

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA**

**UNITEC**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y SOCIALES**

**INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL**

**COFINTER S.A.**

**SUSTENTADO POR:**

**DAVID RICARDO SUAZO CÁCERES**

**21351025**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN INDUSTRIAL Y DE NEGOCIOS**

**SAN PEDRO SULA, CORTÉS**

**HONDURAS, C.A.**

**JULIO, 2021**

## ÍNDICE

Dedicatoria .....	IV
Agradecimiento .....	V
Resumen Ejecutivo .....	VI
Introducción.....	VIII
<b>1    CAPÍTULO 1.....</b>	<b>1</b>
1.1   Objetivos de la Práctica Profesional.....	1
1.1.1   Objetivo General .....	1
1.1.2   Objetivos Específicos .....	1
1.2   Generalidades de la Empresa .....	1
1.2.1   Reseña Histórica.....	1
1.2.2   Misión .....	2
1.2.3   Visión.....	2
1.2.4   Valores .....	2
1.2.5   Productos de COFINTER S.A. ....	3
1.2.6   Organigrama.....	3
<b>2    CAPÍTULO II.....</b>	<b>4</b>
2.1   Proceso de Otorgamiento de Créditos.....	4
2.1.1   Servicio Al Cliente. ....	4
2.1.2   Análisis Financiero.....	4
2.1.3   Creación del contrato del Préstamo.....	5
2.1.4   Digitalización. ....	7
2.1.5   Revisión por Control Interno. ....	7
2.1.6   Generación del Préstamo .....	7
2.1.7   Desembolso por al área de Caja.....	7
2.2   Actividades Realizadas.....	7
2.2.1   Servicio al Cliente. ....	7

2.2.2	Análisis Financiero.....	8
2.2.3	Creación del Contrato del Préstamo.....	8
2.2.4	Seguimiento de Clientes.....	8
2.2.5	Ejecución de Planillas.....	8
2.2.6	Ejecución de aplicación de Mora.....	8
2.2.7	Apoyo en departamento de Control Interno.....	9
3	CAPÍTULO III.....	10
3.1	Propuesta 1: Posicionamiento de Mercado.....	10
3.1.1	Antecedentes.....	10
3.1.2	Descripción de la Propuesta.....	11
3.1.3	Costo de la propuesta.....	16
3.1.4	Impacto de la propuesta.....	17
3.2	Propuesta 2. Proceso de Otorgamiento de Créditos.....	19
3.2.1	Antecedentes.....	19
3.2.2	Descripción de la Propuesta.....	22
3.2.3	Impacto de la propuesta.....	23
4	CAPÍTULO 4.....	27
4.1	Conclusiones.....	27
4.2	Recomendaciones.....	27
4.2.1	Recomendaciones para la Empresa.....	27
4.2.2	Recomendaciones para la Institución.....	27
4.2.3	Recomendación Para Los Estudiantes.....	28
	Bibliografía.....	29
	Glosario.....	31
	Anexos.....	32

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1 <i>Organigrama COFINTER</i> .....	3
Ilustración 2 <i>Otorgamiento Mayo 2021</i> .....	11
Ilustración 3 <i>Análisis FODA</i> .....	12
Ilustración 4 <i>Matriz Ansoff</i> .....	14
Ilustración 5 <i>Costo de la Propuesta.</i> .....	16
Ilustración 6 <i>Costo de Personal de Marketing</i> .....	17
<i>Requisitos para puesto de marketing</i> .....	17
Ilustración 7 <i>Proyección de clientes nuevos</i> .....	18
Ilustración 8 <i>Hallazgo de errores</i> .....	20
Ilustración 9 <i>Proceso Otorgamiento de Préstamos</i> .....	21
Ilustración 10 <i>Tiempos de Otorgamiento de Préstamos</i> .....	21
Ilustración 11 <i>Proceso De Otorgamiento De Créditos Propuesto</i> .....	23
Ilustración 12 <i>Tiempo De Otorgamiento De Préstamo Propuesto</i> .....	24
Ilustración 13 <i>Cuadro Comparativo</i> .....	25
Ilustración 14 <i>Costo de Capacitación</i> .....	26
Ilustración 15 <i>Solicitud de préstamo.</i> .....	32
Ilustración 16 <i>Hoja de autorización de deducción.</i> .....	36
Ilustración 17 <i>Cotización</i> .....	37

## **Dedicatoria**

Dedico primeramente este proyecto a Dios que es quien me ha permitido llegar hasta acá, es por su gracia y misericordia que estoy por culminar mi carrera universitaria, gracias a Él que siempre me ha brindado fuerza a lo largo de mi vida y que nunca me ha dejado sólo. También dedico este nuevo éxito en mi vida a mi papá, que sé que desde el cielo se alegra de todos los éxitos que he podido alcanzar; a mi madre, que siempre y aún más desde que mi papá no está con nosotros ha hecho hasta lo imposible por ayudarnos a mis hermanos y a mí a conseguir nuestras metas. De igual manera a mi esposa que siempre me ha brindado su apoyo en alcanzar esta meta.

## **Agradecimiento**

Agradezco primeramente a Dios por ayudarme en cada etapa de mi vida universitaria, brindándome fuerzas y sabiduría para siempre enfrentar desafíos y superarlos.

A mis demás familiares y amigos que siempre me brindaron su apoyo para poder completar esta etapa de mi vida.

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por darme la oportunidad de realizar mis estudios en esta casa de estudio que siempre vela por la excelencia profesional.

A todos los catedráticos que a lo largo de mi carrera universitaria me brindaron sus conocimientos y valores que hoy sirven de base para desarrollarme como profesional.

A la empresa Corporación Financiera Internacional (COFINTER S.A.) por haberme abierto las puertas para realizar mi práctica profesional, y más en este tiempo de pandemia que vivimos a nivel mundial. También por haberme brindado información necesaria que hoy sustenta este informe.

## Resumen Ejecutivo

COFINTER es una entidad financiera regulada por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, la cual ofrece a sus clientes tres tipos de productos, los cuales son préstamos fiduciarios, prendario e hipotecario. La empresa es capaz de otorgar un préstamo en menos de 24 horas laborales cuando la documentación es presentada de manera correcta. En la actualidad cuenta solamente con dos oficinas, en las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula respectivamente, cuenta con convenios con 69 empresas, la mayoría del sector público. Uno de los beneficios de la empresa es que las cuotas de los préstamos los cobran automáticamente por medio del Sistema Integrado de Administración Financiera (SIAFI), que es el método por el cual el Gobierno de Honduras paga los salario a sus empleados públicos y las deudas con los proveedores de bienes y servicios. La empresa se encuentra en un mercado en los cuales tiene muchos competidores fuertes y muchos productos sustitutos, por ello es importante que la empresa conozca su entorno, que se interese por los cambios sociales y se preocupe por llegar a nuevos mercados. La empresa tiene el potencial y el capital, que es lo más importante, para poder lograr el posicionamiento deseado pero para ello debe de enfocarse en hacer marketing. Hoy en día, la empresa no cuenta con un departamento encargado exclusivamente a ello, las decisiones de mercadotecnia las toma la gerencia en Tegucigalpa. Basado en esto, se recomienda que la empresa cuente con un plan de marketing basado en la estrategia de Marketing Mix (Silva, 2020), analizando antes la situación de la empresa mediante los análisis FODA y las 5 Fuerzas de Porter para así determinar qué acciones serán las necesarias para poner en marcha la estrategia de marketing. Con este planteamiento se espera que la empresa inicie una nueva forma de ver a sus clientes y se pueda aumentar su participación de mercado.

Durante la práctica profesional se apoyó en el Área de Créditos y en Control Interno. El Área de Créditos es el encargado de atender a los clientes y en tramitar los préstamos que ellos deseen en conformidad con el manual de control interno y las políticas de créditos. También son los encargados de realizar la deducción por planilla y llevar un control de los clientes que estén en mora.

El área de Control Interno es el proceso permanente y continuo que permite que la empresa evite el incumplimiento de las leyes emitidas por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros, siendo Control Interno una herramienta clave para evitar los riesgos que pudiesen impedir la

consecución de los objetivos de la institución. se realizan todas las revisiones de las solicitudes de préstamos, transacciones efectuadas en bancos y movimientos en contabilidad. El departamento evidencia el cumplimiento de sus labores con un informe mensual que se presenta a la Gerencia de la oficina principal en la ciudad de Tegucigalpa.



## Introducción

COFINTER es una empresa dedicada a la captación de los recursos, que como su definición nos indica; es el proceso mediante el cual un intermediario financiero recibe por parte de individuos, a cambio de la adquisición de deudas u obligaciones. La empresa acepta depósitos de clientes a tasa fija y procura incrementar sus beneficios mediante la colocación de préstamos personal y a empresas a plazos y tasas superiores (Deloitte, 2019).

Durante el periodo de práctica profesional, que comprende del 19 de abril al 25 de junio del año 2021, el cargo a desempeñar dependió del área donde estuvo apoyando ya que estuvo en varios departamentos de la empresa. En el Departamento de Créditos desarrolló actividades de servicio al cliente, análisis cuantitativo y cualitativo del cliente, toma de decisiones acerca de la aprobación o no aprobación del préstamo, creación del préstamo en el sistema, creación y actualización del expediente del cliente, control y seguimiento de clientes, ingreso al sistema las moras de clientes, ingreso al sistema las deducciones por planilla de cada empresa con la cual tiene convenio. El área créditos es de vital importancia en COFINTER, ya que son quienes tienen contacto directo con los clientes, los que se encargan de retener y recuperar a todos los clientes de la empresa. El tiempo es muy valioso, se trata de realizar cada gestión en el menor tiempo posible para que el cliente se vaya satisfecho y con su trámite terminado.

El presente informe consta de cuatro capítulos, que se detallan a continuación:

- Capítulo I: se encuentran los objetivos de práctica profesional y los datos generales de la empresa como la historia, misión, visión y la estructura organizacional.
- Capítulo II: se explica el proceso de otorgamiento de créditos y se detallan las actividades realizadas en el departamento de créditos.
- Capítulo III: se presentan las propuestas presentadas, explicando la metodología utilizada para la propuesta.
- Capítulo IV: muestra las conclusiones obtenidas durante la práctica profesional, el cumplimiento de los objetivos y recomendaciones para la empresa, la universidad y futuros practicantes.

## **1 CAPÍTULO 1**

En este capítulo se describen los objetivos de la práctica profesional y datos generales de COFINTER S.A.

### **1.1 Objetivos de la Práctica Profesional**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica en un ambiente laboral para poder apoyar a COFINTER en sus actividades e identificar oportunidades de mejora que beneficien a la empresa.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos**

- Desarrollar una propuesta de mejora mediante un plan de mercadotecnia para aumentar el posicionamiento de mercado en un 6% para finales de 2021.
- Analizar el proceso de otorgamiento de préstamos para proponer soluciones que ayuden a minimizar las correcciones y reducir el tiempo de este.
- Elaborar un análisis económico de las propuestas plasmando el coste-beneficio para evaluar la viabilidad de estas.

### **1.2 Generalidades de la Empresa**

#### **1.2.1 Reseña Histórica**

En Honduras existe una entidad desconcentrada de la Presidencia de la República, con independencia funcional, presupuestaria y facultades administrativas suficientes para asegurar habilidad técnica y financiera necesaria para el cumplimiento de sus objetivos (Comisión Nacional de Bancos y Seguros, Gerencia de Tecnología de Información y Comunicación., 2019). La Corporación Financiera Internacional S.A. (COFINTER) se encuentra en el sistema financiero del país, es una compañía orientada a la captación de recursos financieros, en depósitos a plazos fijos con las tasas más competitivas del mercado.

La Financiera se constituyó mediante instrumento público No.63 el 21 de agosto de 1991, por tiempo indefinido y con un capital inicial de L 750,000. Posteriormente a su fecha de constitución han existido varias modificaciones a la escritura y al capital social: en fecha 28 de mayo de 2010, según instrumento público No.91 se aumentó el capital social de la Financiera hasta por L

60,000,000, representada por 600,000 acciones con valor nominal de L100 cada una. En fecha 23 de septiembre de 2013, según instrumento público No.30 se aumentó el capital social de la Financiera hasta por L 90,000,000, representada por 900,000, acciones con valor nominal de L100 cada una mediante la capitalización de utilidades retenidas, inscrita en el Registro Mercantil con matrícula número 69514. En fecha 13 de enero de 2016, según instrumento público No. 2 se aumentó el capital social de la Financiera a L 177,174,300.

En fecha 21 de junio del 2018, según instrumento público número 99 se aumentó el capital social de la Financiera hasta por L89,000,000, representada por 890,000 acciones con valor nominal de L100 cada una mediante la capitalización de utilidades retenidas quedando en L266,174,300. (Deloitte, 2019)

La institución persigue los fines de apoyar financieramente a la pequeña y mediana industria de una forma ágil, proporcionando simultáneamente altos intereses a los inversionistas.

La empresa está ubicada en el 4to piso del edificio del Instituto de Previsión Militar (IPM) en el Boulevard Centro América, Tegucigalpa, M.D.C. e inició funciones en la ciudad de San Pedro Sula en el año 2016, ubicada en el Complejo IPM, Colonia Colombia, Avenida Circunvalación. (Deloitte, 2019)

### **1.2.2 Misión**

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes, proveyéndoles prestamos con alta calidad; respetando las medidas prudenciales en la administración de los activos y pasivos de la corporación. Asegurándoles a los accionistas una retribución justa a su inversión. (COFINTER S.A., 1998)

### **1.2.3 Visión**

Ser una empresa líder por la calidad de sus servicios y la seguridad de sus operaciones. (COFINTER S.A., 1998)

### **1.2.4 Valores**

- Prontitud.
- Amabilidad.
- Calidad de servicio.
- La prudencia en la toma de decisiones.

(COFINTER S.A., 1998)

### 1.2.5 Productos de COFINTER S.A.

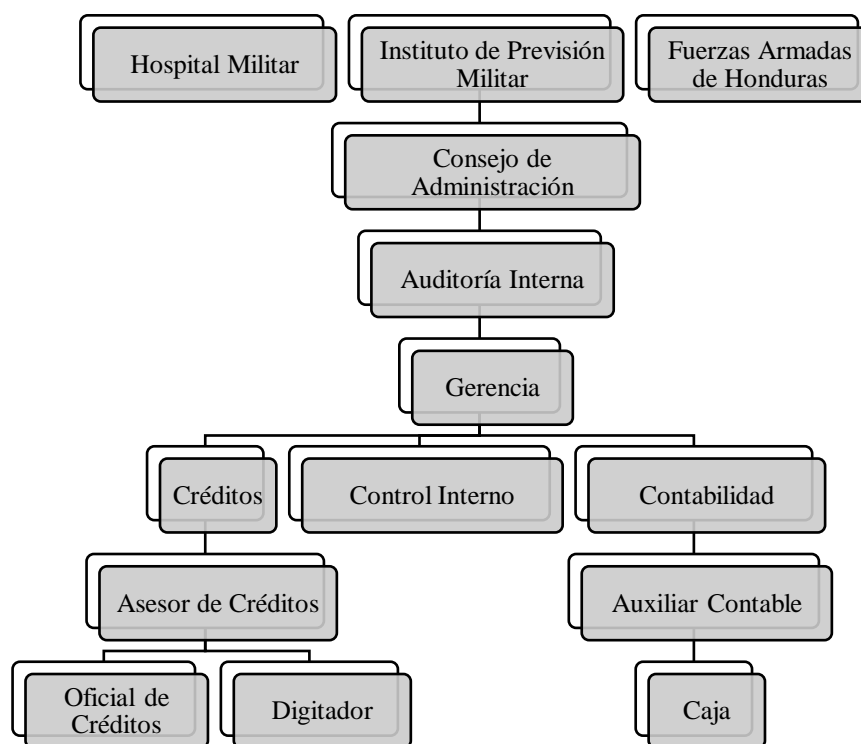
COFINTER S.A. atiende las necesidades financieras con el otorgamiento de préstamos con garantía:

- Fiduciaria
- Prendaria
- Hipotecaria (fondos propios, fondos BANHPROVI y Programa CONVIVIENDA).

### 1.2.6 Organigrama

A continuación se presenta el organigrama de COFINTER.

Ilustración 1 *Organigrama COFINTER*



FUENTE: COFINTER (2021)

## **2      CAPÍTULO II**

El siguiente capítulo describe las actividades realizadas por el Departamento de Créditos de COFINTER y describe las tareas que se llevaron a cabo durante el periodo de práctica profesional. Créditos está conformado por un Asesor de Créditos, tres Oficiales y un Digitador. La función del Asesor de Créditos aparte de atender y otorgar préstamos es supervisar y apoyar a los oficiales. Los oficiales son los encargados de atender a los clientes, otorgar préstamos, hacer seguimiento de clientes en mora y la ejecución de las planillas de su respectiva cartera de clientes. El digitador no tiene contacto directo con el cliente, es quien se encarga de crear el perfil del cliente en el sistema, validar y confirmar las constancias laborales de los clientes, elabora el plan de amortización y la hoja de liquidación de los préstamos.

### **2.1 Proceso de Otorgamiento de Créditos.**

#### **2.1.1 Servicio Al Cliente.**

El Departamento de Créditos es el encargado de atender a los clientes. En primer lugar, obtiene los datos generales del cliente, por ejemplo: el nombre, número de identidad, lugar de residencia y lugar de trabajo. Seguidamente se verifica si la empresa para la cual labora tiene convenio vigente con COFINTER.

COFINTER tiene convenio con aproximadamente 69 empresa, en su mayoría de sector público. Con estas empresas, COFINTER mantiene tasas de interés preferentes que varían del 18% al 22% según el monto al que el cliente pueda optar y el beneficio que la cuota del préstamo sea deducida de planilla.

Si una persona no trabaja en ninguna de las empresas con las cuales se tienen convenio, el proceso para otorgar préstamos cambia al igual que la tasa de interés. Se le pide al cliente 2 avales, con 2 condiciones; que por lo menos 1 de los avales labore en una de las empresas que tengan convenio con COFINTER y que tengan mayor antigüedad de trabajo al igual que un mayor salario que el solicitante.

#### **2.1.2 Análisis Financiero.**

Al confirmar la información anterior, el Oficial de Crédito procede a realizar un análisis financiero para determinar si el cliente puede optar un préstamo o no, tomando en consideración su pasivo laboral y su sueldo neto. COFINTER se limita a prestar un monto de hasta el 80% del pasivo

laboral del cliente y sólo puede afectarle hasta un 60% de la relación cuota-ingreso; tomando en consideración el salario neto. El pasivo laboral se determina mediante el programa que la empresa utiliza, Finacial Software (FINSOFT), solamente requieren el número de identidad de la persona, empresa donde labora y la fecha de acuerdo (la fecha más antigua que COFINTER acepta es del 01/01/2005 hasta la fecha, esto solamente para realizar el cálculo del pasivo laboral, por políticas de la empresa).

Si el cliente cumple con todos los requisitos, procede a analizar la Central de Riesgos de la Comisión Nacional de Banca y Seguros (CNBS) del cliente con el fin de elaborar un análisis de riesgo. Este análisis de riesgo toma en consideración varios aspectos que la Central de Riesgos de la CNBS refleja acerca del comportamiento del cliente en compromisos adquiridos con el sistema financiero de Honduras. El análisis tiene valoración máxima de 100 puntos en el cual el cliente que podría aplicar debe tener una valoración mayor o igual que 60.

### **2.1.3 Creación del contrato del Préstamo.**

En esta etapa del proceso, el oficial de crédito tiene que generar varios documentos los cuales el cliente tendrá que leer, estar de acuerdo y firmar para poder obtener su préstamo. Los cuales son:

- Solicitud de crédito: hoja de solicitud que detalla la información específica del cliente, las cuales son: fecha de la solicitud, monto solicitado, nombres y apellidos, edad, lugar y fecha de nacimiento, dirección exacta donde reside, números de teléfonos, lugar y puesto de trabajo, dos referencias familiares con nombres completos y números de teléfonos, una referencia no familiar.
- Hoja de desembolso: le muestra al cliente los detalles de su préstamo y el monto que será depositado a su cuenta de banco preferida.
  - Monto del préstamo.
  - Tasa de interés.
  - Plazo del préstamo.
  - Días de ajuste. Intereses calculados según cuantos días faltan para cerrar el mes, siempre se calcula hasta los días 30, por ejemplo: si un cliente solicita un préstamo el día 13 de X mes, los días de ajuste serán 17.
  - Cuota del seguro de deuda (aplica solamente para mayores de 55 años; en este caso el seguro se le amortiza en un plazo de 2 años).

- Cuentas por consolidar (aplica si el cliente necesita consolidar deudas en otros bancos, cooperativas o casas comerciales; estos montos se le deducen del monto inicial del préstamo).
- Gastos administrativos (es el 2.5% del monto del préstamo para préstamos fiduciarios y prendarios, y 0.5% de préstamos hipotecarios).
- Seguro de deuda (si es menor de 54 años, se le aplica el monto total del seguro)
- Total de desembolso (efectivo que se le deposita al cliente).
- Formato (Personas Expuestas Públicamente) P.E.P.'S: establece que el cliente no tiene ningún nexo familiar con personas que ocupan algún cargo público.
- Carátula del contrato: Es un documento que explica a detalle el contrato con la fecha del pago de la primera cuota.
- Hoja del seguro: Documento en el cual el cliente acepta el valor del seguro de deuda que le será cobrado a principio del trámite o amortizado en un plazo de dos años; según sea el caso.
- Beneficiarios: especifica el nombre de dos personas que quedarán de beneficiarios en caso de que el solicitante muera. El Banco de Desarrollo Rural S.A. (BANRURAL) es la empresa que maneja la cartera de clientes de COFINTER. Seguros BANRURAL le solicita al cliente dos personas para que sean sus beneficiarias, la primera persona queda como preferente, la cual en caso de muerte del solicitante, cobrará el total de pagos a capital que el cliente haya realizado hasta la fecha de su muerte. La segunda persona solamente cobraría si aún caso la persona en primer lugar no puede ser contactada.
- Hoja de consolidación: detalla las deudas que el solicitante tiene con otros bancos, cooperativas o casas comerciales. COFINTER paga mediante cheques o transferencias a cuentas, esto depende de cómo la otra empresa prefiera el pago.
- Autorización de depósito: detalla la cuenta de banco a la cual el cliente prefiere que se le realice el desembolso final de su préstamo.
- Autorización de Deducción por Planilla: el cliente autoriza a la empresa para la cual labora a depositar mensualmente la cuota del préstamo que adquiere con COFINTER.

Posteriormente el cliente acepta y firma los documentos, el oficial procede a ingresar todos los datos al sistema FINSOFT. Introduce los datos generales del cliente, empresa donde labora, monto otorgado, plazo del préstamo, tasa de interés, tipo de préstamo (varían entre consumo, consolidación de deuda y compra de vivienda). Al ingresar todos los datos, el sistema genera un plan

de pagos, un pagaré, y un contrato (esto depende del tipo de préstamo que se realice: fiduciario, prendario, hipotecario). Estos documentos al igual que los anteriormente mencionados tienen que ser revisados y explicados a detalle al cliente y luego ser firmados por el mismo. El cliente debe recibir copias de los siguientes documentos: contrato, plan de pagos, la hoja de desembolso, análisis financiero.

#### **2.1.4 Digitalización.**

El expediente del préstamo pasa a un área del Departamento de Créditos, que es el encargado de digitalizar el préstamo en donde se crea o actualiza el perfil con el nuevo préstamo, fechas de pagos, hoja de liquidación y demás información del cliente.

#### **2.1.5 Revisión por Control Interno.**

El expediente pasa del Departamento de Créditos al departamento de Control Interno, que es quién se encarga de revisar y confirmar a detalle que todos los documentos estén en orden y que todos los valores, montos estén correcto para la aprobación del préstamo. Si aún caso existe un error, se devuelve el archivo a los oficiales o digitador para su pronta corrección.

#### **2.1.6 Generación del Préstamo**

Con la aprobación de Control Interno, el Asesor de créditos procede generar el préstamo en el sistema para luego pasarlo a Caja para su liquidación.

#### **2.1.7 Desembolso por al área de Caja.**

El expediente pasa a caja, donde se realiza el depósito al cliente, creación de cheques o depósitos a favor de bancos, cooperativas o casas comerciales en las cuales el cliente consolidará deudas.

### **2.2 Actividades Realizadas.**

A continuación se explicará a detalle las actividades realizadas durante la práctica profesional.

#### **2.2.1 Servicio al Cliente.**

Asistencia en servicio al cliente, se tomó la información necesaria para iniciar con los análisis necesarios para el otorgamiento de un préstamo. Se toman los datos generales del cliente, lugar de trabajo, los vouchers originales donde se reflejen las deducciones por planilla que tiene el cliente; esto que sirve de base para determinar la relación cuota-ingreso en el análisis financiero.



### **2.2.2 Análisis Financiero.**

Para realizar el análisis se toma en consideración el monto y el plazo deseado para así calcular el valor final de la cuota. Al conocer la cuota se determina la relación cuota-ingreso del cliente para poder decidir si éste aplica o no para préstamo, ya que ésta relación no puede sobre pasar el 60%. También se calcula el pasivo laboral del solicitante y se analiza su historial crediticio en la central de riesgo para poder realizar un análisis cualitativo del mismo.

### **2.2.3 Creación del Contrato del Préstamo.**

Apoyar en el proceso de la creación del contrato ingresando los datos del cliente, las tasas de interés, el plazo del préstamo en el sistema FINSOFT para así generar el plan de pagos, el pagaré y el contrato del préstamo. Esto se realiza exclusivamente en el sistema que la empresa utiliza, luego se corrigen en Microsoft Word los datos que pudieran estar incorrectos para por último imprimir los documentos antes mencionados.

### **2.2.4 Seguimiento de Clientes.**

Llamadas de seguimiento a clientes, en su mayoría veteranos de guerra, que estén interesados en refinanciar préstamos. En caso de que el cliente estuviera interesado se le solicita su constancia a las Fuerzas Armadas de Honduras, ya que la constancia es necesaria para poder empezar con el análisis del cliente. También se realizan llamadas a los clientes que se encuentran en mora para conocer el por qué no se está haciendo el pago de la cuota.

### **2.2.5 Ejecución de Planillas.**

El proceso de deducciones por planilla se desarrolla por medio del sistema FINSOFT. Este proceso se realiza en los últimos días de cada mes. El oficial es el encargado de realizar este proceso, se introducen las deducciones por cada empresa velando siempre que la cuota sea la correcta para cada persona, si existiera algún incremento por mora o por pago de seguro es en este proceso en donde se le aumenta al cliente el valor de la cuota. El sistema no lo genera de forma automática, cada mes el Oficial tiene que realizar de forma manual este proceso.

### **2.2.6 Ejecución de aplicación de Mora.**

Aplicar la mora correspondiente a clientes en mora. Esta acción se realiza en los primeros días de cada mes. Se calcula la mora desde la última cuota, tomando como base la deuda en saldo capital, la tasa de interés y los días transcurridos desde la fecha del último pago. Al resultado se le

suma a la cuota nivelada que el cliente tiene como compromiso mensual de su préstamo. Se lleva también un control general de clientes en mora; se les categoriza entre I hasta V, donde I son los clientes que llevan menos de treinta días de retraso en sus pagos y el V es considerado como aquel préstamo difícil de recuperar y donde la empresa ya toma acciones legales entra de la persona.

### **2.2.7 Apoyo en departamento de Control Interno.**

Control Interno revisa minuciosamente que toda la documentación de los préstamos esté correcta. Si existiera un error en algún número o alguna letra se le devuelve el expediente al oficial para que haga la corrección debida y el proceso se retrasa hasta que el expediente vuelva a pasar por control interno y sea aprobado para su respectiva liquidación. Se apoyó en revisión de reportes de bancos con bitácora de hallazgos de préstamos, revisando que los datos y montos estén correctos, confirmando el número de préstamo, nombre del cliente, monto otorgado, desembolso al cliente y fecha de otorgamiento. Se realizaron arqueos diarios de caja, revisando el efectivo disponible al final del día, así como el último número de cheque emitido por día y los depósitos realizados a clientes o proveedores. Se apoyó en la revisión de partidas contables de entradas y salidas de efectivo, comprobando que las facturas Clave de Autorización de Impresión (CAI) estén en orden y los montos de desembolsos sean los correctos. Se revisaron los cheques emitidos durante el mes, cotejándolos con la información que genera el sistema SINSOFT.

### 3 CAPÍTULO III

#### 3.1 Propuesta 1: Posicionamiento de Mercado.

La metodología de trabajo utilizada en esta investigación corresponde a la metodología de un plan de marketing según los autores Kotler y Keller.

(Kotler & Keller, 2012) “El plan de marketing es el instrumento central para dirigir y coordinar el esfuerzo de marketing; el cual opera en dos niveles: estratégico y táctico. El plan estratégico de marketing establece los mercados meta y la propuesta de valor de la empresa con base en el análisis de las mejores oportunidades de mercado. El plan táctico de marketing especifica las tácticas de marketing que incluyen las características del producto, promoción, comercialización, fijación de precios, canales de ventas y servicio.”

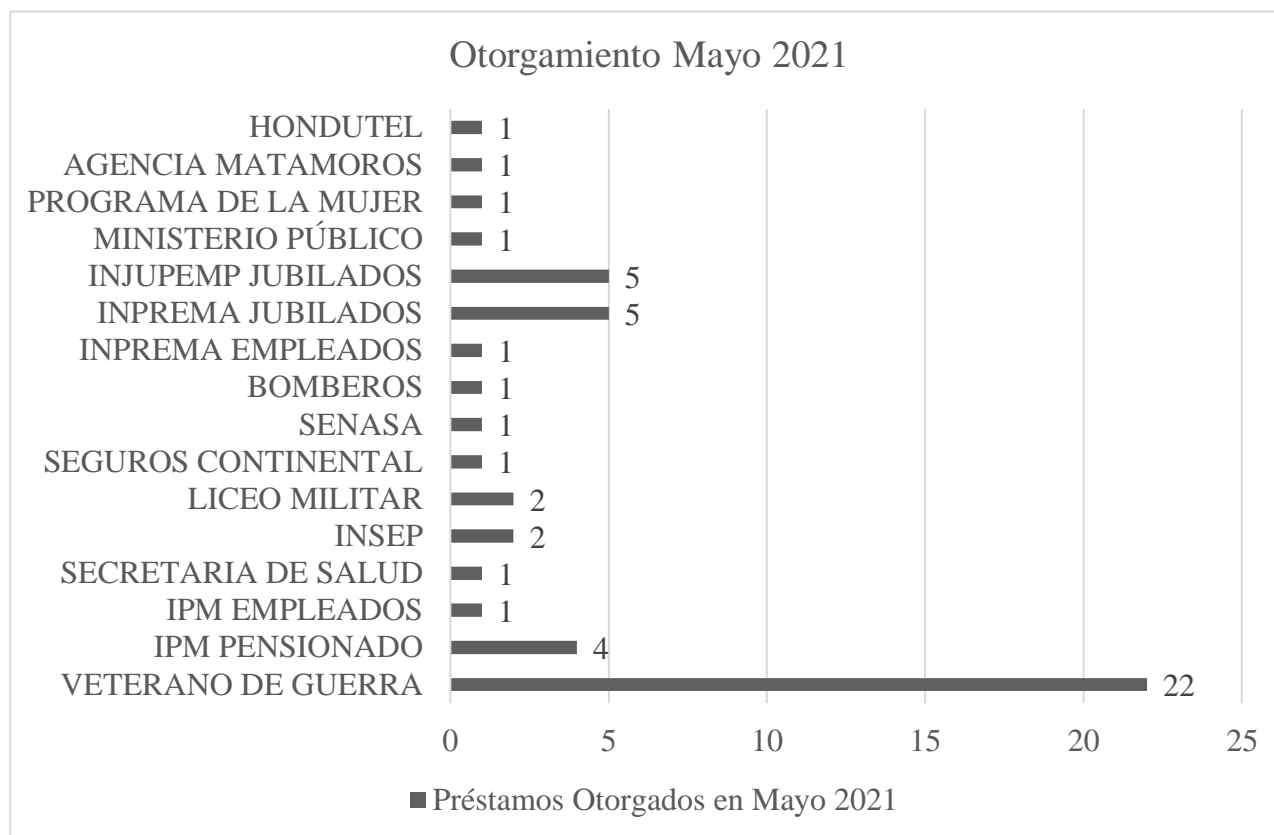
##### 3.1.1 Antecedentes.

COFINTER no tiene estrategias definidas de mercadotecnia, no se basan en estudios o análisis del mercado y el único marketing que realiza es por medio de redes sociales a través de una empresa subcontratada que maneja la cuenta en Facebook. La empresa no cuenta con un buen posicionamiento ya que no se encuentra entre las entidades financieras conocidas del país a pesar de contar con tasas inferiores a la de sus competidores.

(Mesa Editorial, 2021) Las empresas que lideran la participación en Honduras a diciembre del 2020 son Financiera CREDIQ S.A., COFISA, ODEF FINANCIERA Y FINSOL.

Al momento de la investigación tiene convenio con 69 empresas, en su mayoría del sector público pero el mayor porcentaje de clientes son los veteranos de guerra, con casi el 90% de su cartera de clientes; como se muestra en la ilustración 2, en el mes de mayo del 2021 se otorgaron 50 préstamos, de los cuales el 44% fueron de veteranos de guerra y solamente se atendieron a 16 empresas de su cartera de clientes.

Ilustración 2 Otorgamiento Mayo 2021



*Fuente: Elaboración Propia, Con Datos De Control Interno*

En promedio se otorgaron 2.39 préstamos por día, tomando en cuenta que se trabajaron 21 días en el mes de mayo, y el 80% del otorgamiento fueron refinanciamientos de préstamos. Estos datos demuestran que no están llegando a nuevos clientes y tampoco a toda su cartera de clientes.

### 3.1.2 Descripción de la Propuesta.

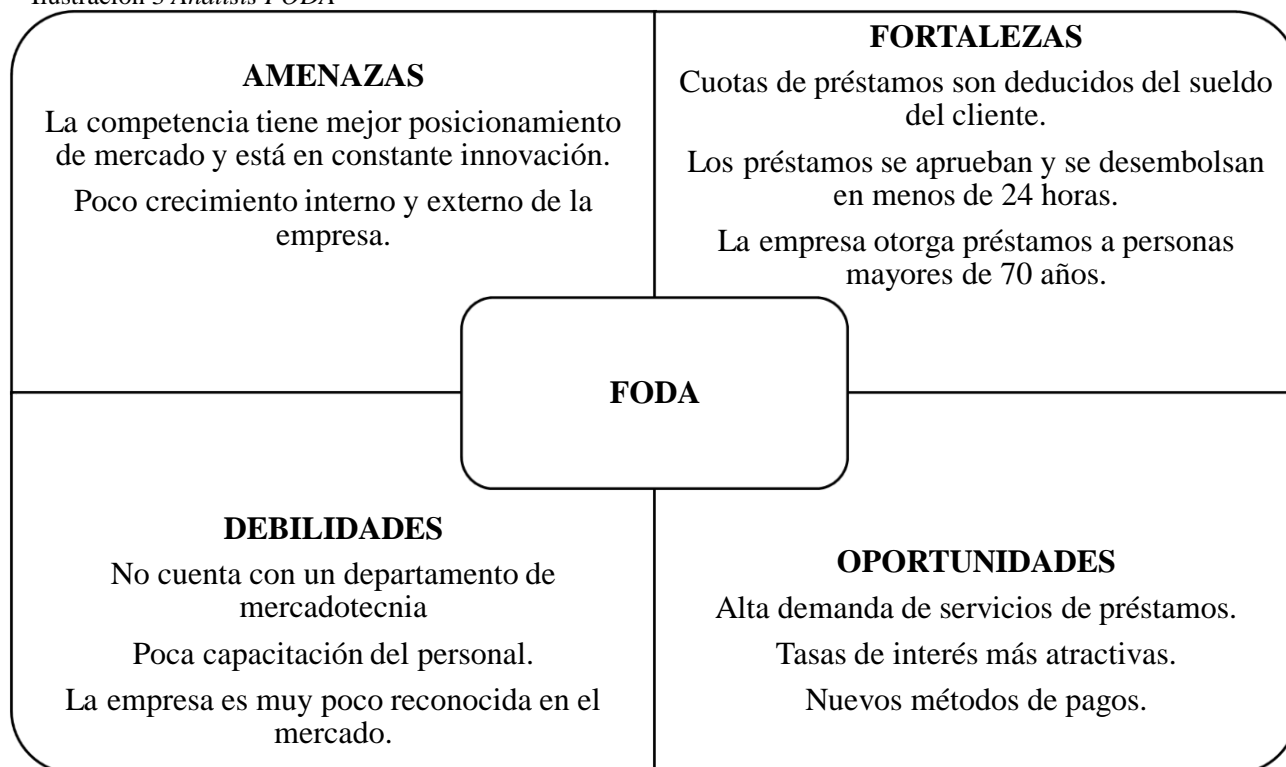
Se determinó que es necesario desarrollar un plan de mercadotecnia partiendo de la estrategia de mercadotecnia del Marketing Mix.

(Galán, 2015) “El Marketing Mix es una estrategia centrada en el aspecto interno de una compañía y que sirve para analizar algunos aspectos básicos de su actividad. Gracias a su simplicidad, es considerado un instrumento esencial para las empresas de todo el mundo a la hora de plantear operaciones, tácticas de marketing y cumplir los objetivos de estas.”

### 3.1.2.1 Análisis de la Situación

Para poder comprender como está COFINTER al momento de la investigación se realizó un análisis de su situación. Las empresas deben tener la capacidad de adaptarse a las situaciones que cambiantes del entorno, tanto interno como externo y ser capaces de cambiar su modelo de negocio en base al mercado tan cambiante de estos tiempos. Para poder entender mejor la situación de COFINTER, se procedió a realizar un análisis FODA.

Ilustración 3 Análisis FODA



*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

Se procedió a elaborar un análisis competitivo basado en la metodología llamada “Las 5 Fuerzas de Porter”. El propósito de esta metodología es identificar elementos clave de cada fuerza competitiva que afectan a la organización (Equipo de ThePowerMBA, s.f.). Esta metodología es clave no solamente para el marketing sino también para conocer a donde y como está ubicada la empresa y en base a ello crear las estrategias necesarias para lograr un crecimiento de mercado.

Las 5 fuerzas de Porter consideran 5 aspectos esenciales en el funcionamiento de toda empresa, como lo son: Rivalidad Competitiva, Amenaza De Productos Sustitutos, Amenaza De

Nuevos Competidores, Poder De Negociación De Los Proveedores, Poder De Negociación De Los Clientes. A continuación se presenta el análisis de COFINTER:

- **Amenaza de Nuevos Competidores.** La amenaza de la entrada de nuevos competidores es muy baja debido a las barreras de entrada y el alto capital que se requiere para instalar una entidad financiera. La CNBS en su circular No 027/2018 establece que fijo el monto de capital mínimo en L. 85,000,000.00 para Sociedades Financieras. (Comisión Nacional de Bancos y Seguros, 2018)
- **Poder de Negociación de los Clientes.** Los clientes no tienen el poder de negociación sobre la empresa ya que esta se rige por las políticas que emita la CNBS en cada circular que emite mensualmente. Sin embargo los clientes tienen opción a decidir entre las diferentes empresas que les ofrezcan mejores beneficios y ofertas.
- **Poder de Negociación de los Proveedores.** Así como los clientes no tienen un alto poder de negociación sobre la empresa, tampoco lo tienen los proveedores. Los proveedores desempeñan un papel importante en las actividades de la empresa pero estos proveedores pertenecen a rubros diferentes, por ejemplo, los proveedores de COFINTER son Energía Honduras, Aguas de SPS, Cable Color, Pacasa (papelaría y útiles).
- **Rivalidad Competitiva.** En Honduras existen 10 Sociedades Financieras reguladas por la CNBS. Se considera que la competencia es alta ya que aparte de COFINTER, existen 9 entidades más que ofrecen los servicios y productos similares; además cuentan con una buena infraestructura, capital humano y desarrollo tecnológico. (Comisión Nacional de Bancos Y Seguros, 2019)
- **Amenaza de Productos Sustitutos.** En el sector financiero existen amenazas de productos sustitutos, no solamente están aquellas empresas que no se dedican exclusivamente a otorgar préstamos por ejemplo, La Curacao con su programa “La Curacao Cash” (La Curacao, 2018) y compañías que no están reguladas por la CNBS como son CA-Capital o CrediTECH.

Se utilizó la herramienta “Matriz Ansoff”, que sirve para realizar un análisis estratégico de marketing para identificar las oportunidades de crecimiento de una empresa (Dávila, 2020). Tomando en consideración todos los productos que la empresa ofrece y su cartera de clientes se procedió a completar la siguiente tabla.

Ilustración 4 *Matriz Ansoff*

		PRODUCTOS	
		ACTUALES	NUEVOS
<b>MERCADOS</b>	<b>ACTUALES</b>	<p>Penetración de Mercado: Mayor consumo de los productos actuales.</p> <p>a) Aumento del consumo de los productos por la cartera de clientes actual mejorando la tasa de interés.</p>	<p>Desarrollo de Productos: Venta de nuevos productos a la cartera de clientes actual.</p> <p>a) Préstamos para compra de autos. b) Préstamos para educación. c) Préstamos para construcción.</p>
	<b>NUEVOS</b>	<p>Desarrollo de Mercado: Pretende introducir los productos actuales en mercados nuevos.</p> <p>a) Abarcar mercados geográficos nuevos. Esto significa expandirse en el departamento de Cortés y abarcar a los clientes de los departamentos de la zona Norte y Occidente.</p> <p>b) Atraer nuevos clientes, creando convenios con más empresas de la ciudad.</p> <p>c) Aperturas de nuevos canales de distribución como es la banca en línea.</p>	<p>Diversificación. Nuevos productos a nuevos mercados. Poder alcanzar un nuevo mercado con un producto totalmente nuevo.</p> <p>a) Seguros de vida. b) Seguros médicos. c) Seguros de accidentes. d) Administración de Fondo de Pensiones.</p>

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

De acuerdo con la información expuesta en la matriz Ansoff, se determinó que la estrategia más viable para COFINTER es la de Desarrollo de Mercado tomando en consideración la situación actual en la que se encuentra.

El resultado del análisis refleja que la empresa tiene bastantes oportunidades de mejora que podría aprovechar para mejorar su participación en el mercado y aumentar su cartera de clientes. Al no contar con un departamento de Mercadotecnia se hace difícil que se lleven a cabo las estrategias orientadas a alcanzar el crecimiento deseado.

### 3.1.2.2 Marketing Mix

- **Producto:** para el momento de la investigación se cuenta con tres diferentes tipos de préstamos: fiduciario, prendario e hipotecario. El que más resulta rentable a la empresa es el préstamo fiduciario, en segundo lugar es el hipotecario. La empresa necesita hacer más énfasis en promover más los préstamos hipotecarios y prendarios ya que esos productos son poco solicitados. Se considera que se tienen que entregar regalías a los clientes, por ejemplo un pequeño obsequio al realizar un préstamo como una taza, un bolígrafo o una agenda; algo que genere un valor agregado al servicio brindado.
- **Precio:** se considera que es necesario establecer una tasa de interés más atractiva a empresas que están dentro del convenio con COFINTER y también la tasa de interés para personas que laboran en empresas fuera del convenio. Se considera necesario revisar los requisitos para estas personas y así lograr que se interesen acceder a solicitar préstamos ya que durante el periodo de práctica profesional llegaron personas con el deseo de adquirir un producto pero la tasa y los requisitos hacían que estos se desinteresaran.
- **Plaza:** los canales de distribución para las entidades financieras son de grado de control directo, es decir entre la entidad financiera y el cliente; una distribución exclusiva. El canal de distribución será el mismo, la agencia de COFINTER en San Pedro Sula. A futuro se considera necesario inaugurar agencias en otras ciudades importantes del país para tener una mejor participación a nivel nacional ya que el hecho de contar solamente con dos oficinas a nivel nacional significa una gran desventaja con respecto a la competencia.
- **Promoción:** con el fin de dar a conocer la empresa, se considera utilizar tanto métodos de publicidad ATL como BTL. Como publicidad ATL se propone anunciar en los medios de comunicación más importantes del país, que se trate de un anuncio atractivo



que sepa comunicar de manera sencilla para que el público entienda mostrando siempre sinceridad y veracidad de los beneficios que los clientes obtendrán al solicitar un producto en específico. Como publicidad BTL, la elaboración de banners y hojas volantes con la información general de los productos y requisitos para colocarlos en las empresas que están dentro del convenio para así poder alcanzar nuevos clientes.

### 3.1.3 Costo de la propuesta.

En las siguientes ilustraciones se detallan los costos de las propuestas del Marketing Mix.

Ilustración 5 Costo de la Propuesta.

Descripción	Cantidad	Precio	Total
<b>Banner 30 x 70 pulgadas</b>	69	L. 800.00	L. 55,200.00
<b>Hojas Volantes</b>	3,450	L. 0.50.00	L. 1,725.00
<b>Lápices</b>	50	L. 350.00	L. 1,750.00
<b>Tazas</b>	50	L. 80.00	L. 4,000.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>L. 62,675.00</b>
<b>ISV 15%</b>			<b>L 9,401.25</b>
<b>TOTAL</b>			<b>L 72,076.25</b>
<b>Spot Publicitario de 30 segundos</b>	1	L. 11,400.00	L 11,400.00
<b>TOTAL</b>			<b>L. 83,476.25</b>

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

El costo de la publicidad es un estimado ya que al momento de la investigación se trató de contactar a dos empresas televisivas y no se obtuvo respuesta alguna. Tomando en consideración un trabajo realizado por un grupo de estudiantes de UNITEC se determinó que la tarifa para un paquete de spot de 30 segundos en Canal TSI 3/7 en horario “Tiempo Prime” es de L. 11,400. (Bobadilla, 2012)

Se considera necesario la contratación de una persona que realice las actividades de mercadeo en la empresa, por lo cual en la siguiente tabla se detalla el costo directo a la empresa. También se detallan los requisitos necesarios para la contratación. Esta persona será la encargada de diseñar, poner en marcha y evaluar las estrategias de marketing necesarias para lograr el crecimiento de mercado deseado por la empresa.

Ilustración 6 Costo de Personal de Marketing

Descripción	Cantidad	Precio	Total
<b>Sueldo</b>	1	L. 13,500.00	L. 13,500.00
<b>Gastos por movilización</b>	1	L. 2,000.00	L. 2,000.00
<b>TOTAL</b>			<b>L. 15,500.00</b>

Fuente: Elaboración Propia (2021)

#### Requisitos para puesto de marketing

<p><b>Perfil</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Egresado de la carrera de Mercadotecnia.</li> <li>➤ Residente en San Pedro Sula o zonas aledañas.</li> </ul>
<p><b>Manejo de sistemas y software</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Microsoft Office: nivel avanzado.</li> <li>➤ Conocimientos financieros: nivel intermedio.</li> </ul>
<p><b>Experiencia</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ 2 años de experiencia</li> </ul>
<p><b>Competencias</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Trabajo en equipo</li> <li>➤ Liderazgo</li> <li>➤ Orientado al servicio</li> <li>➤ Análisis de información</li> </ul>

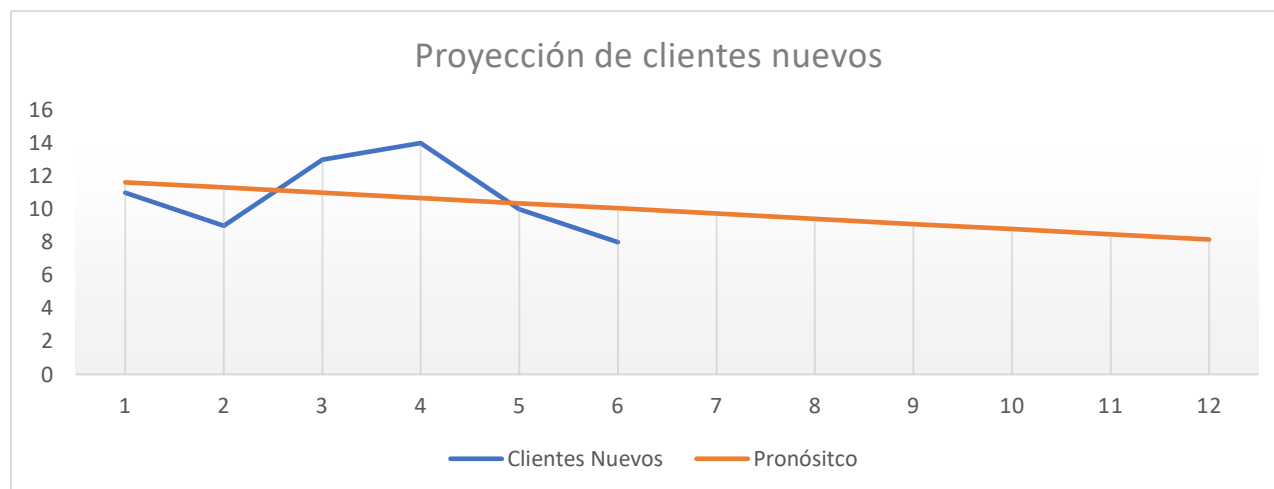
Fuente: Elaboración Propia (2021)

### 3.1.4 Impacto de la propuesta

Con la aplicación ordenada del marketing mix se trabaja con objetivos claros, genera ganancias y logra lealtad en los clientes. Esto ayudará a la empresa a conocer a los consumidores y así modificar el modelo de negocios al estar atentos a los patrones sociales de consumo y a todos los demás factores externos que afecten a la sociedad. La publicidad en un canal de televisión ayudará a que la empresa llegue de forma masiva a los actuales y potenciales clientes creando una imagen de la marca “COFINTER”. Las regalos o detalles cuando un cliente obtiene un producto de la empresa crearán un sentido de pertenencia e importancia en el cliente. El propósito de toda empresa es vender, es por ello se considera importante medir cuánto le cuesta a la empresa atraer nuevos clientes.

En la ilustración 7 se realiza la proyección de préstamos a otorgar hasta diciembre 2021 mediante una proyección lineal.

Ilustración 7 *Proyección de clientes nuevos*



*Fuente: Elaboración Propia Con Datos De Control Interno*

Tomando como base esta proyección se procedió a realizar un cálculo de adquisición de clientes nuevos para determinar cuánto le costaría a la empresa llegar a los clientes mediante el plan de marketing, el cual se determina por medio del siguiente indicador de rendimiento, Coste de Adquisición de Cliente (CAC) (Tarodo, 2018).

$$CAC = \frac{\text{Costo del plan de marketing}}{\text{Clientes nuevos}}$$

En base a este indicador, se determina que:

$$CAC = \frac{83,476.25}{10} = L. 8,347.63$$

Se determina que el costo para la empresa será de L. 8,347.63 por clientes nuevos para el mes de agosto, tomando como variable de cliente nuevo la proyección realizada en la ilustración 6. Para los meses restantes se considera que el costo mensual será de L. 28,276.25 ya que los banners se crearán una sola vez, por lo que para los meses de septiembre a diciembre del 2021 el costo por cliente nuevo sería de un mínimo de L. 2,827.63 si se llegase a alcanzar los pronosticado en la ilustración 7. Debido al rubro y las utilidades que genera otorgar un préstamo se considera que el indicador CAC es favorable para la empresa ya que se está utilizando una proyección lineal para

determinar la cantidad de clientes nuevos y el plan de marketing tiene como objetivo llegar a más personas de las que se proyectan.

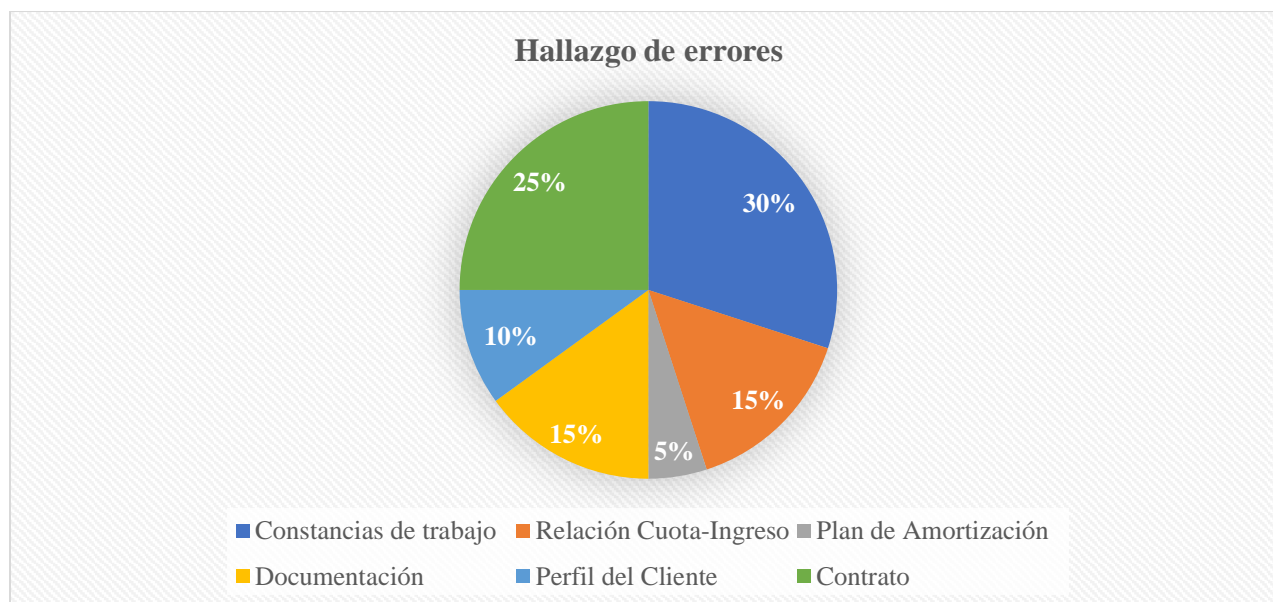
## **3.2 Propuesta 2. Proceso de Otorgamiento de Créditos.**

### **3.2.1 Antecedentes**

Al momento de la investigación se identificó que el proceso de otorgamiento de créditos tiene tiempos muertos, debido a que Control Interno detecta errores en la documentación presentada por el oficial. Esto genera un atraso porque el expediente regresa al oficial para su corrección. Se detectaron diferentes tipos de errores y varían en errores por parte del cliente, oficial de créditos y el digitador, como ser:

- Error en fecha y valores de constancia emitida por empresas terceras (lugar de trabajo, bancos o casas comerciales que detallen la deuda del cliente en caso de que sea refinanciamiento)
- Error en el cálculo de la relación cuota ingreso por parte de los oficiales.
- Error en montos en el plan de amortización.
- Fechas erróneas en los documentos que el cliente firma y autoriza.
- Datos incorrectos de la información general del cliente.
- Datos incorrectos en el pagaré y el contrato del préstamo.

El proceso se atrasa hasta 1-2 días a veces si el error se detecta en un documento presentado por el cliente, este tiene que solicitar la constancia de nuevo corregida; por lo general son clientes que viven fuera de la ciudad y se tienen que volver a movilizar. También cuando existen errores en los documentos que ya están firmados por el cliente hay que contactarlos para que regresen a firmar la documentación. Los errores en aquellos documentos que no requieren firma de los clientes y que solamente quedan como documentación interna tienen un tiempo menor de atraso. El tiempo estándar para que un préstamo sea desembolsado es de 4 horas. La Ilustración 8 muestra el porcentaje de errores que se detectaron entre el 24 de mayo y 25 de junio, tiempo en que se estuvo colaborando en el Departamento de Control Interno.

Ilustración 8 *Hallazgo de errores*

*Fuente: Elaboración Propia Con Datos De Control Interno*

En base a esta información se determinó que los errores y atrasos que se dan en el proceso de otorgamiento de préstamos se concentra más en errores de las constancias de trabajo que son brindadas por el cliente; que suponen un mayor atraso debido a que se deben solicitar de nuevo y es conlleva a atrasas entre 1-2 días mínimo. El segundo error más común que se detecta es en los contratos pero este error se puede corregir en el momento por la oficial ya que la información que se detecta no se encuentra en hojas que llevan la firma ni huella del cliente; solamente se corrige el contrato y se sustituye la hoja.

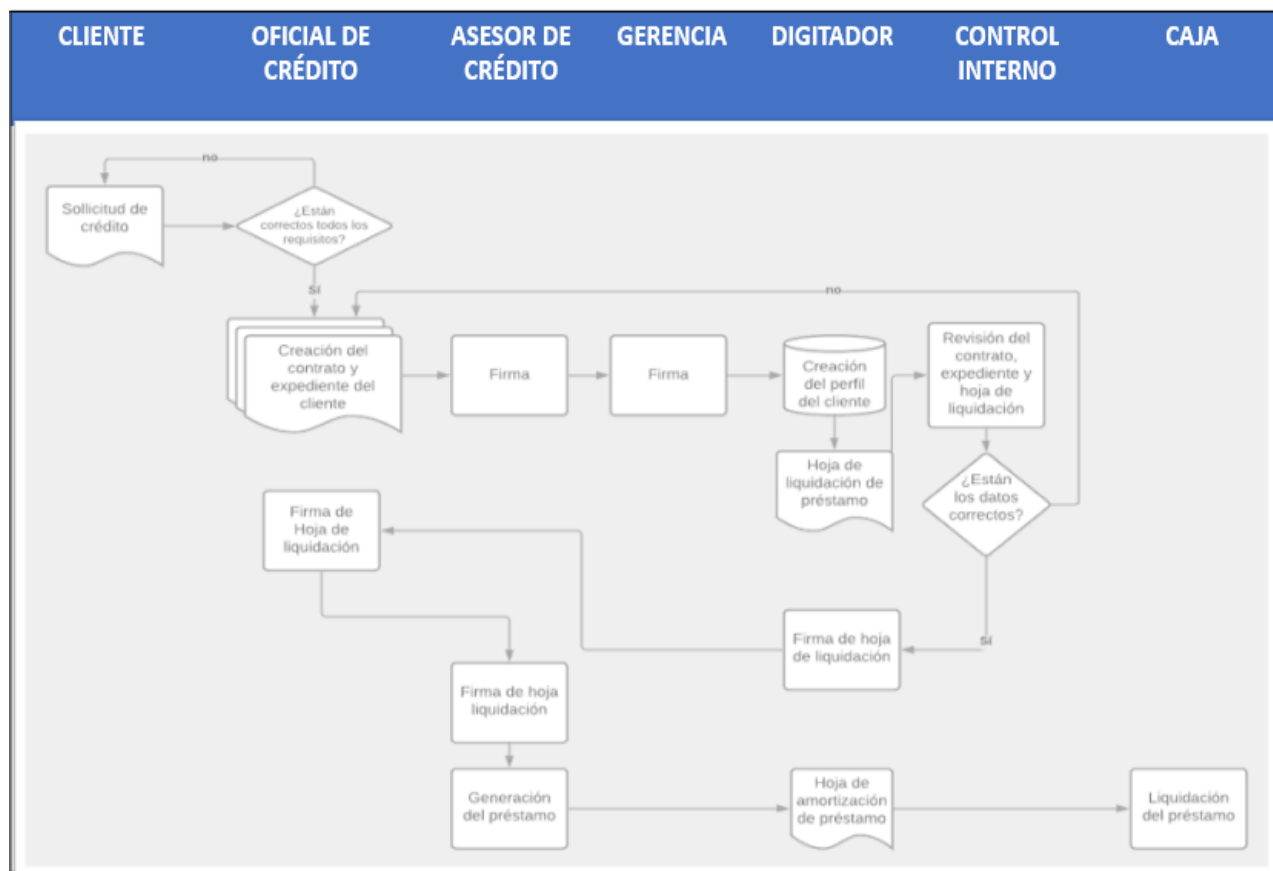
En la ilustración 9 se muestra el proceso actual, por solicitud, de un otorgamiento de préstamo. Los integrantes del proceso son:

- Cliente
- Oficial de crédito
- Asesor de crédito
- Gerencia
- Digitador
- Control Interno
- Caja.

**Inicio:** el proceso inicia cuando un cliente lleva toda la documentación necesaria para la solicitud del préstamo.

**Fin:** el proceso culmina con la liquidación del préstamo a favor del cliente.

Ilustración 9 *Proceso Otorgamiento de Préstamos*



Fuente: *Elaboración Propia (2021)*

En la ilustración 10, se muestran el tiempo actual, por solicitud, del proceso de otorgamiento de préstamo.

Ilustración 10 *Tiempos de Otorgamiento de Préstamos*

Proceso	Responsable	Tiempo
<b>Atención Al Cliente, creación de la documentación y firma del cliente.</b>	Oficial de Crédito	56 minutos

<b>Firma del Asesor de créditos y el Subgerente Regional</b>	Digitador	10 minutos
<b>Creación del Perfil del cliente y hoja de liquidación en el sistema.</b>	Digitador	15 minutos
<b>Revisión y aprobación por Control Interno.</b>	Control Interno	25 minutos
<b>Firmas por Digitador, Oficial y Asesor.</b>	Digitador	5 minutos
<b>Generación del Préstamo</b>	Asesor de Créditos	15 minutos
<b>Creación de Hoja de Amortización</b>	Digitador	5 minutos
<b>Desembolso del préstamo.</b>	Caja	10 minutos
<b>TIEMPO TOTAL</b>		141 minutos

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

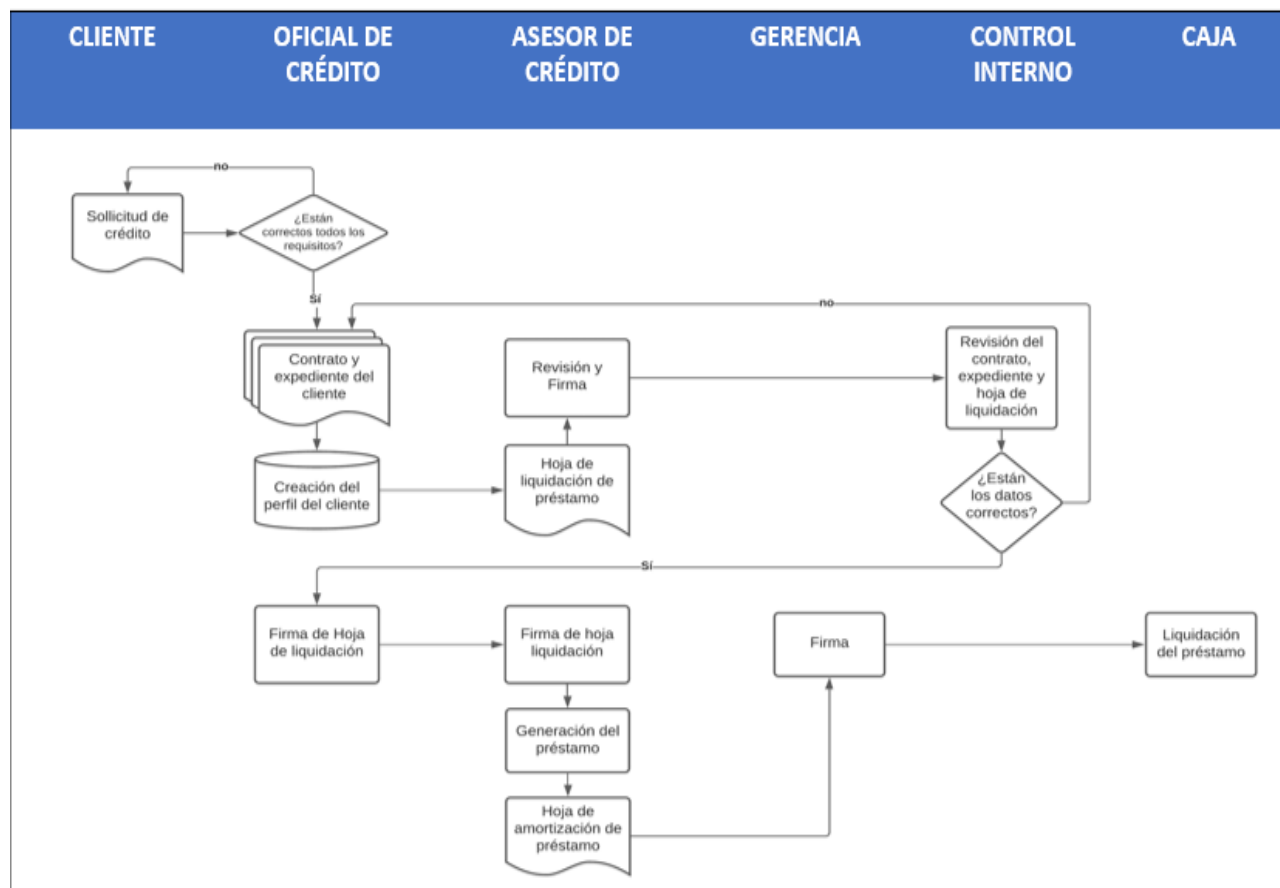
En base a la investigación realizada se determina que el tiempo total para desembolsarle el préstamo a un cliente es de 141 minutos, es decir 2 horas y 16 minutos.

### **3.2.2 Descripción de la Propuesta.**

Se propone un cambio en el proceso de otorgamiento de créditos con el objetivo de minimizar los errores en la documentación, considerando que el actual proceso tiene atrasos debido a los errores que llegan sin ser detectados hasta el proceso de Control Interno y el proceso se detiene para su corrección. Se considera necesario introducir una etapa de revisión por parte del Asesor de Créditos ya que es la persona con mayor experiencia del departamento y así el proceso no avance hasta las últimas etapas para ser corregido, también se considera que la sub gerencia firme la solicitud y los contratos antes de que el préstamo sea desembolsado ya que se observó durante la investigación que la subgerencia aprueba préstamos sin antes ser revisados y aprobados por Control Interno; que luego

detecta errores que conlleven a retrasar o no autorizar el préstamo. Se propone que la actividad de crear el perfil del cliente en el sistema que al momento de la investigación lo realiza el Digitador sean realizadas por el oficial de crédito y la creación de la hoja de la liquidación del préstamo la realice el asesor de créditos, esto con el fin de reducir el tiempo en que se tarda la solicitud en llegar hasta su revisión y aprobación por el departamento de Control Interno.

Ilustración 11 *Proceso De Otorgamiento De Créditos Propuesto*



Fuente: *Elaboración Propia (2021)*

### 3.2.3 Impacto de la propuesta

El proceso propuesto reduciría el tiempo en 11 minutos por solicitud, eliminando las actividades del Digitador debido a que se considera que esas actividades pueden ser realizadas por el oficial y el asesor en el sistema sin perder tiempo en el proceso cuando el expediente se traslada de área. La propuesta permitiría disminuir un subproceso en total y reducir el tiempo total en un 7.8%.



La propuesta beneficiaria que la empresa cuente con más controles de revisión para que no existan atrasos que perjudiquen todo el proceso. En la ilustración 12, se presenta una tabla con el tiempo estimado en cada etapa y se determinó que el proceso actual se reduciría en 11 minutos.

Ilustración 12 *Tiempo De Otorgamiento De Préstamo Propuesto*

<b>Proceso</b>	<b>Responsable</b>	<b>Tiempo</b>
<b>Atención Al Cliente, creación de la documentación, firma del cliente y creación del perfil en sistema.</b>	Oficial de crédito	60 minutos
<b>Creación de hoja de liquidación y revisión de la documentación.</b>	Asesor de crédito	15 minutos
<b>Revisión y aprobación</b>	Control Interno	25 minutos
<b>Firmas en hoja de liquidación.</b>	Asesor y oficial de crédito	5 minutos
<b>Generación del préstamo y creación de hoja de amortización</b>	Asesor de crédito	15 minutos
<b>Firma y aprobación</b>	Subgerencia	5 minutos
<b>Desembolso del préstamo.</b>	Caja	5 minutos
<b>TIEMPO TOTAL ESTIMADO</b>		130 minutos

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

(EAE Business School, 2018) Reducir los tiempos de productividad, en la actualidad cada vez es de mayor importancia y es un factor característico de las empresas. Todas las personas quieren todo a la vez, es por eso por lo que reducir los tiempos de entrega es ahora una ventaja competitiva, ya que brinda un posicionamiento mejor a la empresa, permite una mejor circulación de los expedientes una mejor capacidad de respuesta porque los errores serán detectados con mucha anticipación.

La ilustración 13 muestra un cuadro comparativo del antes y el después para visualizar de mejor forma el ahorro de tiempo.

Ilustración 13 *Cuadro Comparativo*

Proceso	Tiempo (minutos)	Tiempo (minutos)	Proceso Propuesto
Atención al cliente, creación de documentación y firmas del cliente.	56	60	Atención al cliente, creación de la documentación, firma del cliente y creación del perfil en el sistema.
Firma del asesor de créditos y subgerencia regional	10	15	Creación de hoja de liquidación y revisión de la documentación.
Creación del perfil del cliente y hoja de liquidación en sistema.	15	25	Revisión y aprobación.
Revisión y aprobación	25	5	Firmas en hoja de liquidación.
Firmas por parte de digitador, oficial y asesor de créditos.	5	15	Generación del préstamo y creación de hoja de amortización.
Generación del préstamo.	15	5	Firma y aprobación.
Creación de hoja de amortización.	5	5	Desembolso del préstamo.
Desembolso del préstamo.	10		
<b>TOTAL</b>	<b>141</b>	<b>130</b>	<b>TOTAL</b>

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

Los beneficios que generará este nuevo proceso son:

- Reduce los plazos de ejecución.
- Optimiza cada actividad.
- Se minimizan errores.
- Incrementa la productividad.
- Incrementa el rendimiento de los colaboradores.

Se considera que el proceso propuesto no generaría un costo cuantitativo para la empresa, no se está recomendando despedir al trabajador sino reestructurar el área de créditos convirtiendo al digitador en un oficial más. También la propuesta generaría un aumento en las funciones del asesor como de los oficiales por lo cual se propone complementar esta propuesta con capacitaciones

mensuales que permitan a los colaboradores aumentar sus conocimientos y habilidades en aquellos aspectos en donde se presentan deficiencias; esto generará que los colaboradores desarrollen eficientemente su trabajo permitiendo alcanzar los objetivos de la empresa. En la ilustración 14 se presenta los costos de la capacitación.

Ilustración 14 *Costo de Capacitación*

<b>Tema</b>	<b>Duración (horas)</b>	<b>No° Participantes</b>	<b>Transporte</b>	<b>Refrigerio</b>	<b>Costo por participante</b>	<b>Costo total</b>
<b>Atención al cliente</b>	2	5	L1,500.00	L. 750.00	L. 450.00	L. 2,250.00
<b>Actualizaciones normativas CNBS</b>	4	5	L1,500.00	L. 750.00	L. 450.00	L. 2,250.00
<b>Negociación y manejo de conflictos</b>	2	5	L1,500.00	L. 750.00	L. 450.00	L. 2,250.00
<b>Trabajo en equipo para alcanzar metas</b>	2	5	L1,500.00	L. 750.00	L. 450.00	L. 2,250.00
<b>Motivación del personal</b>	2	5	L1,500.00	L. 750.00	L. 450.00	L. 2,250.00
<b>TOTAL</b>	12	5	L. 7,500.00	L. 3,750.00	L. 2,250.00	L 11,250.00

*Fuente: Elaboración Propia (2021)*

## 4 CAPÍTULO 4

### 4.1 Conclusiones

- La empresa tiene una de las mejores tasas para préstamos fiduciarios pero no cuenta con una gran participación en el mercado por lo que se determinó que es necesario la creación de un departamento de Mercadotecnia para poder alcanzar el posicionamiento deseado.
- El proceso de otorgamiento de préstamo es largo y se evaluó la posibilidad de reducirlo para lograr un mejor desempeño en los colaboradores y una satisfacción en el cliente.
- Es importante evaluar constantemente los procesos para identificar actividades que retrasen considerablemente la entrega del préstamo para poder hacer las correcciones que determine la empresa.

### 4.2 Recomendaciones

#### 4.2.1 Recomendaciones para la Empresa.

- Se recomienda evaluar periódicamente las tasas de interés con el cliente ya que muchos clientes han optado por otras instituciones para poder terminar la relación con COFINTER debido a tasas más atractivas y de mejores beneficios.
- Se recomienda evaluar la posibilidad de inaugurar una agencia en ciudades estratégicas como Comayagua, Choluteca o La Ceiba con el fin de lograr un mejor posicionamiento de mercado.
- Creación del departamento de Mercadotecnia para tener un mejor panorama de la participación de mercado y así poder crear estrategias alcanzables que vayan a la par con las metas de la empresa.
- Se recomienda constantes evaluaciones de desempeño y constantes capacitaciones para mejorar los conocimientos de los colaboradores.

#### 4.2.2 Recomendaciones para la Institución.

- Se le recomienda la institución ejercer un modelo de “aprender haciendo” en las materias de tercer y cuarto año para poder brindar a los estudiantes oportunidades de pasantías u horas de trabajo para se vayan adaptando a un ambiente laboral.

- Enfatizar más durante la carrera la buena elaboración, redacción de informes con el fin de enriquecer el conocimiento del estudiante.

### **4.2.3 Recomendación Para Los Estudiantes**

- Se les recomienda a los futuros estudiantes la mejor disposición de poder colaborar en las diferentes áreas de la empresa, esto enriquece el conocimiento y ayuda a tener una visión clara desde diferentes ángulos de cómo opera la institución.
- Se recomienda a los estudiantes a dejar el miedo y el nerviosismo por si desconoce cómo se hace una tarea en específica, tratar de siempre preguntar y buscar ayuda con el fin de aprender cómo se hace.

## Bibliografía

- Bobadilla, T. P. (12 de Agosto de 2012). Obtenido de <https://issuu.com/tatopolancobobadilla/docs/directoriotarifarioprovs>
- COFINTER S.A. (1998). Reglamento Interno. Tegucigalpa.
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros. (4 de Diciembre de 2018). *Comisión Nacional de Bancos y Seguros*. Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/files/GE/Compendio/2018/027-2018%20f.pdf>
- Comisión Nacional de Bancos Y Seguros. (2019). *Comisión Nacional de Bancos Y Seguros*. Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/sitios-relacionados-enlaces-de-interes/>
- Comisión Nacional de Bancos y Seguros, Gerencia de Tecnología de Información y Comunicación. (2019). *Comisión Nacional de Bancos y Seguros*. Obtenido de Página Web de la Comisión Nacional de Bancos y Seguros: <https://www.cnbs.gob.hn/sobre-nosotros-2/>
- Creditea. (21 de Noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.creditea.es/blog/amortizacion-de-prestamo>
- Dávila, A. A. (01 de Julio de 2020). *Marketeros Latam*. Obtenido de <https://www.marketeroslatam.com/matriz-ansoff/>
- Deloitte. (2019). *Comisión Nacional de Bancos y Seguros*. Obtenido de <https://www.cnbs.gob.hn/files/superbancos/Estados-Financieros-Auditados/Estados%20Financieros%202019/Sociedades%20Financieras/Cofinter/Informe%20Financiero%20COFINTER%202019.pdf>
- EAE Business School. (14 de Agosto de 2018). Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/ventajas-de-reducir-el-lead-time-para-la-empresa/>
- Entrepreneur Staff. (s.f.). *Entrepreneur*. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com/article/263492>
- Equipo de ThePowerMBA. (s.f.). *The Power MBA*. Obtenido de <https://www.thepowermba.com/es/business/las-5-fuerzas-de-porter/>
- Galán, J. S. (25 de Mayo de 2015). *Economipedia*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-mix.html>
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). Desarrollo de estrategias y planes de marketing. En K. Keller, *Dirección de Marketing* (págs. 36-37). Prentice Hall.
- La Curacao. (2018). *La Curacao*. Obtenido de <https://www.lacuracaocash.com/honduras/>
- Mesa Editorial. (16 de Febrero de 2021). *Dinero HN*. Obtenido de <https://dinero.hn/finca-honduras-y-odef-financiera-las-financieras-con-perdidas-en-el-2020/>

- Peiró, R. (15 de Marzo de 2019). *Economipedia.com*. Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/marketing-operativo.html>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/fiduciario?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/prendario?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/hipotecario?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pr%C3%A9stamo?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/metodolog%C3%ADa?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/captaci%C3%B3n?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/mora?m=form>
- RAE. (2021). *Real Academia Española*. Obtenido de <https://dle.rae.es/pagar%C3%A9?m=form>
- Significados. (2021). *Significados*. Obtenido de <https://www.significados.com/outsourcing/>
- Silva, D. d. (1 de Septiembre de 2020). *Zendesk*. Obtenido de <https://www.zendesk.com.mx/blog/estrategia-marketing-mix/>
- Tarodo, C. (12 de Febrero de 2018). *Marketing 4 E-Commerce*. Obtenido de <https://marketing4ecommerce.net/que-es-y-como-calculas-el-coste-de-adquisicion-de-cliente/>
- Word Reference. (2021). *Word Reference*. Obtenido de <https://www.wordreference.com/definicion/entidad>

## Glosario

1. Amortización: El proceso que sigue el prestatario para ir devolviendo el dinero inicial, más los intereses, al prestamista. (Creditea, 2019)
2. Captación: Acción y efecto de captar. (RAE, 2021)
3. Clave de Autorización de Impresión: Es el acto por el cual la DEI autorizará a los contribuyentes la impresión de un rango de Documentos Fiscales en un plazo determinado, otorgando la clave de autorización de impresión (CAI) y la fecha límite de emisión.
4. Entidad: Colectividad considerada como unidad. (Word Reference, 2021)
5. Fiduciario: Dicho de un negocio o de un contrato: Basado principalmente en la confianza entre las partes. (RAE, 2021)
6. Hipotecario: Pertenciente o relativo a la hipoteca. Que se asegura con hipoteca. (RAE, 2021)
7. Metodología: Conjunto de métodos que se siguen en una investigación científica o en una exposición doctrinal. (RAE, 2021)
8. Mora: Dilación o tardanza en cumplir una obligación, por lo común la de pagar cantidad líquida y vencida. (RAE, 2021)
9. Outsourcing: es un término del inglés que podemos traducir al español como 'subcontratación', 'externalización' o 'tercerización'. (Significados, 2021)
10. Pagaré: Papel de obligación por una cantidad que ha de pagarse a tiempo determinado. (RAE, 2021)
11. Prendario: Pertenciente o relativo a la prenda. Mercancía prendaria. (RAE, 2021)
12. Préstamo: Cantidad de dinero que se solicita, generalmente a una institución financiera, con la obligación de devolverlo con un interés. (RAE, 2021)



## Anexos

Ilustración 15 Solicitud de préstamo.

SOLICITUD DE PRESTAMO			
TIPO CRÉDITO	FIDUCIARIO <input type="checkbox"/>	PRENDARIO <input type="checkbox"/>	HIPOTECARIO <input type="checkbox"/>
FECHA _____	CIUDAD _____	TEGUCIGALPA <input type="checkbox"/>	SAN PEDRO SULA <input type="checkbox"/>
MONTO _____	PLAZO _____	CUOTA NIVELADA _____	CUOTA SEGURO _____ CUOTA FINAL _____
DESTINO _____	BANCO _____	NO CUENTA _____	
HA MANTENIDO OPERACIONES EN COFINTER:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	
ES AVAL ACTUALMENTE EN COFINTER:	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	¿Quién? _____
¿ES FIGURA PÚBLICA O POSEE ALGÚN FAMILIAR QUE LO ES?	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	CORREO _____
DATOS PERSONALES			
PRIMER NOMBRE _____	PRIMER APELLIDO _____		
SEGUNDO NOMBRE _____	SEGUNDO APELLIDO _____		
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO _____	DÍA _____	MES _____	AÑO _____
ESTADO CIVIL	SOLTERO <input type="checkbox"/>	CASADO <input type="checkbox"/>	UNIÓN LIBRE <input type="checkbox"/> NACIONALIDAD _____
SEXO	FEMENINO <input type="checkbox"/>	MASCULINO <input type="checkbox"/>	PESO _____ ESTATURA _____ CORREO _____
TIPO DE IDENTIFICACIÓN	IDENTIDAD <input type="checkbox"/>	PASAPORTE <input type="checkbox"/>	CARNET RESIDENTE <input type="checkbox"/> CARNET CIUDADANO <input type="checkbox"/>
NO IDENTIFICACIÓN _____	PROFESION _____		
DEPENDIENTES ECONOMICOS	SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	HIJOS _____ OTROS _____
DATOS RESIDENCIALES			
COLONIA/BARRIO/RESIDENCIAL _____			
CIUDAD/ALDEA _____	MUNICIPIO _____	DEPARTAMENTO _____	
TIPO DE CASA	PROPIA <input type="checkbox"/>	ALQUILADA <input type="checkbox"/>	FAMILIAR <input type="checkbox"/> FINANCIADA <input type="checkbox"/>
TIEMPO DE RESIDIR	AÑOS _____	MESES _____	TELÉFONO FIJO _____ CELULAR _____
EN CASO DE NO POSEER TELÉFONO FIJO, INCLUIR EL DE FAMILIAR E IDENTIFICAR NOMBRE COMPLETO Y NÚMERO _____			
DATOS LABORALES			
NOMBRE COMPLETO DE EMPRESA _____			
DIRECCIÓN COMPLETA _____			
DEPARTAMENTO ASIGNADO _____		OCUPACIÓN _____	
TELÉFONOS LABORALES _____		EXTENSIÓN _____	
TIPO DE TRABAJO	TEMPORAL <input type="checkbox"/>	PERMANENTE <input type="checkbox"/>	JORNAL <input type="checkbox"/>
FECHA DE INGRESO _____	ANTIGÜEDAD _____	SUELDO _____	CORREO ELECTRÓNICO _____
OTROS INGRESOS _____	ORIGEN DEL INGRESO _____		
DATOS DEL CONYUGE			
PRIMER NOMBRE _____	SEGUNDO NOMBRE _____		
PRIMER APELLIDO _____	SEGUNDO APELLIDO _____		
LUGAR Y FECHA DE NACIMIENTO _____	DÍA _____	MES _____	AÑO _____
TIPO DE IDENTIFICACIÓN	IDENTIDAD <input type="checkbox"/>	PASAPORTE <input type="checkbox"/>	CARNET RESIDENTE <input type="checkbox"/> CARNET CIUDADANO <input type="checkbox"/>
NO IDENTIFICACIÓN _____	LUGAR DE TRABAJO _____		SUELDO _____
DIRECCIÓN LABORAL _____		DEPARTAMENTO _____	
TELÉFONO FIJO _____	CELULAR _____	OTRO _____	CORREO _____
OTROS INGRESOS _____	DETALLE ORIGEN DEL INGRESO _____		
BENEFICIARIOS DE SEGURO			
NOMBRE _____	NOMBRE _____		
PARENTESCO _____	PARENTESCO _____		
TELÉFONO _____	IDENTIDAD _____	TELÉFONO _____	IDENTIDAD _____
DIRECCIÓN _____		DIRECCIÓN _____	
REFERENCIA FAMILIAR 1		REFERENCIA FAMILIAR 2	
Primer Nombre _____	Segundo Nombre _____	Primer Apellido _____	Segundo Apellido _____
TELÉFONO FIJO: _____	CELULAR: _____	PARENTESCO: _____	
DIRECCIÓN DE RESIDENCIA COMPLETA: _____			
REFERENCIA FAMILIAR 2			
Primer Nombre _____	Segundo Nombre _____	Primer Apellido _____	Segundo Apellido _____
TELÉFONO FIJO: _____	CELULAR: _____	PARENTESCO: _____	
DIRECCIÓN DE RESIDENCIA COMPLETA: _____			
REFERENCIA PARTICULAR			
Primer Nombre _____	Segundo Nombre _____	Primer Apellido _____	Segundo Apellido _____
TELÉFONO FIJO: _____	CELULAR: _____	PARENTESCO: _____	
DIRECCIÓN: _____			
* Declaro que he revisado y confirmado la información brindada por mi persona en la presente solicitud y la misma ha sido proporcionada sin omitir o falsear dato alguno. Asumiendo toda la responsabilidad que se describe o sea exigida por las leyes vigentes del país.			
* Autorizo a Cofinter S.A., para que consulte y reporte en la central de riesgo de la Comisión Nacional de Banca y Seguro, sobre mis cuentas tanto activas como pasivas o cualquier otra central de riesgo a la que la institución tenga acceso, esta autorización igualmente facilita a Cofinter a registrar mi comportamiento crediticio en dichas centrales de riesgo..			
Firma del Solicitante _____		Oficial de Crédito _____	
REFINANCIAMIENTO <input type="checkbox"/>	READECUACIÓN: <input type="checkbox"/>	# DE PRÉSTAMO: _____	
SALDO ACTUAL: _____			

**BENEFICIARIO FINAL**

\* Sírvase indicar si actúa por cuenta Propia  de un tercero   
 \* En caso de actuar por cuenta de un tercero, por favor complete la siguiente información

Nombre: \_\_\_\_\_ Número de Identidad: \_\_\_\_\_

**RESOLUCIÓN DEL CRÉDITO**

MONTO APROBADO: \_\_\_\_\_ TASA DE INTERES: \_\_\_\_\_ FECHA: \_\_\_\_\_

OBSERVACIONES: \_\_\_\_\_

**COMITÉ DE CRÉDITO**

\_\_\_\_\_  
 JEFE CREDITO SUB-GERENTE / JEFE DE OPERACIONES FIRMA DEL GERENTE

**DATOS PERSONALES DEL AVAL No. 1**

NOMBRE COMPLETO DEL AVAL:

\_\_\_\_\_  
 Primer Nombre Segundo Nombre Primer Apellido Segundo Apellido

FECHA DE NACIMIENTO DIA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_ LUGAR \_\_\_\_\_ NACIONALIDAD \_\_\_\_\_

SEXO: M  F  PESO: \_\_\_\_\_ ESTATURA: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ PROFESIÓN / OCUPACIÓN \_\_\_\_\_

TIPO DE IDENTIFICACIÓN:  IDENTIDAD:  PASAPORTE  CARNET DE RESIDENTE No. DE IDENTIFICACIÓN \_\_\_\_\_

NÚMERO DE RTN: \_\_\_\_\_ CORREO ELECTRÓNICO: \_\_\_\_\_

ESTADO CIVIL SOLTERO  CASADO  DIVORCIADO  UNION LIBRE  VIUDO

¿AVAL ES FIGURA PÚBLICA O TIENE FAMILIAR QUE ES FIGURA PÚBLICA? SI  NO  ESPECIFIQUE \_\_\_\_\_

**DATOS DE RESIDENCIA**

DIRECCIÓN DE RESIDENCIA COMPLETA:

COLONIA/BARRIO/RESIDENCIAL \_\_\_\_\_

Ciudad/Municipio/Departamento: \_\_\_\_\_

Tipo de Residencia: Propia  Alquilada  Familiar  Financiada

Tiempo de Residir en Domicilio Años: \_\_\_\_\_ Meses: \_\_\_\_\_ Teléfono Fijo: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_

En caso de no poseer teléfono fijo dejar el de un familiar e identificar, nombre, parentesco: \_\_\_\_\_

**DATOS LABORALES**

Nombre de la Empresa que labora: \_\_\_\_\_ / (Nombre de Negocio propio si aplica): \_\_\_\_\_

Posición o Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_ Antigüedad laboral: \_\_\_\_\_ Sueldo mensual: \_\_\_\_\_ Otros Ingresos: \_\_\_\_\_

(Si el cliente tiene otros ingresos especifique a que se deben) \_\_\_\_\_

Dirección de la Empresa: \_\_\_\_\_

Teléfono 1: \_\_\_\_\_ Teléfono 2: \_\_\_\_\_ Extensión: \_\_\_\_\_

Es fiador en Cofinter SI  NO

DE QUE PERSONA: \_\_\_\_\_

**DATOS DEL CONYUGE**


NOMBRE COMPLETO DEL CLIENTE:

\_\_\_\_\_  
 Primer Nombre Segundo Nombre Primer Apellido Segundo Apellido

TIPO DE IDENTIFICACIÓN:  IDENTIDAD:  PASAPORTE  CARNET DE RESIDENTE No. DE IDENTIFICACIÓN \_\_\_\_\_

Nombre de la Empresa que labora: \_\_\_\_\_ / (Nombre de Negocio propio si aplica): \_\_\_\_\_

Sueldo Mensual \_\_\_\_\_ Teléfono de Trabajo: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_



**GOFINTEP**

*La Financiera Sólida y Solvente*

Edificio IPM, 4to. nivel, Boulevard Centroamérica, Tel.: (504) 2232-4186, Tel/Fax: (504) 2232-4156  
 Visite nuestro sitio web [www.cofinter.hn](http://www.cofinter.hn), Tegucigalpa, M.D.C., Honduras  
 San Pedro Sula, Ave. Circunvalación, Complejo IPM, contigua a la Armería,  
 Teléfonos: (504) 2552-1537 / 2252-1900

---

### REFERENCIA FAMILIAR 1

Primer Nombre \_\_\_\_\_ Segundo Nombre \_\_\_\_\_ Primer Apellido \_\_\_\_\_ Segundo Apellido \_\_\_\_\_  
 TELÉFONO FIJO: \_\_\_\_\_ CELULAR: \_\_\_\_\_ PARENTESCO: \_\_\_\_\_  
 LUGAR DE TRABAJO (EN CASO DE LABORAR) \_\_\_\_\_

---

### REFERENCIA PARTICULAR

Primer Nombre \_\_\_\_\_ Segundo Nombre \_\_\_\_\_ Primer Apellido \_\_\_\_\_ Segundo Apellido \_\_\_\_\_  
 TELÉFONO FIJO: \_\_\_\_\_ CELULAR: \_\_\_\_\_ PARENTESCO: \_\_\_\_\_  
 LUGAR DE TRABAJO (EN CASO DE LABORAR) \_\_\_\_\_

---

### DATOS PERSONALES DEL AVAL No. 2

**NOMBRE COMPLETO DEL AVAL:**

Primer Nombre \_\_\_\_\_ Segundo Nombre \_\_\_\_\_ Primer Apellido \_\_\_\_\_ Segundo Apellido \_\_\_\_\_  
**FECHA DE NACIMIENTO** DIA \_\_\_\_\_ MES \_\_\_\_\_ AÑO \_\_\_\_\_ LUGAR \_\_\_\_\_ NACIONALIDAD \_\_\_\_\_  
 SEXO: M  F  PESO: \_\_\_\_\_ ESTATURA: \_\_\_\_\_ EDAD: \_\_\_\_\_ PROFESIÓN / OCUPACIÓN \_\_\_\_\_  
 TIPO DE IDENTIFICACIÓN:  IDENTIDAD:  PASAPORTE  CARNET DE RESIDENTE No. DE IDENTIFICACIÓN \_\_\_\_\_  
 NÚMERO DE RTN: \_\_\_\_\_ CORREO ELECTRÓNICO: \_\_\_\_\_  
 ESTADO CIVIL SOLTERO  CASADO  DIVORCIADO  UNION LIBRE  VIUDO   
 ¿AVAL ES FIGURA PÚBLICA O TIENE FAMILIAR QUE ES FIGURA PÚBLICA? SI  NO  ESPECIFIQUE \_\_\_\_\_

---

### DATOS DE RESIDENCIA

**DIRECCIÓN DE RESIDENCIA COMPLETA:**

COLONIA/BARRIO/RESIDENCIAL \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 Ciudad/Municipio/Departamento: \_\_\_\_\_  
 Tipo de Residencia: Propia  Alquilada  Familiar  Financiada   
 Tiempo de Residir en Domicilio Años: \_\_\_\_\_ Meses: \_\_\_\_\_ Teléfono Fijo: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_  
 En caso de no poseer teléfono fijo dejar el de un familiar e identificar, nombre, parentesco: \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

DATOS DE RESIDENCIA			
DIRECCIÓN DE RESIDENCIA COMPLETA:			
COLONIA/BARRIO/RESIDENCIAL _____			
_____			
Ciudad/Municipio/Departamento: _____			
Tipo de Residencia:	Propia <input type="checkbox"/>	Alquilada <input type="checkbox"/>	Familiar <input type="checkbox"/> Financiada <input type="checkbox"/>
Tiempo de Residir en Domicilio	Años: _____	Meses: _____	Teléfono Fijo: _____ Celular: _____ Otros: _____
En caso de no poseer teléfono fijo dejar el de un familiar e identificar, nombre, parentesco: _____			
_____			
DATOS LABORALES			
Nombre de la Empresa que labora: _____ / (Nombre de Negocio propio si aplica): _____			
Posición o Cargo que desempeña: _____ Antigüedad laboral: _____ Sueldo mensual: _____ Otros Ingresos: _____			
(Si el cliente tiene otros ingresos especifique a que se deben) _____			
Dirección de la Empresa: _____			
_____			
Teléfono 1: _____ Teléfono 2: _____ Extensión: _____			
Es fiador en Cofinter SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>			
DE QUE PERSONA: _____			
DATOS DEL CONYUGE			
NOMBRE COMPLETO DEL CLIENTE:			
_____	_____	_____	_____
Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
TIPO DE IDENTIFICACIÓN: <input type="checkbox"/>	IDENTIDAD: <input type="checkbox"/>	PASAPORTE <input type="checkbox"/>	CARNET DE RESIDENTE <input type="checkbox"/> No. DE IDENTIFICACIÓN _____
Nombre de la Empresa que labora: _____ / (Nombre de Negocio propio si aplica): _____			
Sueldo Mensual _____ Teléfono de Trabajo: _____ Celular: _____ Otros _____			
REFERENCIA FAMILIAR 1			
_____	_____	_____	_____
Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
TELÉFONO FIJO: _____	CELULAR: _____	PARENTESCO: _____	_____
LUGAR DE TRABAJO (EN CASO DE LABORAR) _____			
_____			
REFERENCIA PARTICULAR			
_____	_____	_____	_____
Primer Nombre	Segundo Nombre	Primer Apellido	Segundo Apellido
TELÉFONO FIJO: _____	CELULAR: _____	PARENTESCO: _____	_____
LUGAR DE TRABAJO (EN CASO DE LABORAR) _____			
_____			
* Declaro que e revisado y confirmado la información brindada por mi persona en la presente solicitud y la misma ha sido otorgado sin omitir o falsear dato alguno. Asumiendo toda la responsabilidad que como aval se describe o sea exigida por las leyes vigentes del país.			
* Autorizo a Cofinter S.A. para que consulte y reporte en la Central de Riesgo de la Comisión Nacional de Banca y Seguro, sobre mis cuentas tanto activas como pasivas o cualquier otra Central de Riesgo a la que la institución tenga acceso, esta autorización igualmente facilita a Cofinter a registrar mi comportamiento crediticio en dichas Centrales de Riesgo.			
* En caso de que el solicitante no cumpla con la obligación contraída especificada, me comprometo a efectuar los pagos de dicha obligación en la forma pactada hasta su total cancelación.			
_____		_____	
Firma Aval No. 1		Firma Aval No. 2	

Ilustración 16 Hoja de autorización de deducción.

Tegucigalpa

Lunes , 01 de Enero del 2019

**Señores**

**Presente**  
Estimados Señores:

YO, \_\_\_\_\_ por este medio autorizo de manera irrevocable

A \_\_\_\_\_ para que sea deducido de mi **Sueldo, Jubilación y/ o, Pensión**

la cantidad de LPS. \_\_\_\_\_ a partir del mes de \_\_\_\_\_ del \_\_\_\_\_

durante \_\_\_\_\_ meses hasta la cancelación del préstamo.

A la vez autorizo de manera irrevocable, en caso de mi retiro de la Institución, se pague de mis Beneficios, y Prestaciones sociales, o jubilación a **COFINTER**, el saldo de capital más intereses que se adeudaren sobre préstamo de LPS. \_\_\_\_\_ Que **MANTENGO** En esta fecha

**A la vez me comprometo hacer efectivo el pago en las oficinas de Cofinter S.A. de cualquier cuota que no se haga deducida por planilla.**

De igual forma autorizo a \_\_\_\_\_ que en caso de ser necesario, deduzcan de mi **Décimo tercer y cuarto mes, Bono de Vacaciones**, la totalidad de los valores en mora a esa fecha.

Favor remitir cheque a las oficinas de COFINTER, S.A. ubicadas en el Edificio I.P.M en el 4to piso, Boulevard Centroamérica.

Sin más sobre el particular, me suscribo de usted

Atentamente,

\_\_\_\_\_

**FIRMA**

FUENTE: COFINTER (2021)

