



**FACULTAD DE POSTGRADO**  
**TRABAJO FINAL DE GRADUACIÓN**

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA PÓLIZA DE SEGURO  
DE CLIENTES QUE ADQUIEREN PROYECTOS DE VIVIENDA  
EN TEGUCIGALPA 2019**

**SUSTENTADO POR:**

**EVELIN YAJAIRA SEVILLA MENDOZA**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE  
MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**TEGUCIGALPA, FRANCISCO. MORAZÁN, HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2019**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON ANTONIO BREVÉ REYES**

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DESIREE TEJADA CALVO**

**SECRETARIO GENERAL**

**ROGER MARTÍNEZ MIRALDA**

**DECANA DE LA FACULTAD DE POSTGRADO**

**CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE**

**GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN LA PÓLIZA DE SEGURO  
DE CLIENTES QUE ADQUIEREN PROYECTOS DE VIVIENDA  
EN TEGUCIGALPA 2019**

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

**ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS**

**ASESOR**

**MINA CECILIA GARCÍA LEZCANO**

**MIEMBROS DE LA TERNA:**

**HENRY OVIEDO**

**LEONARDO BANEGAS**

**MARÍAN CALIX**



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN CLIENTES QUE ADQUIEREN PROYECTOS DE VIVIENDA EN TEGUCIGALPA 2019**

**NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

**EVELIN YAJAIRA SEVILLA MENDOZA**

### **Resumen**

En la presente investigación, inicialmente se establece como formulación del problema, sobre el conocimiento de la póliza de seguros hipotecarios por parte de los clientes que han obtenido un préstamo para compra de vivienda. Se cuenta con el universo la ciudad de Tegucigalpa y un muestreo a conveniencia del investigador; y es banco Ficohsa quién se elige con criterio de selección; se establece un instrumento de investigación mediante una encuesta con preguntas cerradas a 150 personas; se tabulan los datos recolectados y se entregan los resultados; posteriormente de acuerdo a los hallazgos se realiza una propuesta de mejora; “Estrategia de socialización a los clientes sobre los seguros hipotecarios que ofrece Ficohsa; finalmente las conclusiones y recomendaciones.

Palabras claves: Conocimiento; Ficohsa; Póliza; Préstamo; Seguro hipotecario; Vivienda.



## **GRADUATE SCHOOL**

# **MANAGEMENT OF KNOWLEDGE IN THE POLICY INSURANCE IN CLIENTS THAT ACQUIRED HOUSING PROJECTS IN TEGUCIGALPA 2019**

**MASTER'S NAME:**

**EVELIN YAJAIRA SEVILLA MENDOZA**

### **Abstract**

In the present investigation, it's initially established, as a formulation of the problem, about the knowledge of the mortgage insurance policy by the clients that have obtained a loan for home purchase. The universe is the city of Tegucigalpa, and a sampling at the convenience of the researcher; It is, bank Ficohsa who is chosen with selection criteria; a research instrument is established through a survey with closed questions to 150 people.- The collected data is tabulated and the results are delivered; later, according to the findings, an improvement proposal is made; "Strategy of socialization to the clients on the mortgage insurance that Ficohsa offers; finally the conclusions and recommendations.

**Keywords: Knowledge; Ficohsa; Policy; Loan; Mortgage insurance; Living place.**

## **DEDICATORIA**

*A Dios por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por demostrarme día a día su amor incondicional e infinito.*

Evelin Yajaira Sevilla Mendoza

## AGRADECIMIENTO

*Quiero profundamente dar gracias a Dios por darme las fuerzas que he necesitado para culminar y haber alcanzado de manera exitosa esta meta, y vencer los obstáculos que se interponían en mi camino, pero gracias a tu luz yo seguía sin con anhelo y esperanza si desmayar.*

*Dios puso en mi camino a personas maravillosas que me ayudaron a culminar mi carrera y alcanzar un peldaño más como profesional,*

*A mi Familia, por estar conmigo alentándome;*

*A mis Catedráticos, por regalarme lo infinito de la sabiduría;*

*A mis compañeros de clases, por regalarme momentos inolvidables;*

*A Banco Ficohsa, por colaborar con la realización de la presente investigación;*

*A todos ellos, ¡muchas gracias!*

Evelin Yajaira Sevilla Mendoza

## ÍNDICE DE CONTENIDO

|  |           |
|--|-----------|
| <b>CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN .....</b> | <b>1</b>  |
| 1.1    INTRODUCCIÓN.....                                   | 1         |
| 1.2    ANTECEDENTES DEL PROBLEMA.....                      | 1         |
| 1.3    DEFINICIÓN DEL PROBLEMA.....                        | 5         |
| 1.4    OBJETIVOS DEL PROYECTO .....                        | 6         |
| 1.5    JUSTIFICACIÓN .....                                 | 7         |
| <b>CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>                     | <b>8</b>  |
| 2.1    ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....                | 8         |
| 2.2    CONCEPTUALIZACIÓN .....                             | 17        |
| 2.3    TEORÍAS DE SUSTENTO.....                            | 18        |
| 2.4    ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS PREVIAS .....              | 23        |
| <b>CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....</b> | <b>31</b> |
| 3.1    DISEÑO DE INVESTIGACIÓN .....                       | 31        |
| 3.2    MÉTODO DE INVESTIGACIÓN.....                        | 32        |
| 3.3    VARIABLES DE INVESTIGACIÓN .....                    | 32        |
| 3.4    DIAGRAMA SAGITAL .....                              | 32        |
| 3.5    TÉCNICAS E INSTRUMENTOS .....                       | 34        |
| 3.6    FUENTES DE INFORMACIÓN .....                        | 38        |
| <b>CAPÍTULO IV: RESULTADOS .....</b>                       | <b>40</b> |
| 4.1    DATOS OBTENIDOS .....                               | 40        |
| 4.2    APLICABILIDAD .....                                 | 57        |
| <b>CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....</b>     | <b>68</b> |
| 5.1    CONCLUSIONES.....                                   | 68        |
| 5.2    RECOMENDACIONES.....                                | 69        |
| <b>BIBLIOGRAFÍA.....</b>                                   | <b>71</b> |
| <b>ANEXOS.....</b>   | <b>75</b> |
| ANEXO 1. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTA).....      | 75        |
| ANEXO 2. COTIZACIÓN DE TRIFOLIOS .....                     | 77        |



|   |    |
|---|----|
| ANEXO 3. AGENCIAS Y SUCURSALES DE BANCO FICOHSA ..... | 78 |
| ANEXO 4. CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA .....    | 79 |
| ANEXO 5 TRIFOLIO .....                                | 80 |
| ANEXO 6 RESIDENCIAL CIUDAD DEL ÁNGEL .....            | 82 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |    |
|---|----|
| Tabla 1. Variables de investigación .....   | 32 |
| Tabla 2. Instituciones financieras de préstamos hipotecarios .....                            | 34 |
| Tabla 3. Matriz metodológica .....  | 36 |
| Tabla 4. Personas que cuentan con préstamo hipotecario .....                                  | 40 |
| Tabla 5. La cuota mensual del préstamo incluye el pago de seguro .....                        | 40 |
| Tabla 6. Edad.....  | 41 |
| Tabla 7. Estado civil.....  | 41 |
| Tabla 8. Tiempo de haber obtenido un préstamo para la compra de vivienda.....                 | 42 |
| Tabla 9. Conocimiento sobre el tipo de cobertura del seguro .....                             | 43 |
| Tabla 10. El cliente lee detenidamente todos los beneficios y exclusiones .....               | 44 |
| Tabla 11. El oficial de crédito explica claramente el seguro hipotecario.....                 | 45 |
| Tabla 12. El banco informa continuamente sobre las coberturas.....                            | 46 |
| Tabla 13. Pago del seguro hipotecario porque lo impuso el banco.....                          | 47 |
| Tabla 14. Ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda .....          | 48 |
| Tabla 15. Conocimiento a profundidad del seguro hipotecario que posee .....                   | 49 |
| Tabla 16. Las instituciones ofrecen información sobre la cobertura y exclusiones .....        | 50 |
| Tabla 17. Medios utilizados por la institución financiera para informar sobre el seguro ..... | 51 |
| Tabla 18 Edad: .....  | 52 |
| Tabla 19 Estado Civil:.....   | 52 |
| Tabla 20. Conoce muy bien sobre el seguro hipotecario que posee: .....                        | 52 |
| Tabla 21. Resultados Relación de Variables edad, estado civil, conocimiento .....             | 52 |
| Tabla 22 Sobre el seguro que usted paga ¿Sabe qué tipo de coberturas tiene?.....              | 53 |
| Tabla 23 Edad: .....  | 53 |
| Tabla 24 ¿Qué tiempo tiene de haber obtenido el préstamo para la compra de la vivienda? ..... | 53 |
| Tabla 25 ¿Usted ya ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda?..... | 54 |
| Tabla 26 Resultados Relación de Variables .....   | 54 |
| Tabla 27 ¿Qué medios utilizó la institución financiera para informarle sobre el seguro? ..... | 55 |
| Tabla 28 El oficial de crédito le explicó claramente sobre el seguro hipotecario.....         | 55 |
| Tabla 29 Resultados Relación de Variables .....   | 55 |
| Tabla 30. Programas utilizados para la producción de material publicitario .....              | 60 |

|   |    |
|---|----|
| Tabla 31. Formato para realizar el control y seguimiento de trifolios ..... | 62 |
| Tabla 32 Presupuesto de la propuesta .....                                  | 66 |

## **ÍNDICE DE FIGURAS**

|   |    |
|---|----|
| Figura 1. Mapa conceptual de teorías de sustento..... | 17 |
| Figura 2. Diagrama Sagital.....                       | 33 |

## **ÍNDICE DE GRÁFICOS**

|   |    |
|---|----|
| Gráfico 1. Tiempo de haber obtenido un préstamo para la compra de vivienda.....         | 42 |
| Gráfico 2. Conocimiento sobre el tipo de cobertura del seguro .....                     | 43 |
| Gráfico 3. El cliente lee detenidamente todos los beneficios y exclusiones .....        | 44 |
| Gráfico 4. El oficial de crédito explica claramente el seguro hipotecario .....         | 45 |
| Gráfico 5. El banco informa continuamente sobre las coberturas.....                     | 46 |
| Gráfico 6. Pago del seguro hipotecario porque lo impuso el banco.....                   | 47 |
| Gráfico 7. Ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda .....   | 48 |
| Gráfico 8. Conocimiento a profundidad del seguro hipotecario que posee .....            | 49 |
| Gráfico 9. Las instituciones ofrecen información sobre la cobertura y exclusiones ..... | 50 |
| Gráfico 10. Relación de variables .....   | 53 |
| Gráfico 11. Beneficios / medios / calidad de información .....                          | 54 |
| Gráfico 12. Medios / satisfacción de información .....                                  | 55 |

## **ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

|   |    |
|---|----|
| Ilustración 1. Trifolio, cara 1 .....                               | 62 |
| Ilustración 2. Trifolio, cara 2.....                                | 62 |
| Ilustración 3. Historial de secuencia anuncio de Tv.....            | 64 |
| Ilustración 4. Proceso de negocio de los oficiales de crédito ..... | 65 |

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

## **1.1 INTRODUCCIÓN**

En la presente investigación se dará a conocer el nivel de conocimiento que tienen los clientes que obtienen una póliza de seguros mediante la adquisición de un préstamo hipotecario, dicha investigación se fundamentará en análisis y datos recabados de cada uno de los clientes encuestados y charlas de profundidad recabadas por los oficiales de crédito.

En el mercado financiero en préstamos hipotecarios, se ofrecen seguros para que tengan un respaldo en caso de sufrir algún tipo de percance y estas coberturas no son muy bien conocidas por los clientes, dado que no se percatan con exactitud las condiciones que le ofrecen. Por lo general es información que está en letras pequeñas.

Se presenta en la presente investigación inicialmente el planteamiento del problema en donde se define los antecedentes y los objetivos para definir el causal de esta situación. – En el siguiente capítulo se realiza una investigación literaria, conceptualizando los términos actores.

## **1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA**

La compra de una vivienda es quizás, uno de los acontecimientos más relevantes para una persona o pareja familiar. Para poder hacerlo, la mayoría han tenido que pedir una hipoteca, entre ellas, la obligatoriedad de contratar seguros para aligerar el diferencial que, en algunos casos, llegaban a condicionar la concesión del préstamo hipotecario (Montserrat, 2014)

Hay básicamente tres tipos de seguros asociados a un préstamo hipotecario. Estos seguros pueden contratarse con cualquier compañía aseguradora, aunque las entidades de crédito suelen ofrecer, como parte de su oferta, los de las compañías con las que tienen acuerdos comerciales (Finanzas para todos, 2010). – Pero cuando el oficial de créditos del banco dice que “los seguros

son obligatorios”, se refiere a que es obligatorio contratarlos si se quiere que el banco apruebe la hipoteca. Cosa muy distinta a que sean obligatorios por ley. – En el caso de países europeos como en España “*Legalmente no hay ningún seguro obligatorio que deba contratar el cliente, ni el de hogar o incendios*” (Metlife, 2018); curiosamente, cuando dicen que es obligatorio legalmente contratar un seguro para el hogar cuyo beneficiario en primer lugar sea el banco, se olvidan de puntualizar que esta obligación legal es para que el banco pueda “venderla a un tercero y obtener liquidez. La nueva ley hipotecaria tiene como objetivo hacer este trámite más sencillo y transparente para el consumidor, además de terminar con algunas de las prácticas consideradas abusivas por parte del sector financiero (Martín Linde, 2018).

En Honduras la Comisión Nacional de Banca y Seguros (2014) ente supervisor en dictar las normas prudenciales que se requieran para la revisión, verificación, control, vigilancia y fiscalización de las instituciones supervisadas se basó en la legislación vigente y en los acuerdos y prácticas internacionales sobre los seguros en este tema para referir en su artículo 13 en el capítulo IV sobre la contratación independiente que “Los deudores asegurados incluidos en una póliza colectiva y que prefieran renunciar a ésta, podrán contratar el seguro de forma independiente con instituciones de seguros debidamente autorizadas para operar en el país ” (p.7)

Uno de los ejemplos emblemáticos de Tegucigalpa, fue la Ciudad del Ángel; es un proyecto habitacional que fue llevado a cabo con el dinero de un consorcio guatemalteco en sociedad con empresarios hondureños. Compuesto por viviendas de clase media, consta de 180 casas. Fue declarado inhabitable el 14 de julio de 2014, luego de que se vinieran abajo algunas casas de esa colonia residencial y fuera declarada en alerta roja por alto riesgo de deslizamiento, según expertos del Comité Permanente de Contingencias (COPECO) (Midence, 2016).

El muro esbelto (como lo llamaran los geotécnicos, cada vez que lo estudiaban) se fracturó por la fuerza que ejercía la tierra mojada sobre él, pues retenía el peso de tres bloques de casas y millones de litros de agua que se filtraban a través de los desagües naturales y a falta de salidas de vertientes construidas bajo estudio previo.

Legalmente solo es obligatorio que se firme un seguro hipotecario antiincendios, pero no se tiene por qué contratarlo con la entidad que conceda el crédito financiero, sino que se tiene libertad de elegir. - Sin embargo, esto podría hacer que el banco deniegue la hipoteca o empeore las condiciones de financiación. - Pero ha existido sorpresas, que por la falta de la información que los solicitantes de préstamo tienen sobre, cuáles son los beneficios que se les otorgan exactamente en el tema de seguros y la disyuntiva entre: Seguro de deuda; Seguro de Vida; y Seguro del Inmueble por siniestro, incendio e inundación.

Solo el nombre le quedo de “angelical” al ambicioso proyecto habitacional “Ciudad del Ángel”. - Muchas penurias y sufrimiento pasaron las personas quienes confiaron su futuro, su dinero, sus sueños a una empresa que el contubernio con autoridades municipales y de gobierno se robaron la ilusión de miles de familias.

¿Cuál era el sueño? Parejas jóvenes, que esperaban ver crecer a sus familias en un ambiente de seguridad o adultos jubilados que esperaban disfrutar sus días en el precioso lugar. El sueño se derrumbó, el cerro se cayó, las casas tronaban y la gente lloraba.

Inicialmente las viviendas presentaban fisuras pequeñas que cada cliente iba reparando, pero a medida del tiempo dichos daños se volvieron irreparables, los asegurados de la Residencial, en su momento buscaron ayuda de la Alcaldía, interpusieron denuncia a la empresa

contractura y hasta última instancia fueron a las diversas Compañías de seguros.

Cuando los asegurados interpusieron su reclamación ante las aseguradoras, se analizó la reclamación, se llegó a inspeccionar las viviendas y de acuerdo a las coberturas de la póliza, que, en ese momento solo tenía coberturas generales o también se les llama líneas aliadas son:

- Incendio y/o rayo.
- Terremoto.
- Temblor y/o erupción volcánica.
- Caída de cenizas y/o arena volcánica.
- Caída de naves.
- Huracán, tifón, tornado, y vientos tempestuosos.
- Inundación

Los daños que presentaban las viviendas eran a consecuencia de asentamientos del terreno, es por ello que todas las compañías rechazaron los reclamos, porque en la póliza no tenían cobertura, es allí donde los asegurados interpusieron el reclamo en el usuarios financiero ante la CNBS, los integrantes del ente regulador verificaron cada uno de los expedientes y la póliza y llegaron a una conclusión que todas las compañías estaban rechazando los reclamos de acuerdo a ley y al contrato de seguros.

Es allí donde la CNBS decidió emitir una circular la 033/2014 donde detalla que: Únicamente para pólizas de prestatarios, se tendrá la cobertura de las líneas aliadas adicional a:

- Derrumbe total del bien asegurado y/o derrumbe parcial.
- Deslaves, movimientos de tierra, deslizamientos, hundimientos sin importar sus

causas.

- Filtración de aguas lluvias y/o aguas negras.

Y es a partir de la segunda cobertura anterior se le dio amparo a los daños que las viviendas tenían en Residencial Ciudad del Ángel. Todas las compañías aseguradoras del país indemnizaron las viviendas como pérdida total. - Muchos de los medios de comunicación categorizan el proyecto como un fracaso, (Midence, 2016). Las imágenes de las pérdidas totales de las viviendas se pueden ver en anexo 6.

### 1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

A continuación, se describe el enunciado del problema, la formulación del problema y las preguntas de investigación como componentes del proceso para desarrollar el estudio.

#### 1.3.1 Enunciado del problema

El problema de investigación entonces se centra precisamente en determinar a partir del análisis de los modelos existentes y de los resultados que al solicitar un préstamo hipotecario, de entre las muchas dudas que surgen aparece siempre un tema de forma recurrente: cuestiones relacionadas con los seguros vinculados a la hipoteca; y si los solicitantes de préstamos hipotecarios tienen el conocimiento pleno de las coberturas y exclusiones que tienen en los seguros vinculados a su oferta de crédito hipotecario en Tegucigalpa.

Siendo esto una oportunidad de negocios para las instituciones involucradas; de hecho, es claro que de acuerdo a la intención de que sea otorgado el préstamo, históricamente es aceptado, aunque no lo encuentren atractivo; desconociendo o ignorando que existen opciones distintas (como usar su propio corredor de seguros), sin embargo, los bancos siguen poniendo en su publicidad los seguros que hay que contratar si se quiere la hipoteca y, si no se contratan, simple



y llanamente pueden denegar la financiación, dilatando o ralentizando la agilidad del préstamo.

Por considerarlo que no es costumbre general la lectura en detalle sobre la vinculación del seguro; se busca y se considera el problema de investigación, que tanto se informan los clientes y que claridad hay entre las coberturas y exclusiones.

### 1.3.2 Formulación del problema

¿Cuál es la gestión del conocimiento en la póliza de seguro de clientes que adquieren proyectos de vivienda en Tegucigalpa 2019?

### 1.3.3 Preguntas de investigación

1. ¿Qué conocimiento poseen los clientes sobre la información que se les ofrece de las coberturas y exclusiones en los seguros hipotecarios?
2. ¿Qué mecanismos existen para informar a los clientes sobre los seguros hipotecarios?
3. ¿Qué medios de información utilizó la institución financiera a los clientes sobre su seguro hipotecario?

## 1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

### 1.4.1 Objetivo general

Determinar la gestión del conocimiento en la póliza de seguro de clientes que adquieren proyectos de vivienda en Tegucigalpa 2019.

### 1.4.2 Objetivos específicos

1. Analizar el conocimiento que poseen los clientes sobre la información de las coberturas y exclusiones en los seguros hipotecarios.

2. Determinar en una muestra no probabilística que porcentaje de clientes poseen la información sobre su seguro hipotecario.
3. Identificar que medios de información utilizó la institución financiera a los clientes, sobre su seguro hipotecario.

## 1.5 JUSTIFICACIÓN

Esta investigación, ofrece información fundamental para determinar el nivel de conocimiento que tienen los clientes sobre las coberturas o exclusiones que posee el seguro que ofrecen las instituciones financieras en los préstamos hipotecarios; además, advertirá la mala costumbre de no leer los textos en letra pequeña que curiosamente contiene información valiosa que se debe tener muy en cuenta.

El desarrollo de esta tesis contribuirá con un método en donde se pondrá a prueba técnicas de recolección de datos mediante un instrumento de investigación, facilitando para la toma de decisiones que es lo que se debe fortalecer en la cultura en general de los consumidores de estos productos financieros y se ofrecerá finalmente, un aporte de realización sistemática y práctica para subsanar los hallazgos problemas que se encuentren. De acuerdo a un proceso establecido de etapas de ejecución; en donde se involucrarán a los actores que intervienen durante el proceso de gestión de la adquisición del préstamo.

El beneficio será para la institución financiera Ficohsa Seguros que hace aportes generales de experiencias en sus operaciones en los años anteriores próximos. La gestión de conocimiento que se involucra para este trabajo comprende procesos, personas, comunicación y cultura.

## **CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO**

En este apartado de marco teórico, los siguientes dos capítulos, se desarrolla inicialmente conceptualizando términos y referenciando las teorías de estudio, en contexto de la gestión de préstamos y seguros hipotecarios de las instituciones financieras en el mundo y en la localidad. Finalmente, la contextualización sobre la institución financiera Banco Ficohsa en estudio.

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

#### **2.1.1 Macroentorno**

Para conocer la situación sobre el comportamiento en otras esferas se presenta una breve reseña del Macroentorno sobre el tema de cobertura en Seguros Hipotecarios.

##### **2.1.1.1 La nueva era dorada de Arabia Saudita**

Arabia Saudita ha experimentado cambios notables en los últimos 30 años, en las dimensiones económica, social y demográfica. Y para ello es necesario establecer un marco para expandir su mercado de capitales como así también supervisar la transición de una economía manejada desde el sector público a otra dominada por el sector privado, alineada a los planes de privatizar las corporaciones del gobierno. - En el periodo 2004-2007 se han establecido 56 compañías de inversión y 12 bancos comerciales. Y la expansión continuará (Erb, 2008).

Los créditos al sector privado tienden a recuperarse luego de la caída del mercado de valores en 2006, especialmente los no relacionados con la industria petrolera. Además, los bancos deberían también beneficiarse con la rápida expansión del mercado de las hipotecas. La sanción de la ley de hipotecas durante este periodo agregará mayor claridad al marco legal. Otros asuntos tales como el sector de desarrollo, el registro de la propiedad, un marco regulatorio y la ausencia de suficiente financiación de largo plazo, impulsarán un crecimiento rápido para la

financiación de hogares mucho antes de que las barreras mencionadas sean superadas (Erb, 2008).

#### 2.1.1.2 Las hipotecas en España las más baratas en el mundo

La crisis económica y su impacto en la capacidad de los consumidores para repagar sus créditos para la compra de vivienda han generado numerosas críticas al modelo hipotecario español. Sin embargo, el sector financiero defiende su eficiencia y recuerda cómo ha permitido el acceso a la vivienda en propiedad a amplias capas de la sociedad y a un precio y en unas condiciones más favorables que en otros países (ABC, 2017).

El 83% de las familias del país tienen su vivienda en propiedad, muy por encima de Reino Unido y Estados Unidos, en torno al 70%, Holanda (50%), Alemania (algo más del 40%) y Suiza (38%), entre otros mercados desarrollados, según datos recopilados por el informe «Comparativa internacional de la oferta de productos hipotecarios», elaborado por la asociación hipotecaria estadounidense.

Esa mayor tasa de vivienda en régimen de propiedad frente al alquiler se explica en primer lugar por un factor cultural por el que los consumidores españoles prefieren la compra de la vivienda, ya que representa el hogar y el patrimonio personal (ABC, 2017). Otro, que el tratamiento y los incentivos fiscales en la declaración de la renta en nuestro país siempre han primado la adquisición sobre el arrendamiento (ABC, 2017).

En España, bancos y cajas ofrecen a sus clientes la oportunidad de contratar un seguro para garantizar el pago de su hipoteca en caso de pérdida de empleo o incapacidad temporal, pero su suscripción no es obligatoria.

Por otro lado, aunque el Banco de España recomienda que los préstamos se ajusten a unas

determinadas reglas -aconseja que no se concedan préstamos por encima del 80% del valor de la tasación de la vivienda o que la duración de éstos no sea excesiva-, al final cada entidad aplica su propia política y fija sus baremos de riesgo (ABC, 2017). - Como contrapunto, en España la media de duración de los préstamos para la adquisición de vivienda se sitúa en 20 años en el caso de los bancos y en 23 en el de las cajas, alrededor del doble que en Canadá, y en torno a un 98% del saldo vivo está vinculado a un tipo variable, lo que expone más la capacidad de pago de los titulares de una hipoteca al ciclo económico (Esteso, 2009).

#### 2.1.1.3 Seguros hipotecarios en EE. UU.

Como la informática ha invadido el mundo financiero americano, recogen la posibilidad de que, por error, se haya vendido o cedido una hipoteca, relativa a una deuda que ya estaba pagada, y de ahí el embargo o ejecución de una hipoteca sobre una vivienda cuya hipoteca estaba cancelada por pago o que nunca había sido hipotecada (López, 2010).

López (2010) atribuye el error a la negligencia de los “notaries” (distintos de los notarios latinos) y de los jueces americanos, dado que por lo que parece, el notary lleva a cabo, en muchos casos, una simple legitimación de firma, sin presencia personal de los interesados, y el juez despacha ejecución sin más, dada la sobrecarga de trabajo que tiene. (López, 2010).

#### 2.1.1.4 El sistema hipotecario de Canadá

Mientras las entidades de todo el mundo luchan a contracorriente por contener las elevadas tasas de morosidad generadas por la actual crisis y por recomponer los balances rebosantes de activos tóxicos, el sistema financiero de Canadá respira tranquilo (Esteso, 2009).

Los seguros de crédito obligatorios y unos estrictos criterios en la concesión han blindado el sector bancario del país. La mora no ha superado el 1% en los últimos 20 años. - La estructura del mercado hipotecario canadiense, basado en un sistema híbrido entre el control público y

privado, parece haberse convertido por tanto en una posible solución de futuro (Esteso, 2009).

El mercado hipotecario en la mayoría de los países está sujeto a ciclos, que habitualmente registra picos muy fuertes. En Canadá, sin embargo, la obligatoriedad del seguro de crédito hipotecario cuando el importe del préstamo es superior al 80% del valor de tasación y la legislación que establece (Esteso, 2009).

## **América latina**

### **2.1.1.5 Crédito hipotecario en Latinoamérica**

Gracias a una mayor estabilidad económica, una caída de las tasas de interés y una disminución en la inflación, los países latinoamericanos lograron reducir la vulnerabilidad de sus sistemas financieros. Así, de manera progresiva y con un fuerte apoyo por parte del Estado, las diferentes entidades bancarias incrementaron sus esfuerzos para desarrollar y extender los servicios de crédito hipotecario a los hogares de menores recursos. - La mayor estabilidad económica de la región y la activa participación del Estado incrementaron considerablemente el número de créditos hipotecarios (Reporte Inmobiliario, 2016).

### **2.1.1.6 Panamá y Chile: Los mejores posicionados**

Además del apoyo estatal obtenido para el desarrollo del sector, Chile y Panamá cuentan con un sistema financiero eficiente que les permite ofrecer los servicios de financiamiento hipotecario a buena parte de la población en los distintos niveles socioeconómicos.

En Chile, según un informe publicado por el BBVA, gracias a los altos niveles de ingreso de los consumidores, durante el primer semestre de 2011 se produjo una creciente demanda de créditos para la financiación de la compra de viviendas, que pudo ser atendida a través del aumento y la flexibilización de la oferta de préstamos hipotecarios.

Estos factores, sumados a las bajas tasas de interés reales que han promediado el 4% luego de la crisis internacional, han provocado un flujo de créditos hipotecarios de aproximadamente US\$ 312 millones mensuales. De esta manera, en el 2011 la participación de los créditos hipotecarios en el producto bruto interno (PBI) chileno se ubicó en torno al 17%. (Reporte Inmobiliario, 2016).

En la actualidad Chile busca tener una buena evaluación del riesgo en su cartera crediticia lo hace de la siguiente forma:

Evaluaciones individuales y grupales. La evaluación individual de los deudores es necesaria cuando se trata de empresas que por su tamaño, complejidad o nivel de exposición con la entidad se deben conocer integralmente, (...). Las evaluaciones grupales se emplean para abordar un alto número de operaciones cuyos montos individuales son bajos, y en las que es posible establecer características homogéneas para un grupo de deudores o créditos (Ferrufino, 2014).

- En Panamá, el otorgamiento de este tipo de préstamos representó más del 21% del total del PBI, según los últimos datos disponibles al 2009.
- Su estabilidad macroeconómica, un saludable balance financiero y el desarrollo alcanzado en el sistema crediticio a largo plazo, han logrado que el financiamiento hipotecario sea sostenible, siendo rentable para los acreedores y viable para los deudores.
- Cifras de la Superintendencia de Bancos de Panamá revelan que los desembolsos para préstamos hipotecarios durante el 2011 fueron de aproximadamente US\$ 1660 millones, arrojando un promedio mensual de US\$ 138 millones.

#### 2.1.1.7 Brasil y Perú: Crecimiento formidable

Si bien el financiamiento hipotecario con relación al PBI en Latinoamérica no alcanza valores como los de Estados Unidos o Gran Bretaña - cuyos porcentajes de participación rondan el 75% y 85% respectivamente- la evolución financiera de gran parte de los países latinoamericanos se muestra alentadora (Reporte Inmobiliario, 2016).

#### 2.1.1.8 Sistemas hipotecarios en Centroamérica

Según cifras de la Superintendencia General de Seguros (Sugese), entre 2017 y 2018 el gasto per cápita de los costarricenses en seguros aumentó ligeramente en 1,8%, al pasar de \$248 a \$252. - Tomás Soley, jerarca de la Sugese, explicó Nacion.com que "... el aumento fue menor al reportado desde la apertura – 9% de promedio anual–, porque ocurrió en una coyuntura de menor crecimiento de la economía y en medio de la discusión de la reforma fiscal." (Centroamérica Data, 2018).

Añade el artículo que "... El 75% del total de pólizas vendidas corresponde a productos de seguros voluntarios, es decir, aquellos donde el mercado está en competencia. - Respecto a lo que se espera en el mercado asegurador centroamericano para 2019, Fitch Ratings pronostica que se registrará un alza de 6,1% a nivel regional, crecimiento que estaría fundamentado en comportamiento de los mercados de Panamá, Costa Rica y Guatemala (Centroamérica Data, 2018).

Por su parte, el rubro de patrimonio de los bancos registró un crecimiento de 11,7%. Las utilidades mostraron un crecimiento de apenas 3,7% al comparar el primer semestre de 2015 con el mismo período del año anterior. En total se generaron US\$1.770 millones en ganancias en los primeros seis meses, y solamente 21 de las 190 entidades contempladas en el ranking obtuvieron



pérdidas (Summa, 2015).

#### 2.1.1.9 Mercado de seguros hipotecarios en Guatemala

Según cifras presentadas por la Asociación Guatemalteca de Instituciones de Seguros (AGIS), entre 2017 y 2018 el monto de primas suscritas en el país pasó de \$881 millones a \$907 millones (Central América Data, 2018).

Según la gremial de aseguradores el aumento en los ingresos del sector es explicado en parte por el dinamismo registrado en la cartera de seguros de vida y el de gastos médicos. - Para 2019 las empresas aseguradoras del país prevén que podrían alcanzar un crecimiento de 8% en todos los ramos, en comparación a lo reportado durante 2018 (Central América Data, 2018).

#### **Conclusión final sobre el macro entorno**

Todas las entidades que otorgan créditos hipotecarios tienen la capacidad de contratar seguros a nombre de sus clientes para proteger el objeto del crédito. - Los seguros que deben tomarse obligatoriamente para un crédito hipotecario son el seguro de incendio, que asegura el inmueble, y el seguro de desgravamen, que asegura el saldo no pagado de la deuda en caso de fallecimiento del deudor

Por último, están los seguros de cesantía, que cubren hasta 6 dividendos en caso de quedarte sin trabajo (dependiendo de la institución). Sin embargo, puedes contratar el seguro.

#### 2.1.2 Microentorno

La Comisión Nacional de Bancos y Seguros tiene como objetivo fomentar que las instituciones del sistema financiero, cuenten con una gestión de riesgos de crédito adecuada al tamaño de su negocio y a la complejidad de sus operaciones y servicios, por lo cual a través de

los acuerdos de Basilea se establece un porcentaje del 10% de índice de adecuación de capital y es basado en ponderación de activos sobre riesgos para hacerle frente a cualquier problema financiero.

Es importante llevar una buena gestión del riesgo crediticio con su normativa respectiva, la cual su objetivo es: Establecer los principios, criterios generales y parámetros mínimos que las instituciones del sistema financiero deberán observar en el diseño, desarrollo y aplicación de su programa de gestión de riesgos de crédito e inversiones, el cual debe incluir desde la definición del mercado objetivo hasta la recuperación de los créditos, con el fin de mantener adecuadamente evaluado el riesgo de crédito (Seguros, 2011).

### 2.1.3 Empresas de seguros hipotecarios de Honduras

Se presenta las empresas financieras que ofrecen servicios de seguros hipotecarios acreditados en La Cámara Hondureña de Aseguradores (CAHDA) es una asociación sin fines de lucro, que está integrada por doce compañías legalmente autorizadas para operar en el país. Sus objetivos son los propios de una asociación interesada en el desarrollo del sector asegurador hondureño y de mejorar los beneficios a los consumidores.

Como órgano representativo del sector asegurador hondureño, recopila datos relativos al funcionamiento de los diferentes ramos del seguro con el fin de llegar a formar una estadística de experiencia, además cuenta con un programa de capacitación para el fortalecimiento del recurso humano de sus afiliadas a través del desarrollo de seminarios avanzados en seguros.

1. Assa.
2. Seguros Atlántida.
3. Seguros Banrural.

4. Seguros Crefisa.
5. Davivienda Seguros.
6. Equidad.
7. Ficohsa Seguros.
8. Seguros Lafise.
9. Mapfre.
10. Pan American Life.
11. Seguros Del País. (CAHDA, 2017).

#### 2.1.4 Ficohsa Seguros.

##### 2.1.4.1 Reseña Histórica.

La compañía fue creada bajo el nombre de “Compañía de Seguros Interamericana S. A.” en 1957, ofreciendo una serie de productos en el ramo de seguros y fianzas. Tras una trayectoria modesta, la Compañía de Seguros Interamericana, S. A. es adquirida por el Grupo Financiero Ficohsa el 1 de enero de 1996, pero se cambia su razón social a la de Interamericana de Seguros, S. A., uniendo de esta manera, la experiencia de casi 40 años de trabajo con el dinamismo y calidad de servicio que caracteriza al Grupo Financiero Ficohsa. (Ficohsa Seguros, 2013).

A partir de ese momento, se integró a un proceso de desarrollo que abarca todas las áreas de la compañía contando con el apoyo de talento humano altamente calificado y dedicado a la consecución de metas y objetivos en base a un sólo compromiso: la satisfacción total de sus asegurados. – En el año 2002, se convirtió en la primera compañía aseguradora en el mercado hondureño en someterse a una calificación internacional, en base a los estados financieros al

cierre del año mencionado.

En febrero del 2010, Grupo Financiero Ficohsa consolida su actuar bajo una sola marca: FICOHSA. Es así que todas las empresas miembros del grupo, responden al mismo nombre por lo que Interamericana de Seguros, S.A. se convierte en Ficohsa Seguros (Ficohsa Seguros, 2013).

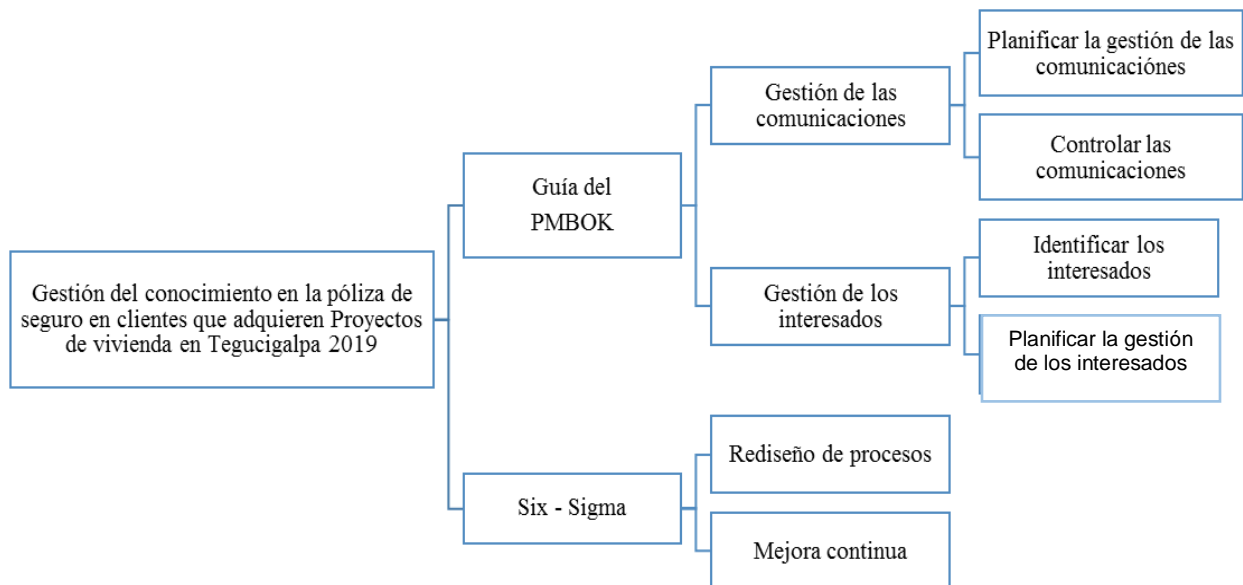
#### 2.1.4.2 Servicios que ofrece Ficohsa Seguros

- a. Seguro de personas
- b. Seguros de Auto
- c. Seguros de daños
- d. Fianzas / Cotización de seguros

## 2.2 CONCEPTUALIZACIÓN

### 2.2.1 Mapa conceptual

Se presenta en la ilustración # 1 el mapa conceptual de las teorías de sustento de la investigación



**Figura 1. Mapa conceptual de teorías de sustento**

Fuente: Elaboración propia

## 2.3 TEORÍAS DE SUSTENTO

Se presenta en detalle las bases teóricas de la presente investigación y su seguimiento posterior y son:

1. Guía PMBOK
2. Six sigma

### 2.3.1 Guía PMBOK

¿Qué es y para qué sirve PMBOK?

La guía del PMBOK es un instrumento desarrollado por el Project Management Institute (o PMI), que establece un criterio de buenas prácticas relacionadas con la gestión, la administración y la dirección de proyectos mediante la implementación de técnicas y herramientas que permiten identificar un conjunto de 47 procesos, distribuidos a su turno en 5 macro procesos generales (EAE Business School, 2017).

Los cinco macroprocesos identificados en la guía del PMBOK, y atenderemos a las 10 áreas de conocimiento que el PMI considera como aspectos clave en la dirección de proyectos empresariales.

#### 2.3.1.1 La guía PMBOK y la gestión de proyectos

PMBOK son las siglas de Project Management *Body of Knowledge*, y la realización de su guía es, como decíamos, responsabilidad del *Project Management Institute* (PMI). Publicada en 2013 por la editorial del PMI, goza de un reconocimiento internacional en lo que a estándares de gestión, administración y dirección de proyectos se refiere (EAE Business School, 2017).

Tomada frecuentemente como manual de buenas prácticas, las alusiones y remisiones a la

guía del proyecto PMBOK son tan universales como necesarias en el ámbito de la dirección y la gestión de proyectos, un ámbito que en el PMBOK se presenta como la convergencia de dos aspectos fundamentales: macro procesos, que agrupan todos los procesos y las actividades implicadas en proyectos estandarizados, y áreas de conocimiento, es decir, aquellos aspectos clave cuya consideración debe intervenir en cada uno de los macro procesos establecidos (EAE Business School, 2017).

#### 2.3.1.2 Los macro procesos de la guía PMBOK

La guía PMBOK identifica 5 macro procesos en los que se incluyen los 47 procesos estándares que intervienen en cualquier proyecto:

1. Inicio: conformado por 2 procesos menores, cuyo fin es definir un nuevo proyecto o una nueva fase de ejecución del mismo, y obtener la autorización necesaria para llevarlo a cabo.
2. Planificación: este macro proceso, incluye 24 procesos destinados a la concreción y el establecimiento de objetivos, y al diseño de las estrategias más adecuadas para lograr su consecución.
3. Ejecución: incluye 8 procesos implicados en el correcto desempeño, acorde a la estrategia adoptada, de las actividades definidas en el proyecto para la consecución de los fines establecidos.
4. Control y monitorización: once procesos se inscriben en este macro proceso, todos ellos relacionados con la supervisión y la evaluación del desempeño del proyecto.
5. Cierre: último macro proceso, formado por dos procesos menores, que cierra el

proyecto en su totalidad o alguna fase del mismo refiriendo el grado de aceptación y la satisfacción con el resultado obtenido.

#### 2.3.1.3 ¿Qué es el enfoque del PMI?

Como avanzábamos, en cada uno de estos macro procesos intervienen 10 aspectos clave o áreas de conocimiento, que en la guía PMBOK se enuncian y describen del siguiente modo:

1. Integración: área directamente relacionada con la dirección de proyectos. Establece los criterios para la correcta gestión, administración y coordinación de los distintos procesos y actividades implicadas.
2. Alcance: determina el alcance del proyecto, definiendo todos y cada uno de los procesos y las actividades que se hallan implicados.
3. Tiempo: gestión del tiempo de ejecución de los procesos implicados en el proyecto, y monitorización del mismo, con el fin de cumplir los plazos establecidos.
4. Costes: gestión de los costes del proyecto y control de los mismos para mantenerlos dentro de su presupuesto inicial.
5. Calidad: determina responsabilidades en los resultados de las actividades y los procesos implicados en el proyecto y en sus fases, y establece las políticas de calidad a las que debe remitirse la evaluación de dichos resultados. Sobre esta área tan fundamental, es altamente recomendable la lectura de la guía Las 7 herramientas de calidad imprescindibles, disponible completamente gratis en nuestro apartado de recursos.
6. Recursos humanos: gestión y dirección del/los equipos humanos implicados en el

proyecto o en cada una de sus fases concretas.

7. Comunicaciones: área responsable de la gestión y la administración de los mecanismos, las informaciones, las vías y las estrategias de comunicación entre las distintas estructuras y áreas internas del proyecto, así como de la elaboración de la información sobre el mismo orientada al exterior.
8. Riesgos: atiende a la detección, gestión y solución de los riesgos implicados en cada uno de los procesos y fases de los mismos.
9. Adquisiciones: área de gestión de procesos de compra de bienes, estructuras, herramientas o servicios externos a los equipos implicados en el proyecto.
10. Stakeholders: se refiere a la gestión de los interesados o posibles inversores, a la correcta administración de las expectativas generadas con el proyecto y a la definición de las posibilidades de intervención en el mismo por parte de terceros (EAE Business School, 2017).

### 2.3.2 Six Sigma

Six Sigma es una estrategia de mejora continua que busca identificar las causas de los errores, defectos y retrasos en los diferentes procesos de negocio, enfocándose en los aspectos que son críticos para el cliente.

La estrategia Seis Sigma se basa en métodos estadísticos rigurosos que emplean herramientas de calidad y análisis matemáticos, ya sea para diseñar productos y procesos o para mejorar los ya existentes. Esta estrategia requiere que se optimicen las salidas del proceso mediante un enfoque en las entradas y procesos involucrados. Matemáticamente esto se describe mediante la siguiente ecuación:



$$Y = f(x)$$

Esto se expresa como Y es una función de x; donde Y es una variable dependiente de una salida del proceso, un efecto o síntoma que hay que monitorear y x son variables (Gómez & Barrera, 2011).

En el ámbito empresarial, las organizaciones han utilizado diferentes enfoques de la calidad para satisfacer las necesidades de los clientes y garantizar que los productos cumplan con especificaciones técnicas. Dentro de los enfoques, se consideran: el control estadístico de calidad, el sistema de gestión ISO, el Seis Sigma, entre otros (Herrera Acosta & Fontalvo Herrera, 2000).

El Seis Sigma es una técnica que utiliza herramientas de gestión de calidad y estadística para reducir la variación en los procesos y productos, y busca aumentar la satisfacción de las necesidades de los clientes y disminuir los costos de operación. Generalmente es utilizada por grandes compañías a escala mundial por los cambios en la dirección, los procesos, la cultura organizacional y las inversiones que implica su implementación como filosofía de negocio.

Otro elemento importante a considerar es que la literatura comúnmente describe los aspectos generales y casos de éxito del Seis Sigma, sin considerar factores de éxito y fracaso en su implementación en empresas de diferentes sectores y tamaños y elaborar el estado del arte y las tendencias del Seis Sigma respecto a sus metodologías, enfoques de utilización, beneficios y factores críticos de éxito y fracaso que faciliten su implementación en el ámbito empresarial y motiven investigaciones alrededor del tema.

Finalmente, se puede indicar que el artículo se divide en tres partes: la primera parte considera las generalidades del Seis Sigma; en la segunda, se presentan el estado del arte y las

tendencias, y finalmente, en la tercera, se presentan las conclusiones y recomendaciones que se obtienen (Gómez & Barrera, 2011).

#### 2.3.2.1 Generalidades del Seis Sigma

A continuación, se describen conceptos básicos y objetivos del Seis Sigma, incluyendo herramientas y metodologías que permiten su implementación en organizaciones de manufactura y servicios, cuando éstas desarrollan actividades de diseño y mejora.

Six Sigma intenta alcanzar un nivel de la calidad tal en los procesos que reduzca la cantidad de defectos y minimice su variabilidad, lo cual permite efectuar mejoras de desempeño planificadas y aumentar la eficiencia.

Por su parte, Fontalvo (2000) la define como una herramienta que articula el uso de diferentes técnicas propias de la gestión de la calidad, el control estadístico y el diseño de experimentos que, combinadas con la medición del desempeño de procesos, permite centrarse en mejoras focalizadas o de toda la organización; de esta manera se puede impactar en la reducción de costos de operación y aumentar la rentabilidad (Herrera Acosta & Fontalvo Herrera, 2000).

Six Sigma no solo puede ser considerado como un proyecto de mejora, sino también como una metodología que contribuye al desarrollo de metodologías basadas en la planificación, y enfocadas a la obtención de resultados en los procesos de producción y servicios.

## 2.4 ANÁLISIS DE METODOLOGÍAS PREVIAS

### 2.4.1 Seguro hipotecario

Hay básicamente tres tipos de seguros asociados a un préstamo hipotecario. Estos seguros pueden contratarse con cualquier compañía aseguradora, aunque las entidades de crédito suelen ofrecer, como parte de su oferta, los de las compañías con las que tienen acuerdos comerciales

(Finanzas para todos, 2010).

1. Seguro de daños sobre el inmueble hipotecado: cuando se concede un préstamo hipotecario, la entidad de crédito puede exigir la contratación de un seguro contra daños por un importe igual al valor de tasación del inmueble (excluido el valor del suelo, que no es asegurable) (Finanzas para todos, 2010).

Este seguro tiene por finalidad indemnizar, a la persona que aparece como asegurado, normalmente el propietario, de los posibles daños que pueda sufrir el inmueble hipotecado, por determinadas causas (incendio, daños por agua, etc.) establecidas en el contrato de seguro. En este caso, la entidad de crédito tiene derechos sobre la indemnización que pueda percibir el asegurado, ya que si el inmueble que actúa como garantía de cobro para la entidad de crédito se destruyese, dicha garantía desaparecería, por lo que la existencia de un seguro de daños sobre el bien evita esta situación.

No obstante, lo más habitual es que el seguro contenga, además de la cobertura de daños al inmueble (continente), otras garantías, como la de daños que puedan sufrir los bienes que se encuentran dentro de la vivienda (contenido); la responsabilidad civil del propietario, o la defensa jurídica, entre otras. Estos seguros son conocidos comercialmente como seguros “multirriesgo de hogar”, ya que contienen múltiples garantías relacionadas con daños que pueden afectar a la titularidad de un bien inmueble. Respecto a las indemnizaciones que el propietario pueda recibir por razón de estas últimas coberturas, la entidad de crédito no tiene ningún derecho derivado del contrato de seguro.

2. Seguros de amortización de préstamos: Los seguros de amortización de préstamos son seguros de vida, que se caracterizan porque el asegurador asume el pago de la cantidad pendiente de amortizar del asegurado-prestatario, si ocurre alguna de las

contingencias previstas en el contrato de seguro (fallecimiento o, en su caso, invalidez) antes de haber satisfecho la totalidad de la deuda (Finanzas para todos, 2010).

Dentro de los seguros de amortización de préstamos podemos distinguir dos tipos:

- a. Aquellos en los que el capital a pagar por la entidad aseguradora coincide con la cantidad adeudada del préstamo, por lo que aquél disminuye conforme se amortiza el préstamo y el plazo de cobertura del seguro es idéntico al del préstamo.
- b. Aquellos en el que el importe a pagar en caso de que se produzca el fallecimiento, o la invalidez, permanece inalterable a lo largo de todo el periodo de duración del contrato de seguro. En estos casos, la entidad aseguradora pagará a la entidad de crédito la cantidad pendiente de amortizar y el exceso, al resto de personas designadas como beneficiarias en la póliza (Finanzas para todos, 2010).

En consecuencia, este seguro protege a la entidad de crédito ante el posible impago del prestatario debido a su muerte o incapacidad.

En el mercado asegurador también se comercializan seguros cuyo objetivo es permitir cumplir las obligaciones del deudor con respecto al préstamo hipotecario, con carácter temporal. Se conocen con el nombre comercial de “seguros de protección de pagos/préstamos” y se suelen comercializar de forma independiente, o como coberturas adicionales dentro de un seguro de amortización de préstamos de los mencionados en el apartado anterior.

Estos seguros garantizan en caso de desempleo o incapacidad temporal del asegurado, el

pago a la entidad de crédito, mientras dure esta situación, de un número máximo de cuotas mensuales del préstamo.

#### 2.4.2 Seguros contra daños

Los seguros contra daños pueden ser seguros contra daños en las cosas o seguros patrimoniales. Estos últimos son los que protegen el patrimonio de las personas en general, por ejemplo, contra las responsabilidades en que puedan incurrir o en el caso de pérdidas económicas, según las coberturas contratadas y recogidas en la póliza (Finanzas para todos, 2010).

En los contratos de seguros contra daños en las cosas el objeto asegurado no es un elemento personal sino un elemento material, recayendo el interés sobre cosas concretas y determinadas:

##### 2.4.2.1 Los principales seguros de daños en las cosas son:

- a. Seguro de incendio: En el seguro contra incendios el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos en la ley y en la póliza, a indemnizar los daños producidos por incendios en el objeto asegurado.
- b. Seguro de robo: Por el seguro de robo el asegurador se obliga a indemnizar, dentro de los límites establecidos por la Ley y por la póliza, los daños derivados de la sustracción ilegítima por parte de terceros de las cosas aseguradas.
- c. Seguros de daños por agua (Finanzas para todos, 2010)

##### 2.4.2.2 Los principales seguros patrimoniales son:

- a. Seguro de responsabilidad civil: A través de este contrato de seguro el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos por la Ley y por la póliza, a cubrir el

riesgo del nacimiento, a cargo del asegurado, de la obligación de indemnizar a un tercero los daños y perjuicios causados por un hecho previsto en el contrato, de cuyas consecuencias sea civilmente responsable el asegurado.

- b. Seguro de defensa jurídica: Es el seguro por el que el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos en la ley y en la póliza, a hacerse cargo de los gastos en que pueda incurrir el asegurado como consecuencia de su intervención en un procedimiento administrativo, judicial o arbitral, y a prestarle los servicios de asistencia jurídica judicial y extrajudicial derivados de la cobertura del riesgo.
- c. Seguro de pérdidas pecuniarias diversas: Es aquel por el cual el asegurador se obliga, dentro de los límites establecidos por la Ley y por la póliza, a indemnizar al asegurado por la pérdida del rendimiento económico que hubiera podido alcanzarse en un acto o actividad de no haberse producido el siniestro descrito en el contrato.

Dentro de estos seguros contra daños hay que destacar los seguros sobre la vivienda y sobre los vehículos, los cuales comprenden varias de las coberturas anteriormente enumeradas:

- a. Seguro multirriesgo del hogar: Es el contrato de seguro a través del cual se cubren los daños causados a la vivienda, a los bienes que se encuentran en ella, así como otros riesgos que pueden afectar a su titularidad. Se caracterizan por incluir, en un mismo contrato una variedad de coberturas que afectan a la titularidad de una vivienda, como son incendio, daños por agua, robo, responsabilidad civil, pérdidas pecuniarias, defensa jurídica, etc. En estos seguros se distingue entre continente y contenido del inmueble (Finanzas para todos, 2010).

- b. Continente: lo constituyen los elementos fijos del edificio o vivienda, es decir, instalaciones, paredes, cañerías, instalación eléctrica, ventanas, suelos, sanitarios, garajes y trasteros, así como la parte proporcional que corresponda de las zonas comunes del edificio o la urbanización. No obstante, en la póliza para saber si un elemento se considera continente o contenido.
- c. Contenido: conjunto de mobiliario y pertenencias que sean propiedad de los asegurados. En la mayoría de las pólizas, en caso de siniestro, se valoran los bienes por el valor que tenían en el momento anterior al siniestro, no por el coste que supone comprarlos nuevos. Normalmente se imponen limitaciones al capital asegurado sobre todo para dinero en efectivo, joyas y objetos de valor (Finanzas para todos, 2010).

### 2.4.3 Fiscalidad de los seguros de vida

#### 2.4.3.1 Fiscalidad de las aportaciones o primas satisfecha

Las aportaciones a cualquier seguro de vida no gozan de ninguna deducción, ni minoración en la base imponible del IRPF, con la excepción de los PPA, cuyas primas se consideran una reducción de los rendimientos del trabajo, hasta determinados límites (Finanzas para todos, 2010).

#### 2.4.3.2 Fiscalidad de las prestaciones en los seguros de vida

Una figura protegiendo con un paraguas con el símbolo de la AEAT a una familia.

Las prestaciones derivadas de un contrato de seguro pueden ser objeto de diferentes impuestos, dependiendo de la contingencia producida y de los elementos personales del mismo.

#### 2.4.4 Contingencias

El objetivo de los Planes de Pensiones es acumular un capital a largo plazo para cubrir cualquiera de las siguientes contingencias:

- a. Jubilación: Acceso efectivo a la jubilación en el régimen de Seguridad Social correspondiente, ya sea a la edad ordinaria, anticipada o posteriormente.
- b. Incapacidad laboral del partícipe: Incapacidad permanente total para la profesión habitual, absoluta y permanente para todo trabajo o gran invalidez, según los criterios de la Seguridad Social.
- c. Fallecimiento del partícipe o beneficiario: Puede dar derecho a prestaciones de viudedad, orfandad o a favor de otras personas designadas.
- d. Dependencia severa o gran dependencia: Cuando, por pérdida de autonomía mental o física, se necesita la asistencia continua de otra persona para realizar actividades básicas de la vida diaria.
- e. Cuando se produce cualquier de estas contingencias, el beneficiario tiene derecho a recibir una prestación, que es compatible con las prestaciones y pensiones públicas a las que pudiera tener derecho (Finanzas para todos, 2010).

#### 2.4.5 Oficial de créditos

El Analista de Crédito y Cobranza también conocido como oficial de crédito, asesor de crédito y ejecutivo financiero en Nicaragua, Perú y Ecuador respectivamente, ha cobrado mucha relevancia en los últimos 10 años, debido a su participación directa e importante en la rentabilidad de las entidades microfinancieras y financieras. - Es por ello que es necesario darle un espacio y tiempo para conocer su definición, funciones, perfil, salario y con qué término lo



suelen denominar en otros países (Microfinanzas Global, 2017).

Posteriormente evalúa la capacidad y voluntad de pago del cliente para determinar la viabilidad del crédito, además de la administración, seguimiento, cobranza y recuperación del crédito. - Definitivamente es la imagen y recurso principal de la entidad de microfinanzas, ya que es quien capta el principal activo que es la colocación de créditos, y quien controla los indicadores de morosidad dependiendo del nivel de evaluación de los créditos otorgados (Microfinanzas Global, 2017).

A pesar de los esfuerzos en los últimos años de las entidades de microfinanzas de implementar sistemas de “scoring” para la calificación crediticia de los clientes, es menester mencionar que no se reemplazará el trabajo de campo, ya que hay información relevante que un sistema no refleja, y que el analista es capaz de detectar en trabajo de campo (Microfinanzas Global, 2017).

#### 2.4.6 Beneficiario de seguros hipotecarios

Cuando se contrata un seguro de vida para casos de muerte, el beneficiario es la persona designada por el asegurado para recibir el pago de la prestación asegurada en caso de fallecimiento.

Hay que tener en cuenta que cualquier persona puede tener la condición de beneficiario de un seguro de vida, puesto que es el asegurado que lo designa, independientemente de que tenga relación de parentesco con el asegurado o no. - El principal objetivo de contratar un seguro de vida es asegurar un capital para cubrir las situaciones inesperadas y garantizar la tranquilidad económica al asegurado y a sus familiares (Punto Seguro, 2018).

#### 2.4.7 Cobertura de seguros

Sinónimo de protección. Obligación principal del asegurador que consiste en hacerse cargo, hasta el límite de la suma asegurada, de las consecuencias económicas que se deriven de un siniestro (Mapfre, 2016).

#### 2.4.8 Crédito financiero

Es aquel que se consigue a través de las entidades financieras o bancarias, es decir, mediante préstamos y líneas de crédito. Mientras, el crédito comercial es aquel que ofrecen las empresas a las demás empresas, a través de líneas de crédito particulares (Impulsa Popular, 2014).

En el marco teórico se abordó la conceptualización de términos y demás temas relevantes sobre el tema, la contextualización sobre la institución financiera Banco Ficohsa expuesta parcialmente por las políticas de confidencialidad que posee dicha institución bancaria.

### **CAPÍTULO III: METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos de este trabajo tales como el enfoque, población, muestra, diseño de la investigación, los instrumentos a utilizar y la técnica para la recolección de datos.

#### 3.1 DISEÑO DE INVESTIGACIÓN

La investigación es de tipo descriptivo, en este caso se define la investigación de tipo no experimental, es decir, mediante este tipo de diseño se analiza cuál es el nivel, estado o la presencia de una o diversas variables en un momento dado.

Se evalúa una situación, comunidad, evento, fenómeno o contexto en un punto del tiempo y se ubica cuál es la relación entre un conjunto de variables en un momento determinado. - También se destaca el hecho que la información se recolecto en una única oportunidad, por lo tanto, la investigación se trató de tipo no experimental con corte transversal o transeccional.

### 3.2 MÉTODO DE INVESTIGACIÓN

#### 3.2.1 Enfoque de la investigación:

Se implementará un enfoque de investigación mixto, ya que se elementos cuantitativos y cualitativos para realizar el trabajo de investigación. - Según (Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista Lucio, 2014)

Se guía por áreas o temas de investigación, utiliza la recolección y análisis de los datos para afinar las preguntas de exploración o revelar nuevas interrogantes en el proceso de interpretación; el alcance es de tipo descriptivo y transversal, es decir que se describen los hechos en su forma natural en periodo de tiempo dado (Hernández Sampieri et al., 2014).

### 3.3 VARIABLES DE INVESTIGACIÓN

Se presentan las variables dependientes e independientes de la investigación, para definir con claridad los principales elementos a tener presente al momento del trabajo de campo.

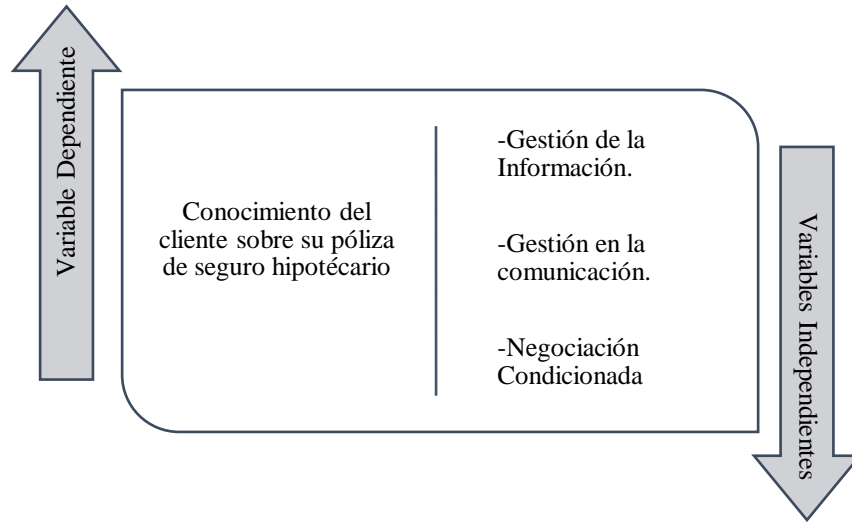
**Tabla 1. Variables de investigación**

| Dependiente   | Independiente  |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocimiento del cliente sobre su póliza de seguro hipotecario.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de la información.</li> <li>• Gestión en la comunicación.</li> <li>• Negociación condicionada.</li> </ul> |

Fuente: Elaboración propia

### 3.4 DIAGRAMA SAGITAL

El diagrama sagital enfocado en la relación que tienen las variables



**Figura 2. Diagrama Sagital**

Fuente: Elaboración propia

### 3.4.1 Población

La población a la cual se dirige esta investigación gira en torno a las 37 instituciones financieras en préstamos hipotecarios que operan en la ciudad de Tegucigalpa; y que ofrecen a la vez seguros hipotecarios incluidos; ya sean propios o de otra entidad en alianza. - La definición de la Población: según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) en la encuesta de hogares (LIV Encuesta Permanente de Hogares de Propósitos Múltiples, junio 2016), se ha estimado que se cerraron 1,350 préstamos hipotecarios (INE, 2016).

Entre las instituciones que ofrecen préstamos hipotecarios y con seguro a toda persona natural o jurídica que lo solicite; existen: Bancos, cooperativas, y empresas financieras; se contabilizan 37 en total; que cubren el distrito central y alrededores.

En la tabla #2 se desglosan las instituciones de acuerdo a su sistema de operación o rubro

que están orientados:

**Tabla 2. Instituciones financieras de préstamos hipotecarios**

| Institución  | Cantidad  |
|--------------|-----------|
| Bancos       | 15        |
| Financieras  | 12        |
| Cooperativas | 10        |
| Total        | <b>37</b> |

Fuente: Elaboración propia

#### 3.4.2 Muestra

La técnica de muestreo utilizada en el estudio es no probabilística y de tipo muestreo por conveniencia del investigador; ya que las instituciones financieras, tienden a controlar su información de manera confidencial, dentro de sus políticas de operación; es por ello que se elige con criterio de selección y acceso a una institución bancaria, siendo Banco Ficohsa.

Actualmente, Banco Ficohsa cuenta con 17 proyectos certificados, de los cuales se identifica que, 249 personas tienen préstamos hipotecarios en la actualidad, para la compra de vivienda; es por ello, que, a conveniencia del investigador, se aplicará la encuesta a 150 personas en los diversos proyectos; representando el 60.2% de la población total de ese ente financiero, y un 11.1% del total, respecto de los datos ofrecidos por el INE en el año 2015.

### 3.5 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

#### 3.5.1 Técnicas

En este apartado se detallan las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos y aplicarlos en este estudio, se han incluido las herramientas y técnicas más convenientes para responder a las preguntas de investigación y de esta manera lograr los objetivos de la investigación.

### 3.5.2 Instrumentos

#### 3.5.2.1 Encuesta

La encuesta se realizó según los indicadores y categorías que arrojó la operacionalización de las variables, que están directamente relacionados con las variables independientes. – Entre ellas son:

- Conocimiento
- Estrategia de información
- Consumidor selectivo con competencias

Se redactaron de manera que respondan con preguntas cerradas para poder cuantificar los resultados. El detalle de la encuesta elaborada se puede ver en anexo 1.

### 3.5.3 Matriz metodológica

La matriz metodológica es una herramienta que brinda la oportunidad de abreviar el tiempo dedicado a la investigación, su utilidad permite organizar las etapas del proceso de la investigación de manera que desde el principio exista una congruencia entre cada una de las partes involucradas en dicho procedimiento.

**Tabla 3. Matriz metodológica**

| Nombre   | Preguntas de investigación   | Objetivos  |  | Variables   |                            |
|--|--|--|--|---|----------------------------|
|  |  | General  | Específico   | Dependiente   | Independientes             |
| Gestión del conocimiento en la póliza de seguro de clientes que adquieren Proyectos de vivienda en Tegucigalpa 2019. | ¿Qué tipo de información brinda el oficial de crédito al cliente sobre las coberturas y exclusiones en los seguros hipotecarios? | Determinar la gestión del conocimiento en la póliza de seguro de clientes que adquieren proyectos de vivienda en Tegucigalpa 2019. | Analizar el conocimiento que poseen los clientes sobre la información de las coberturas y exclusiones en los seguros hipotecarios. | Conocimiento del cliente sobre su póliza de seguro hipotecario. | Gestión de la Información  |
|  | ¿Qué mecanismos existen para informar a los clientes sobre los seguros hipotecarios?   |  | Determinar en una muestra no probabilística que porcentaje de clientes poseen la información sobre su seguro hipotecario.          |   | Gestión en la comunicación |
|  | ¿Qué porcentaje de clientes utilizaron a un corredor de seguros o institución distinta en su préstamo hipotecario?               |  | Identificar que medios de información utilizó la institución financiera a los clientes, sobre su seguro hipotecario.               |   | Negociación condicionada   |

Matriz metodológica (continuación)

| Variables                  | Definición                 |  | Dimensiones o unidades de medición | Indicadores                                | Categorías                            |
|----------------------------|----------------------------|--|------------------------------------|--|---------------------------------------|
|                            | Conceptual                 | Operacional                                    |                                    |  |                                       |
| Gestión de la Información  | Calidad de información     | Eficiencia                                     | Controles y evaluaciones           | Alto, medio bajo                           | Conocimiento                          |
| Gestión en la comunicación | Mecanismos                 | Efectividad en la transmisión de conocimientos | Medios de comunicación             | Grado de conocimiento con escala de Likert | Estrategia de información             |
| Negociación condicionada   | Canales<br>Diversificación | Producto en paquete combo                      | Porcentaje                         | Porcentaje                                 | Consumidor selectivo con competencias |

Fuente: Elaboración propia

En este proceso que se inicia con la definición de las variables en función de factores estrictamente medibles, a los que se les llama indicadores (Ferrer, 2010).



### 3.6 FUENTES DE INFORMACIÓN

Para el desarrollo de la investigación, se utilizaron dos diferentes tipos de información. Estas fuentes fueron las primarias y secundarias, las cuales se describieron de la siguiente manera:

#### 3.6.1 Fuentes primarias

La información primaria que se utilizó para esta investigación fue la recolección de datos por medio de 150 encuestas, que se realizaron en la ciudad de Tegucigalpa, a clientes de los proyectos de vivienda que han sido financiados por Banco FICOHSA.

Según Malhotra (2004), las fuentes primarias son aquellas que contienen información nueva u original; son la información resultante de forma inmediata de la investigación.

#### 3.6.2 Fuentes secundarias

Las fuentes secundarias son consideradas como aquellas que contienen datos o informaciones reelaborados. Normalmente son consideradas porque hacen referencia a documentos primarios y permiten organizar la información de los mismos de tal manera que provea a los usuarios una mayor accesibilidad.

Para Malhotra (2004), las fuentes secundarias son el resultado del análisis de las fuentes primarias; la información resultante del proceso analítico- sintético de la información contenida en los documentos primarios. En esta investigación se utilizaron fuentes secundarias como libros, textos, resúmenes estadísticos de Banco FICOHSA, artículos de internet, y bases de datos del INE.

Aquí concluye la información vertida en el presente Capítulo de Metodología; a continuación, se presenta en el siguiente capítulo los resultados de los datos recolectados en el

trabajo de campo realizado.

## CAPÍTULO IV: RESULTADOS

Se ha aplicado la encuesta a diversas personas que han adquirido vivienda mediante préstamo hipotecario en varios proyectos certificados que actualmente Ficohsa está financiando, por ejemplo: Residencial las Casitas, Residencial Santa Cruz, Residencial Laureles del Real, residencial Villa San Rafael, Altos de la Venecia. A continuación, se enlistan los hallazgos encontrados a través del trabajo de campo en clientes sobre la gestión del conocimiento en la póliza de seguro de proyectos de vivienda en 2019.

### 4.1 DATOS OBTENIDOS

#### 4.1.1 Tiene en la actualidad un préstamo hipotecario con una institución financiera

**Tabla 4. Personas que cuentan con préstamo hipotecario**

| Si   | No | TOTAL |
|------|----|-------|
| 150  | 0  | 150   |
| 100% | 0% | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

Las personas a las que se les aplicó la encuesta, forman parte de la cartera crediticia de Ficohsa; es así que, en el resultado se refleja que las 150 personas encuestadas, actualmente tienen préstamo con la entidad financiera con el objetivo de poder adquirir su vivienda.

#### 4.1.2 ¿En la cuota mensual incluye el pago de seguro?

**Tabla 5. La cuota mensual del préstamo incluye el pago de seguro**

| Si   | No | TOTAL |
|------|----|-------|
| 150  | 0  | 150   |
| 100% | 0% | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

Como parte del producto financiero “préstamo hipotecario” por instrucciones del ente regulador de las empresas financieras la OABI; el pago del seguro, ya está incluido en su cuota mensual. Es por ello que el 100% de las personas encuestadas contestaron que si les incluía. Cuando se adquiere un préstamo de vivienda el seguro médico y el seguro de daños va junto con éste (que en este caso es una póliza de incendio y/o rayo).

#### 4.1.3 Edad

**Tabla 6. Edad**

| De 21 a 35 años | De 36 a 50 años | De 51 en adelante | TOTAL |
|-----------------|-----------------|-------------------|-------|
| 69              | 48              | 33                | 150   |
| 46%             | 32%             | 22%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

La población económicamente activa está conformada en su mayoría por personas jóvenes, que buscan tener un patrimonio propio y cuentan con muchas aspiraciones y deseos de superación, en cuyos casos un proyecto de vida es poder adquirir una vivienda.

Es así que se puede evidenciar que el 46% de la muestra encuestada, oscilan entre la edad de 21 a 35 años, considerando que son más jóvenes; se les facilita poder obtener un préstamo hipotecario, porque la probabilidad de vida es mayor.

Una persona joven es más escasa la posibilidad que padezca de enfermedades incurables.

#### 4.1.4 Estado civil

**Tabla 7. Estado civil**

| Soltero | Casado | TOTAL |
|---------|--------|-------|
| 62      | 88     | 150   |
| 41%     | 59%    | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

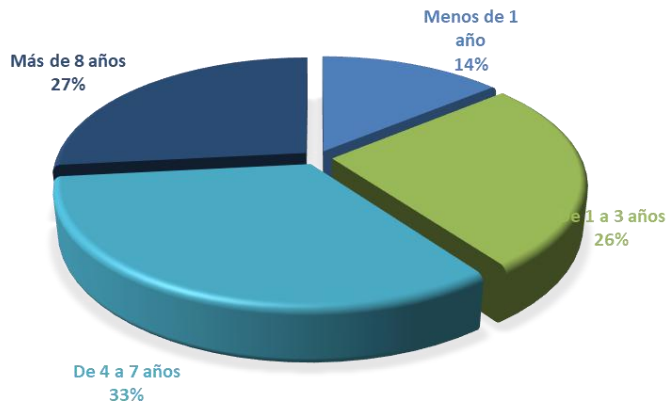
El 59% de la muestra encuestada, son personas casadas, porque un proyecto de vivienda es más factible cuando se hace entre dos; es por eso que, la mayoría de los aspirantes buscan obtener un préstamo mancomunado con su pareja; y es con el objeto de adquirir un financiamiento más amplio y más factible el pago del mismo.- La situación económica del país obliga que, si las personas tienen un trabajo estable, ellos puedan compartir los gastos y entre ellos está poder financiar una vivienda con la suma del salario de ambos, para poder equilibrar tanto los ingresos como egresos que realicen.

#### 4.1.5 ¿Qué tiempo tiene de haber obtenido el préstamo para la compra de la vivienda?

**Tabla 8. Tiempo de haber obtenido un préstamo para la compra de vivienda**

| Menos de 1 año | De 1 a 3 años | De 4 a 7 años | Más de 8 años | TOTAL |
|----------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| 21             | 39            | 50            | 40            | 150   |
| 14%            | 26%           | 33%           | 27%           | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 1. Tiempo de haber obtenido un préstamo para la compra de vivienda**

Fuente: Elaboración propia

La plusvalía de las casas habitacionales ha ido en aumento a lo largo de los años y últimamente los proyectos habitacionales ofrecen precios un poco alejados de la disponibilidad de pago de muchas personas, por lo que claramente se ve cómo el auge de los préstamos hipotecarios ha ido en disminución por esta misma razón.

#### 4.1.6 Sobre el seguro que usted paga ¿Sabe qué tipo de coberturas tiene?

**Tabla 9. Conocimiento sobre el tipo de cobertura del seguro**

| Si  | No  | Un poco | TOTAL |
|-----|-----|---------|-------|
| 49  | 86  | 15      | 150   |
| 33% | 57% | 10%     | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 2. Conocimiento sobre el tipo de cobertura del seguro**

Fuente: Elaboración propia

Debido a la necesidad que aqueja al cliente al momento de solicitar un préstamo, ya sea por una buena promoción, por una emergencia, etc., o también a la cantidad de papeles que hay que leer y que resulta tedioso porque requiere más tiempo de lo habitual, el cliente como tal, no presta atención a lo que está firmando, más allá de lo necesario.

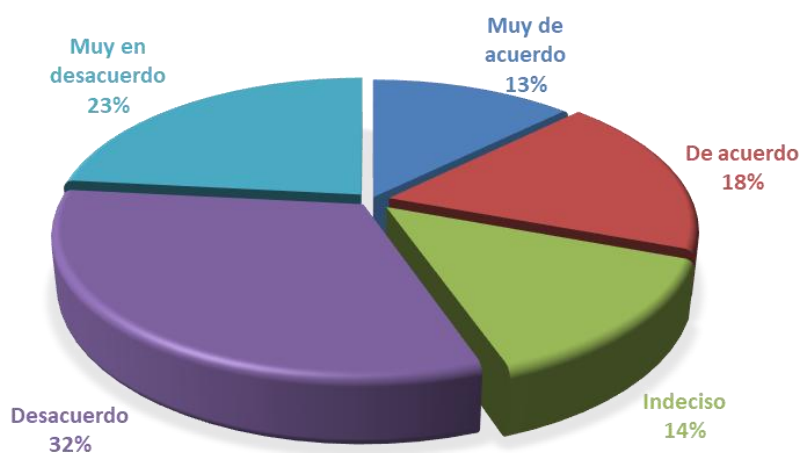
Lo anterior se ve reflejado, en los resultados obtenidos el 57% de la muestra no conoce que tipo de cobertura tiene su póliza; cuando hay un caso de siniestro, es en dónde las personas recurren a leer la póliza, y debaten con los representantes de la aseguradora sin conocimiento alguno del tipo de condiciones particulares o generales que tiene su contrato de seguros (Póliza).

4.1.7 Usted leyó detenidamente todos los beneficios y exclusiones que tiene sobre su seguro hipotecario.

**Tabla 10. El cliente lee detenidamente todos los beneficios y exclusiones**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 19             | 27         | 21       | 48         | 35                | 150   |
| 13%            | 18%        | 14%      | 32%        | 23%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 3. El cliente lee detenidamente todos los beneficios y exclusiones**

Fuente: Elaboración propia

Muchas veces por la premura de la situación, pedir permiso en el trabajo, dejar encargado el negocio con alguien, realizar un viaje desde otra ciudad, provoca que las personas anden apresuradas y, por esta razón, el cliente no lee exhaustivamente los beneficios y exclusiones que el banco le presenta, se abstiene a conocer lo básico de la situación.

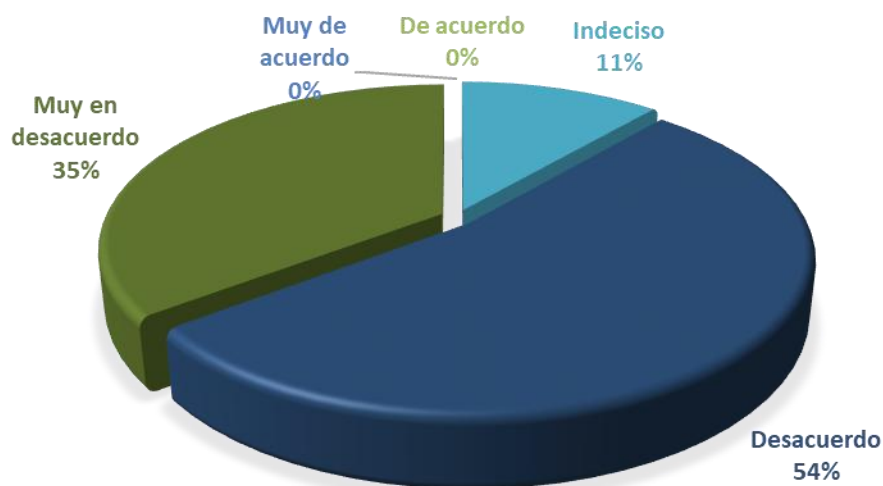
Se evidencia que el 32% de la muestra, no saben cuáles son las coberturas y exclusiones de la póliza de seguros; el 23% desconocen o no tienen claro con precisión sobre una póliza de seguros; en total de la muestra es un 55% que en pocas palabras no sabe qué hacer cuando tenga un siniestro en su vivienda.

4.1.8 El oficial de crédito le explicó claramente sobre el seguro hipotecario y las exclusiones

**Tabla 11. El oficial de crédito explica claramente el seguro hipotecario**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 0              | 0          | 17       | 80         | 53                | 150   |
| 0%             | 0%         | 11%      | 53%        | 35%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 4. El oficial de crédito explica claramente el seguro hipotecario**

Fuente: Elaboración propia

El 53% de la muestra, respondió que está en desacuerdo lo que significa cuándo el oficial de crédito tiene como misión principal colocar la mayor cantidad de préstamos para así lograr su meta, por lo que hace uso de varias estrategias para lograr cerrar el trato, dejando por un lado dicha explicación que tarde o temprano un cliente la puede necesitar.

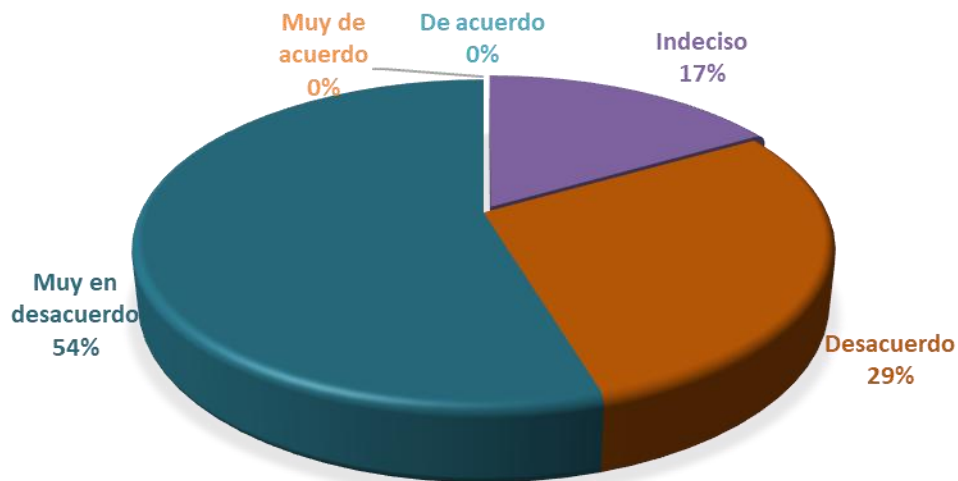


4.1.9 El banco le informa continuamente sobre las coberturas que tiene su seguro hipotecario

**Tabla 12. El banco informa continuamente sobre las coberturas**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 0              | 0          | 25       | 43         | 82                | 150   |
| 0%             | 0%         | 17%      | 29%        | 55%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 5. El banco informa continuamente sobre las coberturas**

Fuente: Elaboración propia

Un punto de importancia de acuerdo a los resultados obtenidos es que, el banco una vez que ha firmado el contrato con el cliente, no les da seguimiento posterior sobre los beneficios del seguro hipotecario; ya que su prioridad en ese momento es llamar para cobrar el pago de la prima del seguro y del préstamo, para que el cliente realice los pagos acordados.

#### 4.1.10 Usted está pagando un seguro hipotecario porque se lo impuso el banco

**Tabla 13. Pago del seguro hipotecario porque lo impuso el banco**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 87             | 17         | 26       | 12         | 8                 | 150   |
| 58%            | 11%        | 17%      | 8%         | 5%                | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 6. Pago del seguro hipotecario porque lo impuso el banco**

Fuente: Elaboración propia

Todos los productos bancarios tienen requisitos emitidos por cada institución financiera o el ente regulador de la banca. Para el caso, Banco Ficohsa en los préstamos hipotecarios tiene como requisito el cobro de un seguro.

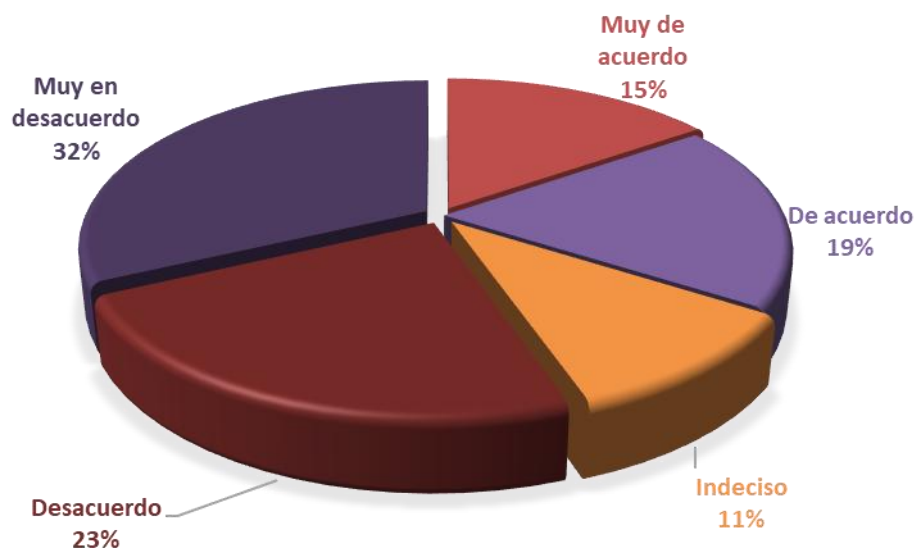
El 58% respondió que está pagando un seguro, porque se lo impuso el banco; lo que nos da a entender es que, ese porcentaje probablemente sea de las personas que pagan el seguro y ni saben cómo ni cuándo utilizarlo.

#### 4.1.11 Usted ya ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda

**Tabla 14. Ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 23             | 28         | 16       | 35         | 48                | 150   |
| 15%            | 19%        | 11%      | 23%        | 32%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 7. Ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda**

Fuente: Elaboración propia

La cobertura de la póliza de seguros hipotecarios, puede ser distinta dependiendo la ubicación donde se encuentre la vivienda; e inclusive, hay ubicaciones que no son asegurables.

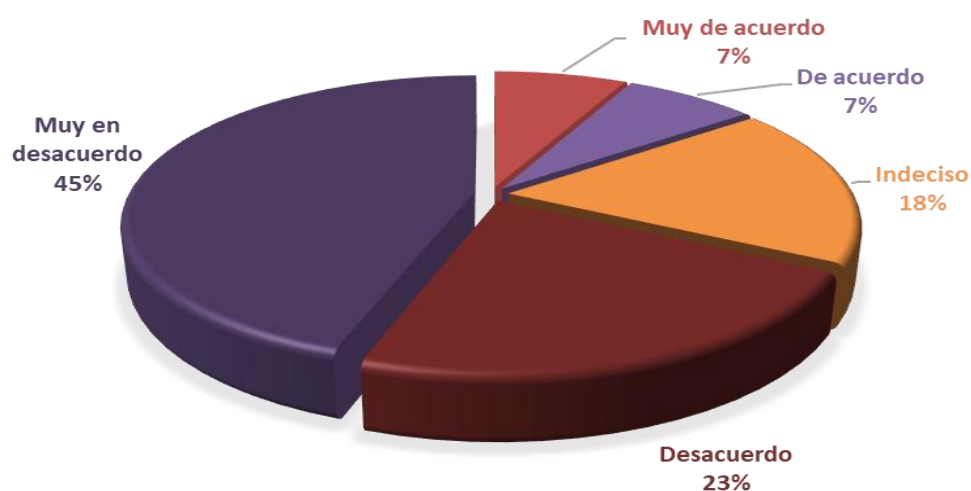
Se necesita una mayor investigación para determinar el porqué del rechazo de solicitudes de reclamos improcedentes.

4.1.12 Siendo honesto (a) usted conoce muy bien sobre el seguro hipotecario que posee

**Tabla 15. Conocimiento a profundidad del seguro hipotecario que posee**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 11             | 11         | 27       | 34         | 67                | 150   |
| 7%             | 7%         | 18%      | 23%        | 45%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 8. Conocimiento a profundidad del seguro hipotecario que posee**

Fuente: Elaboración propia

Honestamente el 45% de la muestra contestaron que no conocen a profundidad los beneficios y exclusiones del seguro hipotecario porque en su momento no le dieron la importancia que merece o les parece irrelevante.

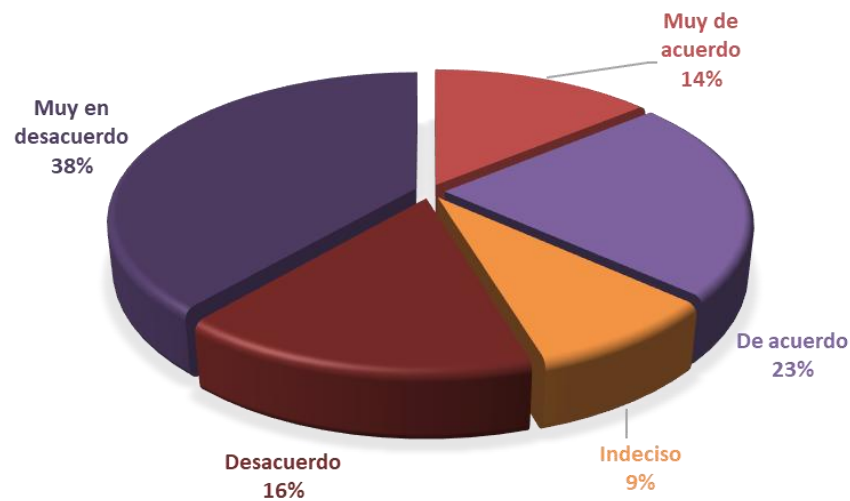
Considerando qué para conocer a profundidad sobre la póliza de seguros, es algo complejo; porque se utilizan terminología financiera, y la mayoría de las personas desconoce, pero es allí donde los clientes deben de ser proactivos e investigar su significado; tal y como se debe de utilizar y, en qué momento debe de hacer uso de su póliza de seguros.

4.1.13 Las instituciones financieras de préstamo hipotecario ofrecen información de forma correcta sobre la cobertura y exclusiones de los seguros de sus clientes

**Tabla 16. Las instituciones ofrecen información sobre la cobertura y exclusiones**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 21             | 34         | 13       | 24         | 58                | 150   |
| 14%            | 23%        | 9%       | 16%        | 39%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 9. Las instituciones ofrecen información sobre la cobertura y exclusiones**

Fuente: Elaboración propia

Es preocupante cómo el 39% de la muestra, respondió que la institución financiera no le brinda la información correcta de su póliza de seguros; en la actualidad, muchos de los oficiales de crédito, omiten ciertos datos a petición de los clientes o por falta de tiempo en la atención del proceso crediticio, señalando solamente los datos más relevantes que el cliente puede necesitar.

4.1.14 ¿Qué medios utilizó la institución financiera para informarle sobre el seguro que usted paga?

**Tabla 17. Medios utilizados por la institución financiera para informar sobre el seguro**

| <b>De forma verbal</b> | <b>Trifolio</b> | <b>eMail</b> | <b>Ninguno</b> | <b>TOTAL</b> |
|------------------------|-----------------|--------------|----------------|--------------|
| 150                    | 0               | 0            | 0              | 150          |
| 100%                   | 0%              | 0%           | 0%             | 100%         |

Fuente: Elaboración propia

El oficial de crédito a medida que va avanzando en la presentación del producto del préstamo hipotecario, presenta los datos básicos sobre los requisitos, beneficios, coberturas y exclusiones de forma verbal, explicando asiduamente según el cliente lo requiera.

Por lo general, los clientes no toman con la suficiente atención sobre detalles de la información vertida con exactitud de parte del oficial de crédito, y existe la posibilidad que ocasionalmente pueden olvidarlo, si no se les entrega información impresa o que la puedan revisar posteriormente mediante un medio digital.

El 100% de la muestra afirma que Ficohsa solamente es recibida de forma verbal; y la comunicación que realiza sobre la información que se le brinda al cliente del seguro que adquirió.

#### 4.1.15 Cruce de Variables

**Tabla 18 Edad:**

| De 21 a 35 años | De 36 a 50 años | De 51 en adelante | TOTAL |
|-----------------|-----------------|-------------------|-------|
| 69              | 48              | 33                | 150   |
| 46%             | 32%             | 22%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 19 Estado Civil:**

| Soltero | Casado | TOTAL |
|---------|--------|-------|
| 62      | 88     | 150   |
| 41%     | 59%    | 100%  |

Fuente: Elaboración propia







**Tabla 20. Conoce muy bien sobre el seguro hipotecario que posee:**

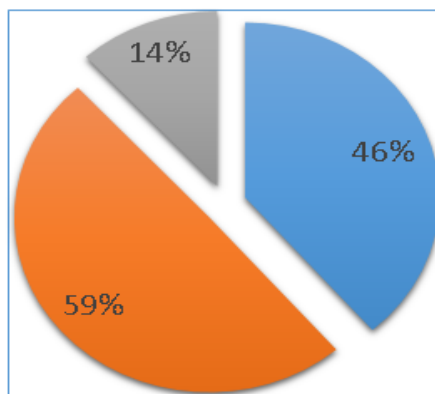
| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 11             | 11         | 27       | 34         | 67                | 150   |
| 7%             | 7%         | 18%      | 23%        | 45%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

El 46% en referencia a la edad de las personas que han adquirido préstamo para construcción de la vivienda, oscilan entre los 21 a 35 años, se consideran jóvenes estas personas; y lo que buscan es poder obtener su proyecto de vida, que es la adquisición de su vivienda.

**Tabla 21. Resultados Relación de Variables edad, estado civil, conocimiento**

| De 21 a 35 años   | Casado  | Muy de acuerdo  |
|---|---|---|
|  69  |  88  |  22  |
|  46% |  59% |  14% |



**Gráfico 10. Relación de variables**

Fuente: Tabla y gráfico, elaboración propia.

Dentro de estas edades, el 59% de la muestra está casada y esto les ayuda a poder obtener mejores facilidades para adquirir un préstamo mancomunado. - Se puede decir que las personas más jóvenes están más atentas a los documentos que se firman en los entes financieros, el 7% conocen el seguro hipotecario que poseen.

**Tabla 22 Sobre el seguro que usted paga ¿Sabe qué tipo de coberturas tiene?**

| Si  | No  | Un poco | TOTAL |
|-----|-----|---------|-------|
| 49  | 86  | 15      | 150   |
| 33% | 57% | 10%     | 100%  |

**Tabla 23 Edad:**

| De 21 a 35 años | De 36 a 50 años | De 51 en adelante | TOTAL |
|-----------------|-----------------|-------------------|-------|
| 69              | 48              | 33                | 150   |
| 46%             | 32%             | 22%               | 100%  |

**Tabla 24 ¿Qué tiempo tiene de haber obtenido el préstamo para la compra de la vivienda?**

| Menos de 1 año | De 1 a 3 años | De 4 a 7 años | Más de 8 años | TOTAL |
|----------------|---------------|---------------|---------------|-------|
| 21             | 39            | 50            | 40            | 150   |
| 14%            | 26%           | 33%           | 27%           | 100%  |

Fuente: 22, 23, 24, Elaboración propia



**Tabla 25 ¿Usted ya ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda?**

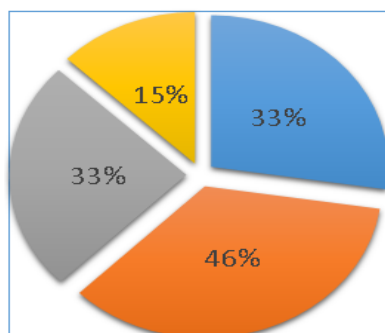
| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 23             | 28         | 16       | 35         | 48                | 150   |
| 15%            | 19%        | 11%      | 23%        | 32%               | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

El 33% de la muestra contestó que, si conocen sobre las coberturas de su póliza de seguros por los resultados obtenidos, teniendo una edad entre los 21 a 35 años de edad y el 33% de la muestra tienen entre 4 a 7 años de haber obtenido la vivienda; lo que significa que, las personas en la actualidad se preocupan más por cuidar el patrimonio adquirido, y dentro de ese tiempo, implica conocer qué documentos firma, que contiene y que significan.

**Tabla 26 Resultados Relación de Variables**

| Si    | De 21 a 35 años | De 4 a 7 años | Muy de acuerdo |
|-------|-----------------|---------------|----------------|
| ↑ 49  | ↑ 63            | ↑ 44          | → 23           |
| ↓ 33% | ↓ 46%           | ↓ 33%         | ↓ 15%          |



**Gráfico 11. Beneficios / medios / calidad de información**

Fuente: Tabla y Grafico, elaboración propia

Siendo el 15% que ya han sido beneficiados por la aseguradora para el pago de un siniestro ocurrido en su vivienda. Los siniestros son pocos porque una vivienda entre 4 a 7 años es relativamente nueva por lo tanto no presentan tantos problemas, y si hay reclamaciones muchos de ellos quedan bajo deducibles, porque los daños son menores.

**Tabla 27 ¿Qué medios utilizó la institución financiera para informarle sobre el seguro?**

| De forma verbal | Trifolio | eMail | Ninguno | TOTAL |
|-----------------|----------|-------|---------|-------|
| 150             | 0        | 0     | 0       | 150   |
| 100%            | 0%       | 0%    | 0%      | 100%  |

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 28 El oficial de crédito le explicó claramente sobre el seguro hipotecario**

| Muy de acuerdo | De acuerdo | Indeciso | Desacuerdo | Muy en desacuerdo | TOTAL |
|----------------|------------|----------|------------|-------------------|-------|
| 0              | 0          | 17       | 80         | 53                | 150   |
| 0%             | 0%         | 11%      | 53%        | 35%               | 100%  |

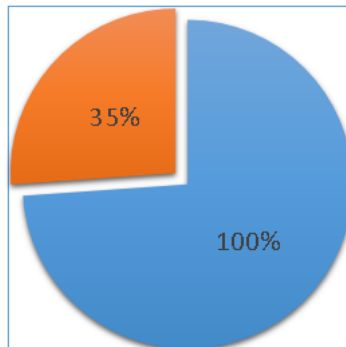
Fuente: Elaboración propia

El 100% de la muestra informo que, el único medio por el cual el ente financiero le notificó sobre el seguro que paga es verbal; sin embargo, esto limita en muchas ocasiones la captación de información que puedan tener las personas.

**Tabla 29 Resultados Relación de Variables**

| De forma verbal | Muy en desacuerdo |
|-----------------|-------------------|
| ↑ 150           | → 53              |
| ↓ 100%          | ↓ 35%             |

Fuente: Elaboración propia



**Gráfico 12. Medios / satisfacción de información**

Fuente: Elaboración propia

El 35% de la muestra, cree que el oficial de crédito no le explico claramente sobre el

seguro.

#### 4.1.16 Análisis de los hallazgos encontrados

Es importante aclarar que los resultados obtenidos a través de la encuesta realizada, permiten tener una idea clara de los distintos argumentos del porque las personas han adquirido un préstamo hipotecario; esta información por sí misma no da respuesta a todas las preguntas de investigación; sin embargo, el análisis de dichos datos, si permitirá el diseño de un modelo de crédito hipotecario eficaz para que los clientes puedan obtener conocimientos a través de los oficiales de crédito.

A la luz de los hallazgos encontrados mediante la investigación realizada y cuyos resultados se detallan y analizan en el presente capítulo, es claro que actualmente no se está aplicando un sistema de información clara, sobre los seguros que el cliente debe poseer; o bien es de parte del cliente que no hay una voluntad clara por tener esos conocimientos.

Un Modelo de Crédito Hipotecario que incluye los seguros, deben de tener en claro en todos los clientes, pues, aunque existen instituciones especializadas en ese rubro del crédito, mismas que fueron parte importante en la obtención de los resultados de este estudio, aun no logran ser tan eficaces como para llegar a conformar una cultura sobre los seguros.- Los elementos mejorados que deben ser parte del modelo que se debería proponer en este trabajo, constituye el objetivo principal de este estudio de investigación.

El diferencial entre los pocos conocimientos en que posee los clientes es que están comprando un producto del cuál no tienen suficiente conocimiento y no le dan el uso adecuado o bien no conocen sus limitantes o beneficios con exactitud.

## 4.2 APLICABILIDAD

### ESTRATEGIA DE SOCIALIZACIÓN A CLIENTES SOBRE LOS SEGUROS HIPOTECARIOS QUE OFRECE FICOHSA

#### 4.2.1 Justificación

Una vez realizada la encuesta, los resultados indican que es claro que actualmente no se está aplicando un sistema de información clara, sobre los seguros hipotecarios, por lo tanto, se debe socializar directa y periódicamente mediante canales de comunicación que FICOHSA encuentre a su alcance.

Con la intención de socializar como iniciativa institucional; es oportuno que se tome en cuenta que, banco Ficohsa como institución financiera, lideraba el ranking bancario que operan en el mercado hondureño en el primer semestre del 2018 en las categorías de activos y préstamos (Digital, 2018). – Por ende, su inversión en las pautas de publicidad, es amplia y potencia entre todos sus productos financieros que posee, al implementar el tema de los beneficios y coberturas de los seguros hipotecarios, se agregaría en la pauta ya existente para que sean insertados en forma aleatoria entre la ya existente.

#### 4.2.2 Objetivos de la propuesta

##### 4.2.2.1 General

Elaborar una estrategia de socialización a sus clientes sobre los seguros hipotecarios que ofrece FICOHSA.

##### 4.2.2.2 Específicos

- Establecer una hoja informativa con diseño que posea los elementos cobertura y exclusión esenciales a socializar.

- Diseñar un documento impreso, para los clientes de todas las agencias de Tegucigalpa.
- Desarrollar anuncios publicitarios como estrategia de publicidad masiva en radio y televisión.
- Establecer una estructura de operación por parte de los Oficiales de crédito mediante un mecanismo de actividades preestablecidas.
- Definir un costo aproximado de la propuesta presentada.

#### 4.2.3 Delimitación, Alcance, Cobertura

**La delimitación:** Sobre las coberturas y exclusiones en seguros hipotecarios que FICOHSA tiene en sus préstamos para vivienda en Tegucigalpa, pudiéndose extender en todo el país.

**El alcance:** Es posicionar entre sus clientes y potenciales la importancia de cómo FICOHSA ofrece con responsabilidad sus seguros hipotecarios, su beneficio y la solidez.

**La cobertura:** Dar a conocer a nivel nacional entre todos sus clientes y generar impacto en el territorio frente su competencia.

#### 4.2.4 Brief de FICOHSA

Es el punto de partida para poder elaborar una campaña de publicidad y solventar la necesidad de la empresa con una estructura básica de publicidad.

##### **Parte I - La empresa**

##### Análisis de la empresa: FICOHSA SEGUROS HOGAR

Es el seguro con más amplia cobertura para protección de su casa y contenido contra fenómenos naturales y otros imprevistos que ponen en riesgo su patrimonio. Es un seguro que le permite proteger su hogar y sus bienes y le ofrece coberturas adicionales de acuerdo a su conveniencia.

- Pago de renta hasta por seis meses, en caso de siniestro.
- Coberturas especiales incluidas.

## **Parte II - Marketing**

Objetivo de marketing: la campaña de publicidad va encaminada a posicionar la marca de la empresa FICOHSA en la mente de los clientes así incrementar los préstamos hipotecarios por ende sus ventas mensuales.

Estrategia de marketing: para ofrecer los préstamos para vivienda, debe existir una estrategia de segmentación de mercado para conocer hacia quien se está dirigiendo la campaña; que a la vez se habla del seguro hipotecario.

## **Parte III - Creativo**

Objetivos comunicacionales: el objetivo de la campaña se centra en captar la atención de los clientes, a través de estrategias de comunicación efectivas. Lo cual dará paso a resultados para conocer el nivel de conocimiento sobre los seguros hipotecarios por parte del público.

Estrategia de comunicación: La estrategia de comunicación se llevará a cabo haciendo uso de trífolios, anuncio de radio y televisión.

Estrategia creativa: FICOHSA ofrece un servicio en dónde la estrategia creativa se basa en elaborar una publicidad donde el cliente puede percibir una serie de emociones, sensaciones que lo motive a continuar usando sus productos.

Tipo de campaña: El enfoque de la campaña es de visibilizar, lo que se pretende alcanzar con ello es dar a conocer los seguros hipotecarios que se incluyen en los préstamos para la compra de vivienda, y el cliente pueda darse cuenta que posee una variedad de opciones.

## Parte IV - Medios

Plan de medios: El plan será elaborado conforme a los medios de comunicación que se utilizarán, los cuales serán mediante los oficiales de crédito en cada sucursal radio y televisión; para ello, se debe elaborar una estructura detalla para definir cada una de las funciones y estrategias a utilizar conforme a lo planificado.

- Grupo objetivo: Es el segmento definido y establecido; son todas aquellas personas que son clientes de productos financieros en préstamos para vivienda de Ficohsa.
- Objetivos de medios cuantitativos: El propósito es alcanzar llegar a un alto porcentaje de clientes y clientes potenciales.
- Objetivos de medios cualitativos: Generar un alto nivel de información sobre el producto financiero seguros, adherido a los préstamos hipotecarios y mediante estrategias de retroalimentación y un análisis de ello.

### 4.2.5 Metodología o instrumentación

De acuerdo a la estrategia, se pretende influenciar de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, se ofrecerá una información que llame la atención.

Para la realización de los diseños gráficos y anuncio de radio y televisión, fueron necesarios los siguientes programas digitales:

| Software      | Compañía          |
|---------------|-------------------|
| Audition      | Adobe             |
| Illustrator   |                   |
| Photoshop     |                   |
| After Effects |                   |
| Movie Maker   | Microsoft         |
| Word          | Microsoft Office. |

**Tabla 30. Programas utilizados para la producción de material publicitario**

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.6 Diseño de la propuesta

#### 4.2.7 Estrategias de aplicación

La estrategia para la elaboración de la propuesta se desarrollará en cuatro fases que se presentan a continuación:

##### 4.2.7.1 1era- Fase de diseño de la publicidad

La publicidad que se difundirá (según los datos obtenidos en la encuesta) Trifolios, son los apropiados para ir dirigido a los clientes de FICOHSA en general y que son los que se pretende alcanzar.

En los trifolios se publicará información general sobre el seguro hipotecario con todos sus beneficios y las exclusiones que pueden ser aplicables de acuerdo al tipo de siniestro ocurrido.





### Ilustración 1. Trifolio, cara 1 (Véase ampliada en anexo 5)

Fuente: Elaboración propia



### Ilustración 2. Trifolio, cara 2 (Véase ampliada en anexo 5)

Fuente: Elaboración propia

El formato antes expuesto, una vez se le dé el visto bueno en la Cía., pasará por el área de auditoría interna para la debida codificación de documentos controlados como lo requiere la certificación del Sistema de Gestión de Calidad ISO 9001-2015.

**Tabla 31. Formato para realizar el control y seguimiento de trifolios**



| Nombre de Agencia             | # trifolios entregados / Fecha de entrega | 1er mes / # de trifolios que se necesitan incrementar |
|-------------------------------|---|---|
| Oficina Plaza Victoria        | 43  | ¿?  |
| * Detallar todas las agencias |   |   |

Fuente: Elaboración propia

\* Véase lista de agencias de banco Ficohsa en anexo 3.

Se iniciará con 43 trifolios en cada agencia, y se realizará monitoreo, control y

seguimiento constante una vez al mes, para validar que tantos trifolios se entregan en el mes; y así, poder estar surtiendo cada agencia.

#### 4.2.8 2da- Fase de anuncio de radio

**Duración:** 34 Segundos

**Texto de locución para radio y video:**

“Para préstamos de vivienda Banco FICOHSA es tu respuesta”

Si desea comprar su vivienda; en Banco FICOHSA, le ofrecemos la facilidad de adquirir un préstamo, con las mejores tasas de interés.

Además de contar con el Seguros hipotecario más sólido; con grandes beneficios y coberturas a su conveniencia.

Venga a cualquiera de nuestras agencias y haga realidad sus planes... con la mejor seguridad.

Ficohsa ...comprometidos a ser mejores.

#### 4.2.9 3era- Fase: Anuncio de televisión

**Producción de Anuncio para TV**

**Idea creativa:**

Visibilizar a Banco Ficohsa como una institución preocupada por prestar servicios con garantías en su seguro hipotecario y en general, mostrando imágenes de clientes satisfechos con gestos de necesidad y otros sonrientes con felicidad, con un fondo musical instrumental, que inspire seguridad y solides.

- a) Inicia con la frase “Para préstamos de vivienda Banco Ficohsa es tu respuesta”  
Generando confianza individual; además, que la frase se presta a un mensaje subliminal de la marca con el logo de Ficohsa.

- b) Empieza el tema musical al mismo tiempo que personas ejecutivas que demuestran profesionalismo para la atención en préstamos y seguros hipotecarios, seguido de las mejores tasas de interés.
- c) Continúan casas con distintos riesgos y al mismo tiempo, sólidos, beneficios y coberturas en letras con animación de que se ha realiza con éxito, al tiempo con personas que le ofrecen confianza.
- d) Cierra la secuencia de imágenes con fotografías de familias realizadas y finalmente el logo del Banco Ficohsa.

En la ilustración 3, se presenta la secuencia del historial gráfico del anuncio para Tv.



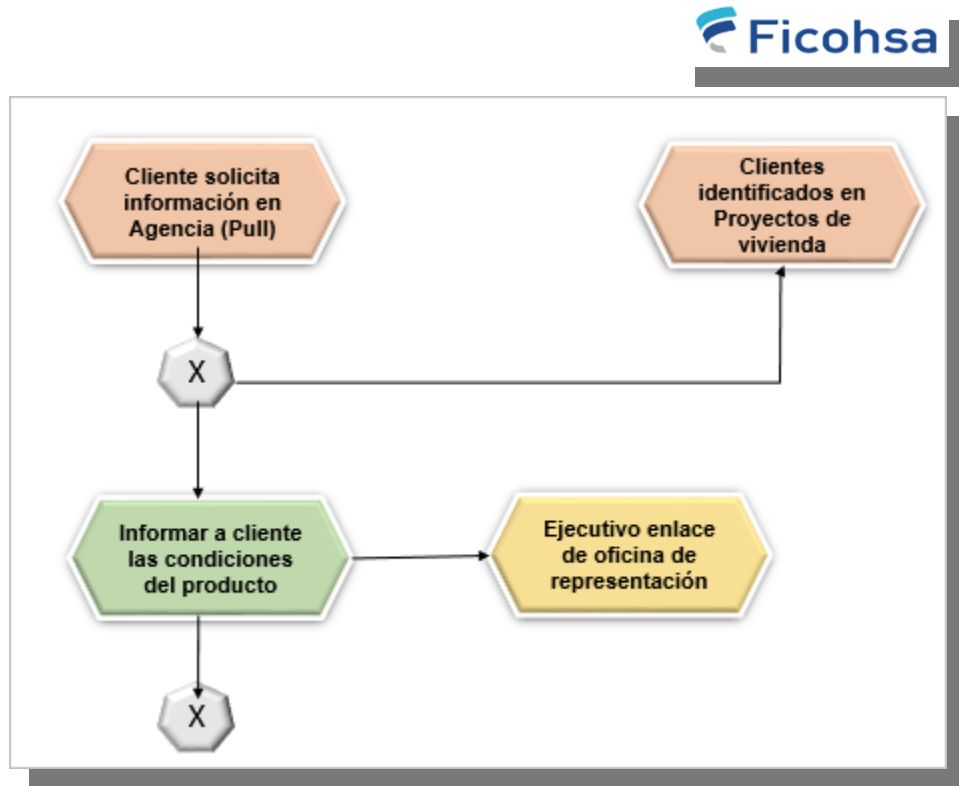
**Ilustración 3. Historial de secuencia anuncio de Tv**

Fuente: Elaboración propia

Para efectos de la presentación académica, se han incluido al final del anuncio, los créditos

de la dirección y finalmente el logo de la Universidad UNITEC.

#### 4.2.10 4ta- Fase: Proceso de negocio de los oficiales de crédito



#### Ilustración 4. Proceso de negocio de los oficiales de crédito

Fuente: Elaboración propia

Como se detalla en la figura 3; en el diagrama, el ejecutivo enlace de oficina de representación, le informa al cliente de las condiciones de la póliza de seguros; se asegura en entregar el trifolio para establecer claramente sobre sus beneficios y coberturas.

Es por ello, que en el perfil del puesto de los ejecutivos de enlace y/o oficiales de crédito; se les incluirá en su descriptor de puesto o actividades obligatorias a realizar.

Descriptor del puesto: Oficial de crédito y/o ejecutivos de enlace

Es responsable de implementar, ejecutar y dar seguimiento a las estrategias que permitan incrementar la captación de nuevos clientes en las diversas Agencias o cualquier otro canal.

**Funciones Principales:**

- Dar seguimiento a los prestatarios sobre su seguro hipotecario mediante correo electrónico de la cartera de clientes que se esté asignado.
- Gestionar la cartera de clientes. Atender, asesorar y colocar créditos a Clientes de préstamos hipotecarios.
- Ofrecer mix de productos financieros a sus clientes.
- Implementar las promociones que están alineadas al plan estratégico y de mercadeo del área para captación de fondos nuevos.
- Proveer y garantizar el uso de herramientas que apoyen y faciliten la venta de productos Pasivo.
- Analizar, identificar y potenciar las oportunidades de penetración de mercado en las diferentes zonas del país donde hay presencia de red de agencia.
- Elaborar Reportes de Información Básica con la información del Cliente para presentar la propuesta de financiamiento al Comité de Créditos para que éste sea evaluado.

4.2.11 Presupuestos y análisis del costo beneficio

**Tabla 32 Presupuesto de la propuesta**

| <b>PRESUPUESTO</b>            |                                 |                       |                         |
|-------------------------------|---------------------------------|-----------------------|-------------------------|
| <b>Actividad</b>              | <b>Pasos previos a realizar</b> | <b>Medio / tiempo</b> | <b>Costo (Lempiras)</b> |
| <b>Diseño de trifolios</b>    | Contratación de diseñador       | 8 horas               | 3,000.00                |
| <b>Impresión de trifolios</b> | Imprenta                        | 4 días                | 9,257.50                |
| <b>Elaboración de anuncio</b> | Agencia de publicidad           | Dos días              | 1,900.00                |

|  |                              |        |           |
|--|------------------------------|--------|-----------|
| <b>de radio</b>                        |                              |        |           |
| <b>Elaboración de anuncio Tv.</b>      | Agencia de publicidad        | 4 días | 42,000.00 |
| <b>Capacitación enlaces de oficina</b> | Logística y coffe break1 día | 1 día  | 2,500.00  |
| <b>TOTAL</b>                           |                              |        | 58,657.50 |

Fuente: Elaboración propia

#### 4.2.12 Nota aclaratoria sobre datos específicos de la propuesta

##### 4.2.12.1 Pauta publicitaria de anuncios de radio y televisión

En la actualidad Banco Ficohsa tiene pauta publicitaria en casi todos los medios existentes en el país: televisión, radio, periódico, vallas publicitarias y en el área virtual con Marketing en redes sociales y sitios web entre otros.

Agregar en la misma pauta publicitaria, alternando en radio y televisión (sin afectar el plan de medios ya establecido) en pequeña cantidad, para que sea transmitido el anuncio y socializar sobre los beneficios y coberturas de los seguros hipotecarios, no considera el autor de la presente propuesta que se incluya ese gasto porque es adoptado por otro proyecto de publicidad que se cubren por medio del departamento de mercadeo.

La cantidad de anuncios que se transmitan en Tv y radio, no es obligatoriedad que sean muchas repeticiones diarias; con lo más mínimo resulta una ganancia para darle un espacio a la propuesta presentada.

Se ha presentado la propuesta a la luz de los problemas encontrados, se debe tomar en cuenta que es una idea que deben aprobar los ejecutivos de banco Ficohsa en el nivel que se considere conveniente.

Pueden existir ciertos cambios que estimen convenientes; pero esto, es solo un punto de partida para esta opción de cambio.

En el siguiente capítulo se establece las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto total.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1 CONCLUSIONES**

1. Se analizó el conocimiento que poseen los clientes sobre la información de las coberturas y exclusiones en los seguros hipotecarios. El 45% (gráfico 8, Pág. 47) de la muestra contestaron que no conocen a profundidad los beneficios y exclusiones del seguro hipotecario, la mayoría de las personas desconoce en qué momento deben de hacer uso de su póliza de seguros.
2. Se determinó en una muestra no probabilística que porcentaje de clientes poseen la información sobre su seguro hipotecario. - Lo anterior se ve reflejado, en el 57% (gráfico 2, Pág. 41) de la muestra no conoce que tipo de cobertura tiene su póliza; desconociendo las condiciones particulares o generales que tiene su contrato de seguros o póliza.
3. Se identificó qué medios de información utilizó la institución financiera a los clientes, sobre su seguro hipotecario. – El oficial de crédito (gráfico 11, Pág. 43) es la persona con quien tienen contacto directo y es quien les gestiona durante el proceso y los datos básicos sobre los requisitos, beneficios, coberturas y exclusiones lo hace de forma verbal, limitando la oportunidad de poder preservar la información mediante otro medio impreso o digital, por ejemplo. - Por lo general, los clientes no toman con

la suficiente atención sobre detalles de la información vertida con exactitud de parte del oficial de crédito.

## 5.2 RECOMENDACIONES

1. Es recomendable mantener los trifolios permanentemente en las agencias para que los clientes lo tengan por escrito sobre los beneficios y coberturas que tienen en sus seguros hipotecarios; además que sería la primera institución en ofrecer educación financiera.
2. Se recomienda que se debe enfocar en las limitantes que poseen los clientes sobre las políticas establecidas al momento de adquirir el seguro hipotecario, para evitar conflictos y discordias por no estar bien informado el beneficiado.
3. Con el paso del tiempo se debe establecer mediante períodos de tiempo establecidos, para dar un seguimiento a los clientes, para conocer si se ha logrado mejorar los conocimientos por parte de ellos.
4. Se debe fortalecer la gestión de los oficiales de crédito para que no exista lagunas en el proceso de adjudicación del préstamo para vivienda y el seguro hipotecario que se le incluye.
5. La percepción de los clientes sobre la información que ofrece Ficohsa, no son bien conocidos, esto denota la poca visibilidad que se les da. - Es interesante como la poca información, (posiblemente por decisión corporativa) hace una mala gestión



comunicativa institucional. -La necesidad de conocer sobre los seguros hipotecarios, es deber de todos los clientes tenerlo presente; pero la idea de poder transmitir la información clara es una oportunidad para contribuir en el desarrollo y cultura sobre productos financieros.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABC. (2017, enero 24). Las hipotecas en España, entre las más baratas y accesibles del mundo [Economía]. Recuperado 23 de febrero de 2019, de abc website: [https://www.abc.es/economia/abci-hipotecas-espana-entre-mas-baratas-y-accesibles-mundo-201701240242\\_noticia.html](https://www.abc.es/economia/abci-hipotecas-espana-entre-mas-baratas-y-accesibles-mundo-201701240242_noticia.html)
- CAHDA. (2017). Cámara Hondureña de Aseguradores. Recuperado 24 de febrero de 2019, de <https://www.cahda.org/>
- Central America Data. (2018). Seguros en Guatemala: Se desacelera crecimiento. Recuperado 24 de febrero de 2019, de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Seguros\\_en\\_Guatemala\\_Se\\_desacelera\\_crecimiento](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Seguros_en_Guatemala_Se_desacelera_crecimiento)
- Centroamérica Data. (2018). Mercado de seguros: Cifras en 2018. Recuperado 24 de febrero de 2019, de [https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Mercado\\_de\\_seguros\\_Cifras\\_en\\_2018\\_1](https://www.centralamericadata.com/es/article/home/Mercado_de_seguros_Cifras_en_2018_1)
- Comisión Nacional de Banca y Seguros. (2014). *CIRCULAR CNBS No.033/2014*. Recuperado de <http://www.cnbs.gob.hn/files/circulares/CNBS2014/C033-2014.pdf>
- Digital, P. (2018). Ficohsa lidera el ranking bancario a junio de 2018 en Activos y Préstamos. Recuperado 7 de junio de 2019, de <http://proceso.hn/actualidad/7-actualidad/ficohsa-lidera-el-ranking-bancario-a-junio-de-2018-en-activos-y-prestamos.html>
- EAE Business School. (2017). Qué es la guía PMBOK y cómo influye en los proyectos. Recuperado 24 de febrero de 2019, de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/que-es-la-guia-pmbok-y-como-influye-en-la-administracion-de-proyectos/>

- Erb, A. (2008). La nueva era dorada de Arabia Saudita. *Business Review*, 1.
- Esteso, A. P. (2009, abril 4). El sistema hipotecario de Canadá se pone de moda. Recuperado 23 de febrero de 2019, de Cinco Días website: [https://cincodias.elpais.com/cincodias/2009/04/04/mercados/1238806906\\_850215.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2009/04/04/mercados/1238806906_850215.html)
- Ferrer, J. (2010). Metodología De La Investigación: Operacionalización de la variable. Recuperado 18 de agosto de 2017, de Metodología de La Investigación website: [http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable\\_03.html](http://metodologia02.blogspot.com/p/operacionalizacion-de-variable_03.html)
- Ferrufino, I. C. (2014). *Cumplimiento de la normativa de la gestión del riesgo crediticio en la banca comercial hondureña* (Maestría, UNAH). Recuperado de <https://goo.gl/GjaNFa>
- Ficohsa Seguros. (2013). Quiénes Somos | Ficohsa. Recuperado 23 de febrero de 2019, de <https://www.ficohsa.com/seguros/seguros/quienes-somos/>
- Finanzas para todos. (2010). Seguros relacionados con préstamos hipotecarios y personales. Recuperado 30 de enero de 2019, de Productos y Servicios financieros website: <http://finanzasparatodos.es/es/productosyservicios/productosseguros/segurosprestamos.html>
- Gómez, R. M., & Barrera, S. (2011). *Un enfoque teórico y aplicado en el ámbito empresarial basándose en información científica* (Maestría). Recuperado de <http://repository.lasallista.edu.co/dspace/bitstream/10567/515/1/13.%20223-242.pdf>
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw-Hill Education.
- Herrera Acosta, R. J., & Fontalvo Herrera, T. J. (2000). *Seis Sigma: Métodos estadísticos y sus aplicaciones*. Recuperado de <http://public.eblib.com/choice/publicfullrecord.aspx?p=3201734>

- Impulsa Popular. (2014, agosto 28). Diferencias entre el crédito financiero y el crédito comercial. Recuperado 24 de febrero de 2019, de Banco Popular Dominicano website: <https://www.impulsapopular.com/finanzas/diferencias-entre-el-credito-financiero-y-el-credito-comercial/>
- INE. (2016). INE-HONDURAS Redatam - Diseminación de Información Estadística. Recuperado 14 de junio de 2017, de Encuesta permanente de Hogares website: <http://181.189.226.83/binhnd/RpWebEngine.exe/Portal?BASE=EPH2016&lang=ESP>
- López, Jorge. A. (2010). Algunos aspectos de la hipoteca en EE. UU. Recuperado 24 de febrero de 2019, de <https://www.notariosyregistradores.com/CORTOS/2010/29-hipotecasusa.htm>
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados* (Cuarta edición). México: Pearson.
- Mapfre. (2016). Definición de cobertura de seguros. Recuperado 24 de febrero de 2019, de Seguros y Pensiones para todos website: <http://https://segurosypensioneparatodos.fundacionmapfre.org/syp/es/glosario/cobertura.jsp>
- Martín Linde. (2018). Adiós a los seguros vinculados a las hipotecas con la nueva ley – Martín Linde [Correduría de Seguros S. L.]. Recuperado 28 de enero de 2019, de <https://martinlinde.es/2018/06/08/adios-a-los-seguros-vinculados-a-las-hipotecas-con-la-nueva-ley/>
- Metlife. (2018). Cómo funciona un seguro de vida vinculado a la hipoteca. Recuperado 27 de enero de 2019, de Metlife website: <https://www.metlife.es/blog/seguros-vida-accidentes/como-funciona-seguro-vida-hipoteca/>
- Microfinanzas Global. (2017). ¿Qué es un Analista de Crédito? Recuperado 24 de febrero de 2019, de Microfinanzas website: <https://microfinanzasglobal.com/analista-de-credito/>

Midence, M. (2016). Una Estafa Sin Culpables. Recuperado 19 de marzo de 2019, de El Pulso website: <https://elpulso.hn/ciudad-del-angel-una-estafa-sin-culpables/>

Monserrat, P. A. (2014, octubre 1). Cinco cuestiones a conocer antes de contratar el seguro de la hipoteca [Económica y Finanzas]. Recuperado 27 de enero de 2019, de Cinco Días website:

[https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/10/01/finanzas\\_personales/1412164076\\_267031.html](https://cincodias.elpais.com/cincodias/2014/10/01/finanzas_personales/1412164076_267031.html)

Punto Seguro. (2018). ¿Quién es el beneficiario en los seguros de vida en caso de fallecimiento? Recuperado 24 de febrero de 2019, de Blog - PuntoSeguro.com website: <https://blog.puntoseguro.com/quien-es-el-beneficiario-en-los-seguros-de-vida-en-caso-de-fallecimiento/>

Reporte Inmobiliario. (2016). Crédito hipotecario en Latinoamérica. Recuperado 24 de febrero de 2019, de <https://www.reporteinmobiliario.com/nuke/article2126-credito-hipotecario-en-latinoamerica.html>

Seguros, C. N. (2011). *Resolucion de gestion de riesgo crediticio*. Recuperado de <http://www.cnbs.gov.hn/boletines.htm>

Summa, E. (2015, octubre 1). Países con sistema de seguros de Centroamérica. Recuperado 23 de febrero de 2019, de Revista Summa website: <http://revistasumma.com/especial-financiero-que-pais-tiene-el-sistema-bancario-mas-dinamico-de-centroamerica/>

# ANEXOS

## ANEXO 1. INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN (ENCUESTA)

FACULTAD DE POSTGRADO



### MÁSTER EN ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS

#### ENCUESTA

La siguiente encuesta es con fines académicos; los resultados de la investigación, son para conocer la gestión del conocimiento en la póliza de seguro de clientes que adquieren proyectos de vivienda en Tegucigalpa.

#### Instrucciones:

A continuación, se le presenta una serie de preguntas o afirmaciones, marque con un círculo o una "X", en las opciones que se le presentan.

#### I. Preguntas filtro

PF 1. Tiene en la actualidad un préstamo hipotecario con una institución financiera

a. Sí                                      b. No                                      (Si respondió No, finaliza).

PF 2. ¿En la cuota mensual incluye el pago de seguro?

a. Sí                                      b. No                                      (Si respondió No, finaliza).

#### 1. Datos demográficos

1. Edad.

a. De 21 a 35 años      b. De 36 a 50      c. De 51 a Más

2. Estado Civil.

a. Soltero(a)      b. Casado(a).

#### II. Datos generales

3. ¿Qué tiempo tiene de haber obtenido el préstamo para la compra de la vivienda?

a. Menos de 1 año      b. De 1 a 3 años.      c. De 4 a 7 años      d. Más de 8 años

1. Sobre el seguro que usted paga ¿Sabe qué tipo de coberturas tiene?
- a. Sí                      b. No                      c. Un poco
2. Usted leyó detenidamente todos los beneficios y exclusiones que tiene sobre su seguro hipotecario.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
3. El oficial de crédito le explicó claramente sobre el seguro hipotecario y las exclusiones.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
4. El banco le informa continuamente sobre las coberturas que tiene su seguro hipotecario.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
5. Usted está pagando un seguro hipotecario porque se lo impuso el banco.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
6. Usted ya ha sido beneficiado por la aseguradora por incidentes en la vivienda
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
7. Siendo honesto (a) usted conoce muy bien sobre el seguro hipotecario que posee.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
8. Las instituciones financieras de préstamo hipotecario ofrecen información de forma correcta sobre la cobertura y exclusiones de los seguros de sus clientes.
- Muy de acuerdo      De acuerdo              Indeciso              Desacuerdo              Muy en desacuerdo
9. ¿Qué medios utilizó la institución financiera para informarle sobre el seguro que usted paga?
- a) De forma verbal      b) Trifolio              c) e Mail              d) Ninguno

¡Gracias por su colaboración!





### ANEXO 3. AGENCIAS Y SUCURSALES DE BANCO FICOHSA

- |                                     |                           |                                |
|-------------------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| 1. Oficina Principal.               | 17. Agencia Plaza Humuya. | 36. L.C. Santa Fe.             |
| 2. Agencia Autobanco Blvd. Morazán. | 18. City Mall.            | 37. L.C. Villas del Sol.       |
| 3. Agencia Autobanco Juan Pablo II. | 19. MetroMall.            | 38. Plaza San Miguel.          |
| 4. Agencia Ave. La Paz.             | 20. Toncontín.            | 39. Pronto América.            |
| 5. Agencia El Centro.               | 21. Agencia Santa Fe.     | 40. Pronto Blvd Morazán.       |
| 6. Agencia Plaza San Carlos.        | 22. Las Torres.           | 41. Pronto El Manchen.         |
| 7. Agencia Kennedy.                 | 23. Aeropuerto.           | 42. Pronto Florencia.          |
| 8. Agencia La Merced.               | 24. AMDC.                 | 43. Pronto Parque Empresarial. |
| 9. Agencia Mall Multiplaza.         | 25. L.C. 21 de octubre.   |                                |
| 10. Agencia BCIE.                   | 26. L.C. Anillo Sur.      |                                |
| 11. Santa Mónica Suyapa.            | 27. L.C. Blvd. Suyapa.    |                                |
| 12. Agencia Mall Premier.           | 28. L.C. Centenario.      |                                |
| 13. Agencia Mall Las Cascadas.      | 29. L.C. El Country.      |                                |
| 14. Agencia Plaza Ficohsa.          | 30. L.C. El Pedregal.     |                                |
| 15. Agencia Plaza Miraflores.       | 31. L.C. Kennedy.         |                                |
| 16. Agencia Diunsa Próceres.        | 32. L.C. La Concordia.    |                                |
|                                     | 33. L.C. La Granja.       |                                |
|                                     | 34. L.C. La Hacienda.     |                                |
|                                     | 35. L.C. Loarque.         |                                |

## ANEXO 4. CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA

### ***CARTA DE AUTORIZACIÓN DE LA EMPRESA O INSTITUCIÓN***

Tegucigalpa \_\_\_\_\_, Francisco Morazán \_\_\_\_\_, 13/06/2019

Luis Fernando Méndez Guzmán

Jefe de Sinistros Diversos

Ficohsa

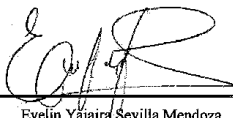
Edificio Plaza Victoria, Col. las Colinas, Blvd. Francia.

Estimado Señor(a): Luis Méndez

Reciba un cordial y atento saludo. Por medio de la presente deseamos solicitar su apoyo, dado que somos alumnos de UNITEC y nos encontramos desarrollando el Trabajo Final de Graduación previo a obtener nuestro título de maestría en Administración de Proyectos. He seleccionado como tema Gestión del conocimiento en la póliza de seguros de clientes que adquieren proyectos de vivienda en Tegucigalpa 2019, por lo que estaría muy agradecida de contar con el apoyo de la empresa que usted representa para poder desarrollar nuestra investigación. En particular, dicha solicitud se circunscribe a peticonar que me autorice a realizar: La investigación realizando encuestas a los diversos clientes.

A la espera de su aprobación, me suscribo de Usted.

Atentamente,



Evelin Yajaira Sevilla Mendoza

No. de cuenta: 11743197

Firma, nombre y apellidos

No. de cuenta: \_\_\_\_\_

Por este medio, Ficohsa

Autoriza la realización dentro de sus instalaciones el proyecto de investigación de Postgrado antes mencionado.

Luis Fernando Méndez  
(Nombre y sello)



Vo.Bo

# ANEXO 5 TRIFOLIO

## Cara 1

Las pérdidas o daños que directa o indirectamente provengan de siniestros causados por:

- Incendios ocasionados voluntariamente por dolo, mala fe o culpa grave del asegurado o de sus apoderados, beneficiados o personas por quienes dicho asegurado sea civilmente responsable.

Las pérdidas o daños que sean ocasionados en cualquier máquina, aparato o accesorio que se emplee para producir, transformar o utilizar corrientes eléctricas, cuando dichas pérdidas o daños sean causados directamente en dichas máquinas, aparatos o accesorios por las mismas corrientes ya sean naturales o artificiales.

Las pérdidas de bienes como consecuencia de hurto o robo cometidos durante el incendio o después del mismo.



### EXCLUSIONES DE LA PÓLIZA INCENDIO Y/O RAYO

Las pérdidas o daños que directamente resulten o sean a consecuencia de:

- A La destrucción por el fuego de cualquier objeto por orden de alguna autoridad.
- B Fuego subterráneo.

Las pérdidas o daños que directa o indirectamente, mediate o inmediatamente sean causados a carreados o producidos o se desarrollen o tengan alguna conexión o se motiven por hostilidades, acciones u operaciones de guerra, invasión o actos de enemigos extrajeros (Exista o no declaración o estado de guerra.



**Ficohsa**  
BANCO | SEGUROS | PENSIONES

# PÓLIZA DE INCENDIO

CONDICIONES Y EXCLUSIONES

f @ in

La póliza de INCENDIO y/o RAYO cubrirá los siguientes bienes:

- 1 Bien asegurado sin incluir el valor del terreno.
- 2 Muros perimetrales, muros de contención.
- 3 Mejoras e instalaciones que formen para la garantía hipotecaria siempre y cuando sean reportados por el asegurado a FICOHSA.



LAS LÍNEAS ALIADAS O COBERTURAS QUE CUENTAN EN LA PÓLIZA SON:



COBERTURAS ADICIONALES PARA CUBRIR HIPOTECAS:

Derrumbe total del bien asegurado y/o derrumbe parcial que afecte la estabilidad del mismo, ocurrido en forma súbita e imprevisto.

Deslaves, movimientos de tierra, deslizamiento, hundimiento y/o ablandamiento de terreno, sin importar sus causas.

CIRCULAR CNBS  
NO. 033/2014

Filtración de aguas lluvias y/o aguas negras.

Daños por agua, humo y otros al intervenir los bomberos.



**Ficohsa**

BANCO | SEGUROS | PENSIONES

## ANEXO 6 RESIDENCIAL CIUDAD DEL ÁNGEL



Vista parcial del resultado del siniestro ocurrido en Ciudad del Ángel