por un oficial Realtor, llenando las expectativas de los clientes encontrando un bien que satisfaga sus necesidades y se adapte a su presupuesto. Además de crear en los asesores inmobiliarios la necesidad de convertirse en Realtor para ampliar su cartera de bienes a ofertar y lograr el cierre de las ventas/alquileres.

Para lograr la estrategia se implementarán las siguientes tácticas:

- Creación de una página web oficial de la NAR en Honduras
- Lanzar publicidad a través de redes sociales
- Publicitarse en prensa escrita con publicidad compartida con las agencias inmobiliarias miembro de la NAR
- Unificar el Listado de Servicios Múltiple que contiene los inmuebles ofertados por los miembros de la NAR

El mensaje que se desea transmitir es que el ser asesorado por un Agente Realtor no tiene un costo adicional y optimiza el tiempo del cliente, además de estar informado y capacitado para brindar información real del estatus del bien, instituciones que podrían apoyarle con el financiamiento y propiedades que satisfagan sus necesidades y se adapten al presupuesto del cliente.

Creando la necesidad de Realtors en los clientes, se logrará atraer a los pertenecientes al rubro inmobiliario que a la fecha no apoyan la integración, de esta forma los agentes se beneficiarán con el cierre de ventas cuyas comisiones serán porcentuales al tipo de bien colocado, capacitándose constantemente y obteniendo prestigio y credibilidad tanto de la asociación como del rubro.

4.4.7 ACCIONES

Las acciones a tomar para alcanzar la integración soñada del sistema inmobiliario hondureño a la Asociación Nacional de Realtors son las siguientes:

- Estructuración de la NAR, creando un consejo de administración que se encargue de la administración y toma de decisiones
- Mantenimiento y actualización de la página web oficial de Realtors
- Envío de publicidad a través de correo electrónico a los clientes contenidos en las bases de datos de las agencias inmobiliarias miembros de la Asociación Nacional de Realtors en Honduras
- Organizar el catálogo de bienes inmuebles disponibles, dividiéndolos en: disponibles para renta y para venta

4.4.8 MEDICIÓN

La medición del progreso del plan de comunicación se revisará de forma trimestral de la siguiente forma:

- Test al cliente en el momento de cierre de venta, recabando información de si conoce qué es la NAR, medio por el que se dio cuenta y ventajas competitivas encontradas en el agente Realtor que le atendió.

- Informe sobre los nuevos miembros de la NAR en Honduras, realizando una encuesta que recabe información del medio por el cual descubrió la Asociación y los principales motivos que le incentivaron a unirse.
- Informe de ventas de los agentes Realtors, distinguiendo el porcentaje de ventas de bienes que no pertenecían a su agencia inmobiliaria contratante.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

- La falta de socialización de la NAR ha sido un factor influyente para que la integración del sistema inmobiliario hondureño no haya sido efectiva hasta la fecha, aunado a que los principales motivos por el cual han logrado captar miembros es por los beneficios monetarios y oportunidad de obtener más clientes, alejado de la alianza estratégica que busca la NAR.
- Las principales razones por las que los desarrolladores no comparten la integración de Realtors en Honduras es porque no se permiten vender bienes de quien consideran su competencia, suponen que pueden obtener beneficios y prestigio por sus propios medios, además de que no están de acuerdo con el código de ética internacional que rige a la NAR, aunado a tener discrepancias entre si realmente siguen los procesos ya establecidos por la CANABIRH.
- Los agentes inmobiliarios independientes son promotores de la integración del sistema inmobiliario hondureño a la NAR, ya que los beneficios monetarios, la coyuntura de bienes que antes no tenían a su alcance y les limitaba los cierres de venta, además de la oportunidad de capacitarse y ser reconocidos a nivel nacional e internacional han sido suficientes motivos para atraerles e incentivarles a ser miembros activos de la NAR.
- Realtors en Honduras no cuenta con un plan de comunicación que les permita dar a conocer los beneficios de la Asociación, lo que impacta y se refleja en la baja cobertura nacional que han logrado desde el 2013 a la fecha, además de que las personas que no están involucradas en el rubro inmobiliario también desconocen los beneficios de buscar asesoría de un agente Realtor, y de la seguridad y transparencia

5.2 RECOMENDACIONES

- Crear un sitio web oficial que permita a la Asociación Nacional de Realtors en Honduras mostrar los beneficios que ofrecen, conocer el prestigio alcanzado a nivel internacional, mostrar quiénes son los miembros activos y consolidar los inmuebles que tienen a disposición de los clientes, para que de esta forma tanto los que conocen del rubro inmobiliario como las personas en general conozcan la asociación y elijan un Realtor como asesor inmobiliario.
- Establecer un plan de compensación especial entre Realtors y Desarrolladores Inmobiliarios, de forma que ambas partes puedan alcanzar una mayor integración de procesos y fortalecer el sistema inmobiliario hondureño.
- Diferenciar beneficios para agentes inmobiliarios independientes, agencias inmobiliarias y desarrolladores, ya que cada segmento vela por sus intereses y éstos son diferenciados, por lo que esto brindaría la oportunidad de alcanzar la integración total del sistema inmobiliario hondureño a Realtors, de esta forma estandarizar los procesos que faciliten la compra-venta de inmuebles en el país.
- Crear un plan de comunicación de la Asociación de Realtors, definir un consejo de administración o jerarquización de la misma, de forma que la NAR destine presupuesto para publicitarse en redes sociales y prensa, aunado al sitio web oficial que también recomendamos, alcanzando mayor cobertura a nivel nacional y dando a conocer la Asociación a todas las personas, pertenecientes o no al rubro inmobiliario.

BIBLIOGRAFÍA

- Agents, R. O. (2016). *Realtors*. Obtenido de <http://www.bienesraices-honduras.com/>
- Bogdan, T. y. (1986). Obtenido de <http://es.slideshare.net/cajacdar/investigacion-cualitativa-14319935>
- COFINSA. (2010). *Rresumen del documento final política de vivienda y desarrollo urbano* . Tegucigalpa. Obtenido de <http://www.cofinsa.hn/pvdu.pdf>
- Constitución de la república, Capítulo IX, artículo 178 (1982).
- Denzin, L. y. (1994). Obtenido de <http://es.slideshare.net/cajacdar/investigacion-cualitativa-14319935>
- Explorable.com. (18 de Octubre de 2009). Obtenido de <https://explorable.com/es/muestreo-por-conglomerados>
- Jhonson, & Ownwuegbuzie. (2004). *Mixed Methods Research: A Research Paradigm Whose Time Has Come* (Los métodos de investigación mixtos: un paradigma de investigación cuyo tiempo ha llegado). Educational Researched.
- Ley de ordenamiento territorial. (2003). *Decreto no. 180-2003, Artpiculo 27*. Tegucigalpa.
- Martínez Aldana, A. (2009). *ADMINISTRACION INMOBILIARIA*. Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD. Bogotá: Copy Rigth. Obtenido de <http://datateca.unad.edu.co/contenidos/102806/102806%20EXE%20MODULO%20ACADEMICO/index.html>
- Pita Fernández, S. P. (27 de Mayo de 2002). *Investigación Cualitativa y Cuantitativa*. Obtenido de http://www.postgradoune.edu.pe/documentos/cuanti_cuali2.pdf
- RE/MAX Outstanding Agents, O. R. (2015). *¿Por qué usar los servicios profesionales de un realtor?* Obtenido de <http://www.bienesraices-honduras.com/>
- Realtors, A. (2013). *Reunión de trabajo Realtors*. Tegucigalpa.

Realtors, A. N. (31 de Julio de 2016). *REALTOR*. Obtenido de <http://www.bienesraices-honduras.com/>

Simón, I. J. (03 de agosto de 2016). Conociendo la Asociación de Realtors de Honduras. (L. G. Dubón, Entrevistador)

ANEXOS

ANEXO 1

Tabla 1. Población de la Asociación de Realtors de Honduras

Empresa	Contacto
Adkiere Bienes Raíces	Oscar Maldonado
Agente Independiente	Mauricio Avila
Agente Independiente	Jesse Massou
Agente Independiente	Nelson Zavala
Agente Independiente	Jorge Handal
Agente Independiente	Roque Garay
Agente Independiente	Carlos Jaar
Agente Independiente	Elena Silva
Agente Independiente	Wilson Rodriguez
Agente Independiente	Manuel Molina
Agente Independiente	Ingrid Izaguirre
Agente Independiente	Angel
Agente Independiente	Carlos Rodriguez
Agente Independiente	Hanna Sabat
Agente Independiente	Rey Wilfredo Godoy
Agente Independiente	Marco Rosa
Agente Independiente	Luis Andino
Amigos Bienes Raíces	Gonzalo Castillo
Asesor Externo Exclusivo	Stefania Cessi
Asesor Externo Exclusivo	María Del Carmen Zúñiga
Asesor Externo Exclusivo	Alejandra Aguilar
Avenpro	Susana Gonzalo
Bienes Raíces Eugénias	María Eugenia Solórzano
Bienes Raíces Rames	Norman Raudales
Bienes Raíces Rittenhouse	Fernando Montes
Bienes Raíces Trevol	Azucena Zepeda
Bmi	Fredy Gómez
Cenra	Melania Centeno
Cobinsa	María Lissette Barahona
Cobos Bienes Raíces	Jacobo
Concordia Bienes Raíces	Maura Navarro
Consultur	Eduardo Lewis

Edificah Bienes Raíces	Will Betancourth
El Mundo De Bienes Raíces	San Pedro Sula
Espacios	Javier Yanes
Ethel Bienes Raíces	Ethelinda Mejía
Excell Bienes Raíces	Excel
Fortaleza	Mayra Medina
Fyma	Mario Girón
Galex Bienes Raíces	Gabriela Rivera
Girón Y Asociados	Ana Girón
Grupo Alza	Sara Alvarado
Honduras Inmobiliaria	Juan Carlos Narvaez
Housemann Bienes Raíces	Jenny Rodriguez
Imc Corredores De Bienes Raíces	Copán
Infinito Bienes Raíces	Victor Hugo Laínez
In-Kasa	Roberto Moncada
Inmevi	Keyla Cubas
Inmobiliaria Villa Franca	
Inmovivienda	Lizzy Valladares
Inverprop	Nimer Gabrie
Ivonne Bienes Raíces	Ivonne Carranza
Kasamaria	Karla Navarro Vega
Maya Hn	Roberto Valladares
Mg Bienes Raíces	Mary
Novaterra	Gabriela Y Elena
Rubar Bienes Raíces	Leonora Rubio
Seacrhing Bienes Raíces	Ricardo Aguilera
Sinai Bienes Raíces	Choluteca
Tecon Bienes Raíces	Roberto Houghton
Urban	Juan Carlos Romero
Urbar Bienes Raíces	Comayagua

Fuente: (AEI, Asociación de Empresarios Inmobiliarios).

ANEXO 2 ENCUESTA



ENCUESTA

Buen día, somos pasantes de la Maestría en Dirección Empresarial de UNITEC y solicitamos su valioso apoyo completando la siguiente encuesta, ya que estamos desarrollando como investigación de tesis la Integración que ha logrado la Asociación de Realtors Honduras en el Sistema Inmobiliario del país.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta y responda con sinceridad, escribiendo abiertamente o seleccionando la opción que más se asemeje a su respuesta final.

Los resultados obtenidos se manejarán de forma confidencial, ya que esta investigación es desarrollada únicamente con fines de estudio y aporte al tema país.

1. ¿Por qué medio(s) se enteró de la existencia de la Asociación de Realtors en Honduras?

2. Actualmente forma parte de la Asociación de Realtors como miembro de Agencia Inmobiliaria o como Agente Inmobiliario Independiente?

_____ Miembro de Agencia Inmobiliaria

_____ Agente Inmobiliario Independiente

_____ No formo parte

3. **¿Considera que todo el sistema inmobiliario tiene conocimiento sobre la presencia de esta asociación en el país?**

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

4. **¿Cuál es su opinión con respecto a la presencia de la Asociación de Realtors en Honduras?**

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

**Justifique abiertamente su respuesta*

5. **¿Considera que el formar parte de Realtors Honduras le da un plus a su hoja de vida?**

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

6. **¿Considera que las actuales acciones de la Asociación de Realtors contribuirán a la expansión de la misma a nivel nacional?**

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

7. **¿Asiste a las reuniones mensuales de la asociación?**

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

8. ¿Qué beneficios le indujeron a formar parte de la Asociación de Realtors en Honduras?

9. ¿Conoce el plan de compensación que ofrece la asociación como reconocimiento a la comercialización de bienes inmuebles?

_____ De acuerdo
_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
_____ En desacuerdo

10. ¿Considera justa la distribución de comisiones que actualmente maneja la asociación?

_____ De acuerdo
_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
_____ En desacuerdo

11. ¿La Asociación de Realtors brinda capacitaciones constantes a sus miembros activos?

_____ De acuerdo
_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
_____ En desacuerdo

12. ¿Cree que la presencia de Realtors en Honduras necesita mayor integración a nivel mundial?

_____ De acuerdo
_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
_____ En desacuerdo

13. ¿Considera que el código de ética bajo el que se rige la Asociación de Realtors se acopla a la situación económica actual del país?

_____ De acuerdo
_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo
_____ En desacuerdo

14. ¿Cree que al participar en congresos internacionales fortalecería la credibilidad de la Asociación de Realtors en el país?

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

15. Como agente inmobiliario, ¿se siente respaldado por la Asociación de Realtors de Honduras?

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

16. ¿Cree usted que la presencia de Realtors en Honduras ha fortalecido la credibilidad del sistema inmobiliario nacional?

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

17. ¿Considera necesario una mayor publicidad de la Asociación para atraer más miembros?

_____ De acuerdo

_____ Ni de acuerdo ni en desacuerdo

_____ En desacuerdo

18. ¿Qué cambios considera necesarios para promover la aceptación e integración completa del sistema inmobiliario de Honduras a la Asociación de Realtors?

“Su sinceridad será la clave del éxito en el desarrollo de la presente investigación”

ANEXO 3. ENTREVISTA



ENTREVISTA

Buen día, somos pasantes de la Maestría en Dirección Empresarial de UNITEC y solicitamos su valioso apoyo completando la siguiente encuesta, ya que estamos desarrollando como investigación de tesis la Integración que ha logrado la Asociación de Realtors Honduras en el Sistema Inmobiliario del país.

Instrucciones:

Lea detenidamente cada pregunta y responda abiertamente con sinceridad. Los resultados obtenidos se manejarán de forma confidencial, ya que esta investigación es desarrollada únicamente con fines de estudio y aporte al tema país.

1. ¿Desde qué fecha está presenta la NAR en Honduras?

2. ¿Cuántos miembros son hasta ahora?

3. ¿De qué forma se publicitaron para darse a conocer?

4. ¿Qué factores considera que han influido en la aceptación o rechazo de la asociación?

5. ¿Cuáles son los beneficios, diferencias y ventaja competitiva de los Realtors?

6. ¿Poseen algún sitio web oficial u oficinas centrales? Si las hay, indicar cuáles son.

7. ¿Cuál es la población y muestra de los agentes de bienes raíces?

8. ¿Qué alcance ha obtenido la Asociación de Realtors a nivel nacional? ¿Cuál es la territorialidad obtenida hasta la fecha?

9. ¿Qué acciones considera necesarias para alcanzar la integración total del Sistema Inmobiliario Hondureño a la Asociación de Realtors en el país?

“Su sinceridad será la clave del éxito en el desarrollo de la presente investigación”

GLOSARIO

- **Agente Inmobiliario:** Es una persona física o jurídica que se dedica a prestar servicios de mediación, asesoramiento y gestión en transacciones inmobiliarias relacionadas con: la compraventa, alquiler, permuta o cesión de bienes inmuebles y de sus derechos correspondientes, incluida la constitución de estos derechos.
- **Agente Independiente:** Persona encargada de comercializar Bienes Inmobiliarios que no pertenece a una empresa inmobiliaria.
- **Inmobiliario:** Se refiere a aquello perteneciente o relativo a las cosas inmuebles.
- **Inmueble:** Es un bien que se encuentra unido a un terreno de modo inseparable, tanto física como jurídicamente.
- **Realtor:** Profesional autorizado en Bienes Raíces, con habilidades y conocimiento necesario para que el proceso de compra-venta se realice con transparencia.
- **Desarrollador:** Toda empresa encargada de diseñar y producir proyectos habitacionales y de uso comercial.