



**FACULTAD DE POSTGRADO**

**TESIS DE POSTGRADO**

**DESARROLLO DE UN PRODUCTO CREDITICIO PARA EL  
ALIVIO DEL MICRO Y PEQUEÑO EMPRESARIO DE IDH  
MICROFINANCIERA**

**SUSTENTADO POR:**

**FANNY JOCELINE CASTILLO**

**VÍCTOR MANUEL FUNES SOLORZANO**

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

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

**DICIEMBRE 2020**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA  
UNITEC**

**FACULTAD DE POSTGRADO**

**AUTORIDADES UNIVERSITARIAS**

**RECTOR**

**MARLON BREVÉ REYES**

**VICERRECTORA ACADÉMICA**

**DESIREE TEJADA CALVO**

**DESARROLLO DE UN PRODUCTO CREDITICIO PARA  
EL ALIVIO DEL MICRO Y PEQUEÑO EMPRESARIO  
DE IDH MICROFINANCIERA**

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

**ASESOR METODOLÓGICO  
TANIA MARLENE LÓPEZ MEDINA**

**MIEMBROS DE LA TERNA  
LILA MARGARITA RIVERA  
JOSÉ TRANSITO MEJÍA  
JORGE ANTONIO CENTENO**

## **DERECHOS DE AUTOR**

© Copyright 2020



## **FACULTAD DE POSTGRADO**

# **DESARROLLO DE UN PRODUCTO CREDITICIO PARA EL ALIVIO DEL MICRO Y PEQUEÑO EMPRESARIO**

## **DE IDH MICROFINANCIERA**

### **NOMBRE DEL MAESTRANTE:**

**FANNY JOCELINE CASTILLO**

**VÍCTOR MANUEL FUNES SOLORZANO**

### **Resumen**

El presente trabajo de investigación está orientado a determinar que tan factible es crear un producto crediticio nuevo que ayude a los micro y pequeños empresarios de IDH Micro Financiera en la crisis económica que se está atravesando por la pandemia y los desastres naturales. Para alcanzar los propósitos se determinaron las siguientes Variables de estudio: Estudio de mercado, técnico y financiero, para establecer el efecto de factibilidad que tiene el estudio. Utilizando un alcance descriptivo, con un diseño no experimental y una investigación transeccional. El impacto que dejó en la economía la pandemia Covi-19 y los desastres naturales. Tomando en cuenta todos estos aspectos, y determinando una inversión de recursos y agregando un estudio financiero se determinó que el proyecto es factible por lo que se puede llevar a cabo dicho producto.

**Palabras claves:** producto, intereses, empresario, economía, crediticio.



## **GRADUATE SCHOOL**

# **DEVELOPMENT OF A CREDIT PRODUCT FOR THE RELIEF OF THE MICRO AND SMALL ENTERPRISE OF IDH FINANCIERA**

### **NAMES:**

**FANNY JOCELINE CASTILLO**

**VÍCTOR MANUEL FUNES SOLORZANO**

### **Abstract**

This research work is aimed at determining how feasible it is to create a new credit product that helps the micro and small entrepreneurs of IDH Micro financier in the economic crisis that is being experienced by the pandemic and natural disasters. To achieve the purposes, the following study variables were determined: Market, technical and financial study, to establish the feasibility effect of the study, using a descriptive scope, with a non-experimental design and a transectional investigation. The impact of the Covi-19 pandemic and natural disasters on the economy. Taking into account all these aspects and determining an investment of resources and adding a financial study, it was determined that the project is feasible so that said product can be carried out.

Keywords: product, interests, businessman, economy, credit.

## DEDICATORIA

A Dios por darme la oportunidad de vivir y no soltarme nunca de su mano, por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por demostrarme día a día su amor incondicional e infinito.

A mi madre Eloísa Marina Alvarado Castillo, por ser un pilar fundamental de mi vida, por siempre creer en mí y hacer de mí una mejor persona.

A mi esposo Jesús David Gonzales por su sacrificio y esfuerzo, por su paciencia, su apoyo incondicional y principalmente por su amor y cariño.

Fanny Joceline Castillo

A Dios todopoderoso por permitirme esta oportunidad de prepararme académicamente para poder servir de una mejor manera a los demás.

A mis padres por siempre apoyarme y enseñarme que el camino correcto no siempre es el más fácil de cursar, pero que es sencillamente el correcto.

A mi esposa y mis hijos por su comprensión y apoyo sin límites para que Yo pudiese continuar con este sueño de culminar mis estudios de maestría.

A mi amigo y jefe, Francisco Banegas, por ser ese ejemplo a seguir de perseverancia, dedicación, entrega y pasión.

A mi compañera de tesis por su esfuerzo y completa dedicación son este proyecto final.

Víctor Manuel Funes Solorzano

## **AGRADECIMIENTO**

A la Universidad Tecnológica Centroamericana (UNITEC) por brindarnos la oportunidad de recibir los conocimientos necesarios en nuestra formación profesional.

A los catedráticos que a lo largo de la maestría han compartido sus experiencias y conocimientos.

A mis compañeros de maestría con quienes he creado muchas experiencias y momentos significativos.

## INDICE DE CONTENIDO

1.1	INTRODUCCION.....	8
1.2	ANTECEDENTES .....	9
1.3	DEFINICION DEL PROBLEMA.....	12
1.3.1	ENUNCIADO DEL PROBLEMA .....	12
1.3.2	FORMULACION DEL PROBLEMA .....	13
1.3.3	PREGUNTAS DE INVESTIGACION .....	13
1.4	OBJETIVO DE LA INVESTIGACION.....	14
1.4.1	OBJETIVO GENERAL .....	14
1.4.2.1	OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	14
1.5	VARIABLES DEL ESTUDIO .....	14
1.5.1	DECLARACION DE LAS VARIABLES .....	14
1.6	JUSTIFICACION.....	15
1.7	DELIMITACION DE LA INVESTIGACION .....	16
	<b>CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>17</b>
2.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL .....	17
2.1.1	ANÁLISIS DEL MACROENTORNO .....	18
2.1.2	ANÁLISIS INTERNO .....	25
2.2	TEORÍAS DE SUSTENTO .....	32
2.2.1	ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS .....	37
2.2.2	ANTECEDENTES DE LAS METODOLOGÍAS .....	40
2.2.3	ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS.....	42
2.3	CONCEPTUALIZACIONES .....	44
	<b>CAPÍTULO III – METODOLOGÍA.....</b>	<b>46</b>
3.1	CONGRUENCIA METODOLÓGICA .....	46
3.1.1	MATRIZ METODOLÓGICA.....	46

3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES .....	48
3.1.3 HIPÓTESIS .....	49
3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS .....	50
3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	50
3.3.1 POBLACIÓN .....	51
3.3.2 MUESTRA .....	51
3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS .....	52
3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS .....	53
3.4.1 INSTRUMENTOS .....	53
3.4.2 TÉCNICAS .....	54
3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN .....	56
3.5.1 PRIMARIAS .....	56
3.5.2 SECUNDARIAS .....	57
3.6 LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN .....	57
<b>CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS .....</b>	<b>58</b>
4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO .....	58
4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	59
4.2 DEFINICIÓN DE MODELO DE NEGOCIOS .....	60
4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO .....	61
4.4 ESTUDIO DE MERCADO .....	62
4.4.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA .....	62
4.4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR .....	63
4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO .....	70
4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO .....	71
4.5 ESTUDIO TÉCNICO .....	71
4.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO .....	73

4.5.3 REQUERIMIENTO DE EQUIPO .....	74
4.5.5 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL .....	75
4.6 ESTUDIO FINANCIERO .....	76
4.6.1 INVERSIÓN INICIAL, COSTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL .....	76
4.6.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	77
4.6.4 PRESUPESTO DE COSTOS Y GASTOS .....	81
4.6.5 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS .....	84
<b>CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....</b>	<b>86</b>
5.1. CONCLUSIONES .....	86
5.2. RECOMENDACIONES .....	87
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....</b>	<b>88</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>92</b>
1. ANEXO 1 .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA de IDH Micro financiera .....	30
Tabla 2: Matriz de Congruencia .....	47
Tabla 3: Operalización de Variables .....	48
Tabla 4: Descripción del producto IDH .....	59
Tabla 5: Análisis de la competencia(2020) .....	63
Tabla 6: Cronograma Operativo .....	72
Tabla 7: Financiamiento para Producto Crediticio .....	77
Tabla 8: Amortización del préstamo con BCIE .....	78
Tabla 9: Proyecciones de Colocación .....	79
Tabla 10: Amortización de las colocaciones .....	80
Tabla 11: Tabla de Gastos Recursos Humanos .....	81
Tabla 12: Costos Adicionales Mensuales .....	82
Tabla 13: Amortización de Fondos BCIE .....	83
Tabla 14: Estado de Resultados .....	84

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1: Proyecciones del PIB (CEPAL, 2020) .....	20
Figura 2: Deuda Total de la Administración Central (sefin.gob.hn, 2020) .....	21
Figura 3: Cartera de Riesgo (REDCAMIF, 2020) .....	22
Figura 4: Deuda Interna y Externa de Honduras (Andes, 2020) .....	23
Figura 5: Sector de Microfinanzas en Honduras (Redcamif, 2020) .....	24
Figura 6: Mapa de Ubicación de Agencias (Microfinanciera, IDH, 2020) .....	27
Figura 7: Redes y Alianzas (2018) .....	29
Figura 8: Fondadores (2018) .....	30
Figura 9: Enfoque de la Investigación .....	50
Figura 10: Cálculo de la Muestra. ....	52
Figura 11: Género.....	63
Figura 12: Estado Civil.....	64
Figura 13: Rango de Edad.....	64
Figura 14: Grado de afectación por la pandemia .....	65
Figura 15: Situación de Empleo .....	66
Figura 16: Diagnosticó como Positivo de COVID-19.....	66
Figura 17: Principal necesidad de financiamiento .....	67
Figura 18: Afectaciones Directas por Inundaciones y Pandemia .....	68
Figura 19: Tipos de Daños .....	68
Figura 20: Actualmente es Viviendo .....	69
Figura 21: Daños y Afectaciones .....	69
Figura 22: Clientes de nuestra agencia .....	70
Figura 23: Estrategia de Marketing para atraer Clientes.....	71
Figura 24: Flujocondensado de operación del crédito.....	73
Figura 25: Diseño para obtención de producto.....	74
Figura 26: Equipo a utilizar .....	75
Figura 27: Organigrama de IDH Micro financiera .....	75

# **CAPÍTULO I - PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACION**

## **1.1 INTRODUCCION**

El presente estudio de prefactibilidad viene a responder la necesidad del sector micro y pequeño empresarial a raíz de las dificultades que ha estado pasando en el país. El estudio es un producto que pueda llegar a suplir los requerimientos de capital de trabajo que los problemas de liquidez han generado. Para poder combatir la pandemia y los desastres naturales se ha tenido que adaptar a una normalidad que afecta la libre circulación y que por lo tanto ha venido a golpear fuertemente los flujos de liquidez de las empresas. Desde las más grandes hasta las más chicas y además sin hacer ningún tipo de excepción en cuanto a los diferentes sectores de la economía.

De este modo, todo el planeamiento y desarrollo de la investigación se fundamenta de cómo crear un producto crediticio para IDH Financiera (Instituto de Desarrollo Hondureño), por lo que, a lo largo de cada capítulo, se describe cada una de las necesidades por la que se decidió realizar la investigación y así mismo se detalla cada una de las variables del estudio con las cuales se podrá comprobar la viabilidad de la investigación.

En el capítulo I se abordan los puntos teóricos que sustentan el planteamiento del problema. Se observan los objetivos generales y específicos, descripción del problema, preguntas de investigación y desde luego las variables del estudio, el capítulo concluye haciendo una delimitación de la investigación.

En el Capítulo II se introduce un análisis de la situación actual del sector Financiero y de las MIPYMES que se requiere, para comprender el sentido de la investigación. También se encuentra conceptos básicos que ayudaran a una mejor comprensión de la

investigación, allí se expondrá también el análisis del entorno macro y micro relacionado con relación a la investigación.

En el capítulo III se establece la metodología de la investigación donde se encontrarán respuestas que fundamenten con el objetivo de la investigación. También se detallará las fuentes principales que se utilizaron para la elaboración de la base de datos.

En el capítulo IV se define y se aplica para cumplir con el objetivo de la tesis, ya que se analizan las variables a través de los instrumentos de investigación.

Y el capítulo V se exponen las conclusiones sobre los resultados de la investigación y toda la experiencia que se adquirió durante su realización.

## 1.2 ANTECEDENTES

La necesidad o problema que se ha presentado en la institución financiera tiene que ver principalmente con lo que ha acontecido desde el mes de marzo del año 2020 a la fecha. La pandemia y los desastres naturales ha venido a golpear las finanzas, la economía y desde luego la salud y vida de la población en honduras. El COVID-19 en Honduras, tuvo sus primeros casos el 11 de marzo 2020. En la misma fecha la nueva enfermedad por el coronavirus 2019 (COVID-19) puede caracterizarse como una pandemia. La caracterización de pandemia significa que la epidemia se ha extendido por varios países, continentes o todo el mundo, y que afecta a un gran número de personas. (OMS, 2020) .

Todas las naciones que se han visto afectadas por casos de COVID19 se han visto obligadas a tomar decisiones drásticas de confinamiento y de distanciamiento físico de sus habitantes. Esto conlleva a meses de actividad económica limitada ya que se tuvieron que cerrar fronteras entre países y el comercio internacional quedó retenido

casi por completo. El comercio interno de cada país de igual forma se vio golpeado al no tener personas circulando por los diversos mercados y centros comerciales. Siendo el sector Agroalimentario uno de los más golpeados por la emergencia del COVID-19 el Gobierno de la República ha tomado medidas económicas dirigidas en buena medida a garantizar el abastecimiento de alimentos durante el período de la emergencia. (SAG) Definitivamente hay un impacto grande en el sector agroalimentario y también en las diferentes industrias del país.

Las micro, pequeñas y medianas empresas no pueden quedar al margen de este proceso. Más aún, su peso en el tejido productivo (el 99% de las empresas formales latinoamericanas son MIPYMES) y en el empleo (el 61% del empleo formal es generado por empresas de ese tamaño) las vuelve un actor central para garantizar la viabilidad y eficacia de la transformación generadora de una nueva dinámica de desarrollo que permita un crecimiento económico más rápido y continuo, que al mismo tiempo sea incluyente y sostenible. (Giovanni, 2018)

En respuesta a la pandemia del coronavirus (COVID-19), los propietarios de pequeñas empresas, incluyendo los negocios agrícolas y organizaciones sin fines de lucro en todos los estados de los EE. UU., Washington, D.C. y sus territorios pueden solicitar un Préstamo de desastre por daños económicos (EIDL, por sus siglas en inglés). El programa EIDL está diseñado para proporcionar alivio económico a empresas que actualmente estén sufriendo una pérdida transitoria de ingresos debido al COVID-19. (2020)

Honduras, ha tenido que enfrentar al igual que los demás esta emergencia con medidas extremas y con un confinamiento que viene desde el mes de marzo y que hasta la fecha se está presentando una reapertura económica ordenada mediante el establecimiento de circulación por último dígito de la tarjeta de identidad. Las distintas

organizaciones públicas y privadas han tenido que crear una mesa multisectorial que permanece en constante diálogo y que ha ayudado a la toma de decisiones en materia de salud, educación, comercio, economía y seguridad.

El gobierno de Honduras ha declarado que las empresas puedan conceder a cuenta de vacaciones los días de la cuarentena, lo que pone en riesgo los derechos laborales de miles de personas trabajadoras. (2020) Las restricciones también han forzado a muchas empresas de suspender sus actividades y despedir a las personas trabajadoras, sobre todo en las maquiladoras y los sectores de comercio, construcción, hotelería y transporte.

El gobierno por ello ha venido procurando ciertas medidas de alivio y de suspensión de pago de deuda que ayude a los negocios más afectados para poder sobrevivir y levantarse nuevamente una vez que se vaya reactivando la economía en sus diferentes etapas. Se ha dispuesto de fuertes cantidades de dinero para poder promover los arreglos de crédito de los deudores y es ahí donde pudimos identificar que hay una fuerte oportunidad de creación de un producto crediticio con características específicas para atender esta emergencia del sector micro y pequeño empresarial.

Algunas de las organizaciones e instituciones con mayor enfoque en cuanto al golpe económico del país son el Banco hondureño para la producción y vivienda (BANHPROVI), Banco centroamericano de integración económica (BCIE), Banco Central de Honduras BCH, asociación hondureña instituciones bancarias (AHIBA), Red instituciones micro financieras de Honduras (REDMICROH), Las distintas cámaras de comercio a nivel nacional, así como también desde luego la Secretaría de finanzas y el sistema de administración de rentas (SAR).

Según El servicio Nacional de Emprendimiento y Pequeños Negocios (SENPRENDE) existen alrededor de 500,000 empresas en el País, más del 95% de las

cuales tienen hasta 5 empleados, clasificándose como microempresa. Según datos de la OCDE para Centroamérica y el Caribe tres de cada cuatro MIPYMES cierran antes de dos años de su creación; un incremento del casi 20% en relación hace 10 años cuando fracasaban dos de cada tres, en el mismo lapso de tiempo. El motivo principal del fracaso empresarial se atribuye que al hábito de los consumidores se ha trasladado de la calle al internet, donde 70% empieza y acaba un proceso de Compra. (2019).

A corto plazo, la mayoría de las PYME se han enfrentado a desafíos logísticos además de la demanda. interrupciones, aunque la gravedad a diferido entre empresas e industrias. Discutimos que, a más largo plazo, habrá diferentes desafíos y oportunidades dependiendo sobre el tipo de PYME. (2020)

Todo lo anterior lo detallamos para poder dar a conocer algunos de los antecedentes que han venido a moldear y dar forma a esta emergencia y necesidad del sector PYME qué requiere de un producto crediticio con condiciones y características blandas y debidamente adaptadas a nuestra nueva realidad.

### 1.3 DEFINICION DEL PROBLEMA

En este apartado presentaremos debidamente el problema y la oportunidad que sea determinado y la misma será formulada y enunciada con sus preguntas de investigación. Esto ayudará a orientar y guiar el estudio de prefactibilidad.

#### 1.3.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Desde el mes de marzo Honduras y específicamente los micro y pequeños empresarios viven una situación económica adversa desde la aparición del COVI-19 y actualmente los desastres naturales que se tienen en el país. Las decisiones y medidas que se tuvieron que adoptar para combatir la transmisión del virus y reducir el contagio, ha llevado al cierre de una gran cantidad de negocios y al despido de muchas personas. Las

limitantes en cuanto a circulación y la cuarentena obligatoria los han llevado a un punto en el que muchos negocios para poder sobrevivir requieren de una inversión en capital de trabajo, con las inundaciones actuales los pequeños empresarios que habían quedado a flote lo perdieron todo, por lo que se necesita un capital semilla para un nuevo emprendimiento. Por ello se plantea la creación de un Producto Crediticio (crédito inclusivo para MIPYMES) específico para atender estas necesidades y problemas.

### 1.3.2 FORMULACION DEL PROBLEMA

El propósito es introducir un nuevo producto crediticio al mercado que fundamente las perfectiva de IDH Micro financiera, para hacer posible su desarrollo y aplicación con las MIPYMES.

En este apartado se procurará realizar un afinamiento y estructurar de manera más formal el estudio que se está planteando de prefactibilidad. Por lo cual estamos llevando el enunciado del problema a una pregunta:

¿Qué tan factible es para IDH Micro financiera lanzar un producto crediticio al mercado interno de sus clientes actuales, que vaya orientado al fortalecimiento del capital de trabajo de los negocios afectados por la pandemia en Tegucigalpa y San Pedro Sula?

### 1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACION

- ¿Cuáles son las principales necesidades de crédito que tienen los micro y pequeños empresarios de Tegucigalpa y San Pedro Sula en este momento?

- ¿Cuáles son los términos y condiciones del producto crediticio y el proceso a seguir?

- ¿Cuáles son las alternativas de fuentes de fondos públicas y privadas que pueden ser utilizadas para este producto crediticio?

## 1.4 OBJETIVO DE LA INVESTIGACION

En esta sección del estudio de prefactibilidad se van a detallar los objetivos tanto generales como específicos que se buscan alcanzar al finalizar el mismo. aprovechando de manera eficiente los recursos y generar resultados positivos. Por otro lado, también va a ser un ancla de ayuda para las MIPYMES que tienen graves problemas de liquidez

### 1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Analizar la factibilidad del producto crediticio que atienda las necesidades del micro y pequeño empresario, mediante condiciones accesibles de mercado y con requisitos flexibles y asequibles.

#### 1.4.2.1 OBJETIVOS ESPECIFICOS

-Determinar las áreas y destinos de financiamiento de los micro y pequeños empresarios IDH Micro financiera.

-Establecer las condiciones y guía operativa para el otorgamiento del producto crediticio.

-Identificar las fuentes de fondos a utilizar para el financiamiento del producto crediticio.

## 1.5 VARIABLES DEL ESTUDIO

A continuación, describiremos las variables que están relacionadas con el presente estudio de prefactibilidad.

### 1.5.1 DECLARACION DE LAS VARIABLES

Variable dependiente:

Prefactibilidad de la inversión

Variables independientes:

Estudio de Mercado

Estudio Técnico/organizacional

Estudio Financiero

## 1.6 JUSTIFICACION

A lo largo de ocho meses se ha podido observar en IDH Micro financiera que el sector microempresarial no ha podido levantarse y retornar a los niveles de normalidad de sus negocios. Esto a raíz de un problema principal de falta de liquidez tanto de la pandemia Covi-19 como de los últimos desastres naturales que afectan a Honduras. La banca comercial no enfoca la atención de este segmento de mercado y es por eso que las micro financieras están llamadas a contribuir en la reactivación de este segmento de la economía. No obstante, las instituciones micro financieras no cuentan aún con un producto novedoso que se adapte a esta nueva realidad y a las necesidades que han surgido. Con el desarrollo de este producto se podrá ayudar a levantar de nuevo un sector tan golpeado económicamente y que representa la mayor parte de generación de empleo para el país.

En la actualidad se han dispuesto fuertes cantidades de dinero por parte del gobierno para que sirvan como colateral de los clientes que requieren nuevos financiamientos. Éstos colaterales o garantías serán manejados por un fondo de garantía recíproca que servirá como aval para los solicitantes de créditos. Esto da apertura a la creación de estos nuevos productos ya que las instituciones financieras pueden de cierta manera minimizar los riesgos y compartirlos con los fondos de garantía.

Por otra parte, para que un nuevo producto creditico sea efectivo es necesario conocer bien el sistema productivo de las MIPYMES y centrar el interés en desarrollar

mejor sus habilidades y competencias para que el retorno del crédito sea un éxito, y el producto de IDH Micro financiera tenga el éxito esperado tanto para la empresa como para sus clientes.

Por dicha razón se plantea una investigación para fundamentar y diseñar un producto crediticio nuevo para su aplicación a las MIPYMES que debido a la pandemia y las tormentas tropicales están en problemas financieros.

#### 1.7 DELIMITACION DE LA INVESTIGACION

El estudio de prefactibilidad se centrará principalmente en determinar si existe un mercado dentro de los mismos clientes actuales de la institución financiera para poder ofrecer un producto crediticio enfocado en el fortalecimiento del capital de trabajo de los negocios que se han visto afectados por el confinamiento y las limitantes de movilidad. Además de ello se procurará estimar y proyectar el número de clientes al que se puede alcanzar y beneficiar.

El estudio se llevará a cabo en IDH Micro financiera y se centrará en la recopilación de información específicamente de la ciudad de Tegucigalpa y San Pedro Sula. Ciudades que por sus características urbanas se han visto seriamente afectadas en comercio y en donde se tiene pensado lanzar el producto crediticio al tenerlo finalizado.

## CAPÍTULO II – MARCO TEÓRICO

### 2.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Para analizar el macroentorno como el microentorno tenemos que comenzar mencionando que la normalidad de los indicadores de desempeño, así como indicadores de calidad de cartera se han visto fuertemente impactados a raíz de la crisis mundial que se ha desatado como parte de la pandemia generada por el COVID-19.

Normalmente la industria Micro financiera mantiene ciertos indicadores estables y con muy poca variación de un año como otro, con excepción de la industria Micro financiera de Nicaragua que a raíz de diversas situaciones políticas y legislativas se ha visto grandemente afectada últimos años. En esta ocasión se puede observar en reportes generados por la (REDCAMIF, 2020), que por ejemplo los indicadores de calidad de cartera de toda la región centroamericana se han visto alterados de forma tal que no se habían visto antes porcentajes de mora o indicadores de riesgos como los que se están mostrando en este momento.

La incertidumbre en la que está actualmente las MIPYMES en Honduras es cada día más grande, tomado en cuenta que la pequeña y mediana empresa son de los principales pilares de nuestra economía, ante la crisis del COVI-19 el impacto económico que tuvo en las MIPYMES fue grande.

El año pasado se tenían grandes expectativas con respecto a las MIPYMES donde se planeaba grandes inversiones para generar más empleo y mejor estabilidad económica en las familias hondureñas.

Escobar (2019), señala que “la MiPymes es la generadora de la mayor cantidad de empleos en el país por lo que destacó la importancia que el Estado de Honduras le está

dando al sector con la firma de este tipo de convenios que coadyuvan al desarrollo de los pequeños y medianos industriales”.

Así mismo se busca dinamizar el mercado de los Servicios de Desarrollo Empresarial, apoyar las capacidades productivas, empresariales y asociativas de las MiPymes; y a la vez dar marco y fundamento legal a futuros Convenios, Cartas de Entendimiento u otros instrumentos enfocados en la realización de actividades específicas, atendiendo las iniciativas de programas y proyectos que vayan en pro del fortalecimiento del sector emprendedor del país.

En agosto pasado el Poder Ejecutivo envió al Congreso Nacional el Plan Financiero de Rescate Solidario, que busca el alivio de deudas para los hondureños perjudicados por los efectos económicos de la pandemia de covid-19, beneficio que abarcará desde MiPymes hasta quienes tienen una tarjeta de crédito, entre otros. El presidente Hernández (2020) enfatizó que «el 70 por ciento de los empleos los producen la micro, pequeña y mediana empresa y tenemos que salvarlos. ¿Cómo vamos a dejar morir la industria que ya iba creciendo en el turismo, hoteleros, restaurantes? Tenemos que trabajar con ellos».

A continuación, se entrará en mayor detalle sobre la situación actual en la cual IDH Micro financiera está operando, tanto en cuanto a su Macroentorno como en el Microentorno.

### 2.1.1 ANALISIS DEL MACROENTORNO

El macroentorno está constituido por elementos muy difíciles o imposibles de controlar, ya que involucra los aspectos relacionados con el exterior, y como sabemos la Pandemia (COVI-19) afectó las economías a nivel mundial, lo que hace mucho más complicado buscar financiamiento externo.

El acceso de las MIPYMES al crédito se ve afectado no solo por las asimetrías de información y los elevados costos financieros, sino también por las características del sistema financiero de América Latina. Entre estas cabe mencionar los bajos niveles de profundidad y desarrollo, la orientación cortoplacista, la falta de incentivos del sistema financiero para orientar las fuentes de financiamiento hacia las pymes (que se encontrarían fuera de la “zona de comodidad” de la banca) y la escasez de instrumentos financieros. (Pérez Caldentey, 2018)

Por eso el conocimiento del entorno macro es de gran importancia, principalmente en el rubro que nos vamos a desarrollar, ya que conociendo el entorno podemos tomar ventajas sobre algunas variables que nos ayuden analizar oportunidades. De igual forma debemos conocer e identificar factores negativos que nos ayuden a prepararnos ante posibles amenazas para poderlos prevenir o anticipar a futuros problemas.

La actividad económica en el mundo está cayendo más de lo previsto hace unos meses como consecuencia de la crisis derivada de la enfermedad por coronavirus (COVID-19) y, con ello, aumentan los impactos externos negativos sobre América Latina y el Caribe a través del canal comercial, de términos de intercambio, de turismo y de remesas. Además, la región se encuentra hoy en el epicentro de la pandemia y, si bien algunos gobiernos han comenzado a aliviar las medidas de contención, otros han debido continuarlas o incluso intensificarlas ante el persistente aumento de los casos diarios de la enfermedad. (CEPAL, 2020).

## AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: PROYECCIÓN DEL CRECIMIENTO DEL PIB, 2020

(En porcentajes)

	Crecimiento del PIB
<b>América Latina y el Caribe</b>	<b>-9,1</b>
Argentina	-10,5
Bolivia (Estado Plurinacional de)	-5,2
Brasil	-9,2
Chile	-7,9
Colombia	-5,6
Ecuador	-9,0
Paraguay	-2,3
Perú	-13,0
Uruguay	-5,0
Venezuela (República Bolivariana de)	-26,0
<b>América del Sur</b>	<b>-9,4</b>
Costa Rica	-5,5
Cuba	-8,0
El Salvador	-8,6
Guatemala	-4,1
Haití	-5,0
Honduras	-6,1
México	-9,0
Nicaragua	-8,3
Panamá	-6,5
República Dominicana	-5,3
<b>Centroamérica y México</b>	<b>-8,4</b>
<b>Centroamérica</b>	<b>-6,2</b>
<b>América Latina</b>	<b>-9,1</b>
Antigua y Barbuda	-12,3
Bahamas	-10,5
Barbados	-8,8
Belice	-14,0
Dominica	-8,1
Granada	-10,5
Guyana	44,3
Jamaica	-5,3
Saint Kitts y Nevis	-11,5
San Vicente y las Granadinas	-7,8
Santa Lucía	-11,9
Suriname	-7,0
Trinidad y Tabago	-7,1
<b>El Caribe</b>	<b>-5,4</b>
<b>El Caribe (sin incluir Guyana)</b>	<b>-7,9</b>

Fuente: Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

Nota: En Centroamérica se incluye a Cuba, Haití y la República Dominicana.

Figura 1: Proyecciones del PIB (CEPAL, 2020)

Deuda Total de la Administración Central (Valores Expresados en Millones de USD)

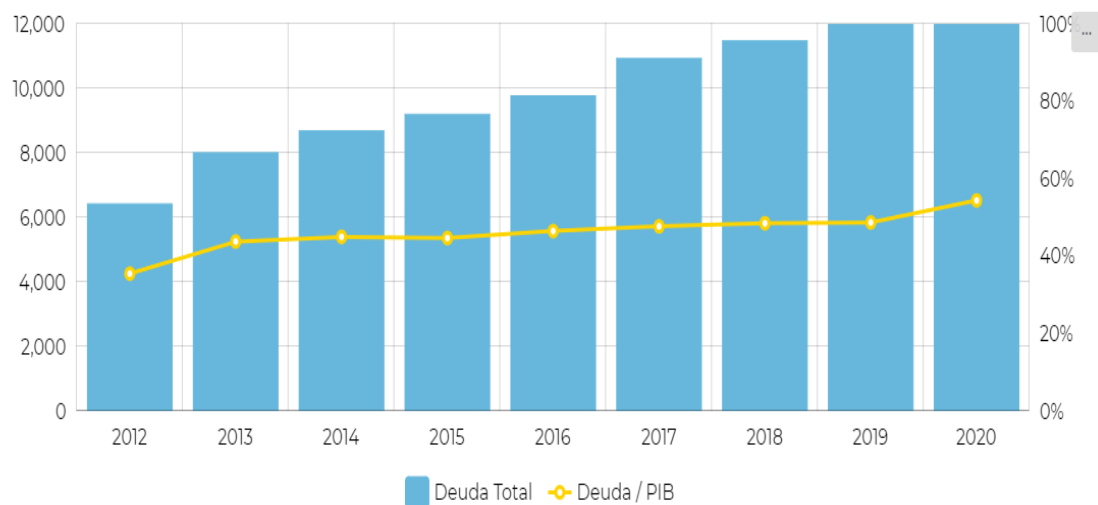


Figura 2: Deuda Total de la Administración Central (sefin.gob.hn, 2020)

Según el informe, dado que tanto el choque externo como el interno se han intensificado, la región evidenciará una caída del producto interno bruto (PIB) de -9,1% en 2020, con disminuciones de -9,4% en América del Sur, -8,4% en América Central y México y -7,9% para el Caribe excluyendo Guyana, cuyo fuerte crecimiento lleva al total subregional a una contracción menor (de -5,4%). (CEPAL, 2020)

Los países de la región han anunciado grandes paquetes de medidas fiscales para hacer frente a la emergencia sanitaria y mitigar sus efectos sociales y económicos.

Los esfuerzos nacionales deben ser apoyados por la cooperación internacional para ampliar el espacio de política a través de mayor financiamiento en condiciones favorables y alivio de la deuda. Asimismo, avanzar en la igualdad es fundamental para el control eficaz de la pandemia y para una recuperación económica sostenible en América Latina y el Caribe. (CEPAL, 2020).

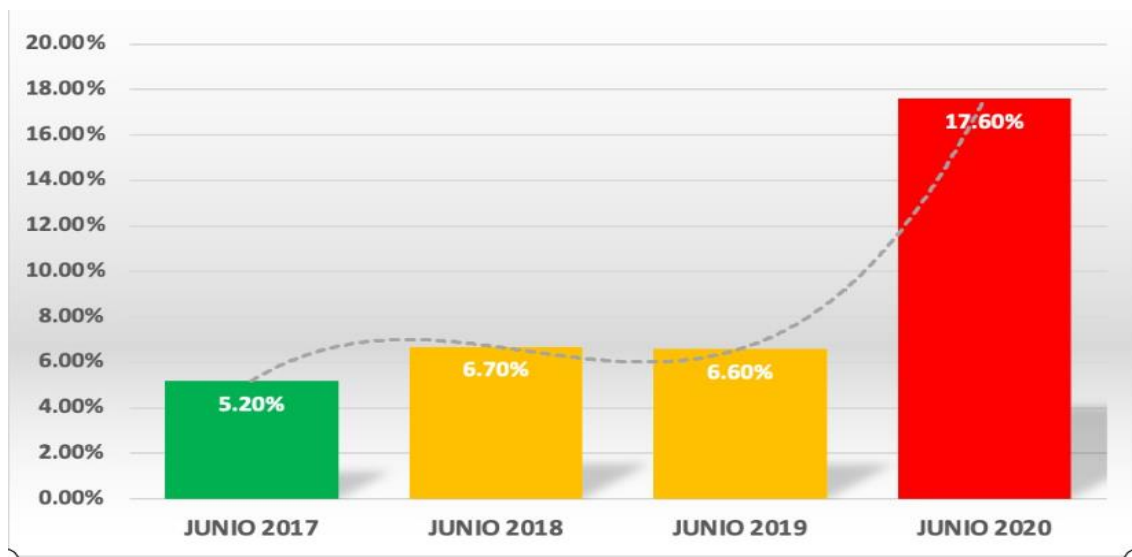


Figura 3: Cartera de Riesgo (*REDCAMIF, 2020*)

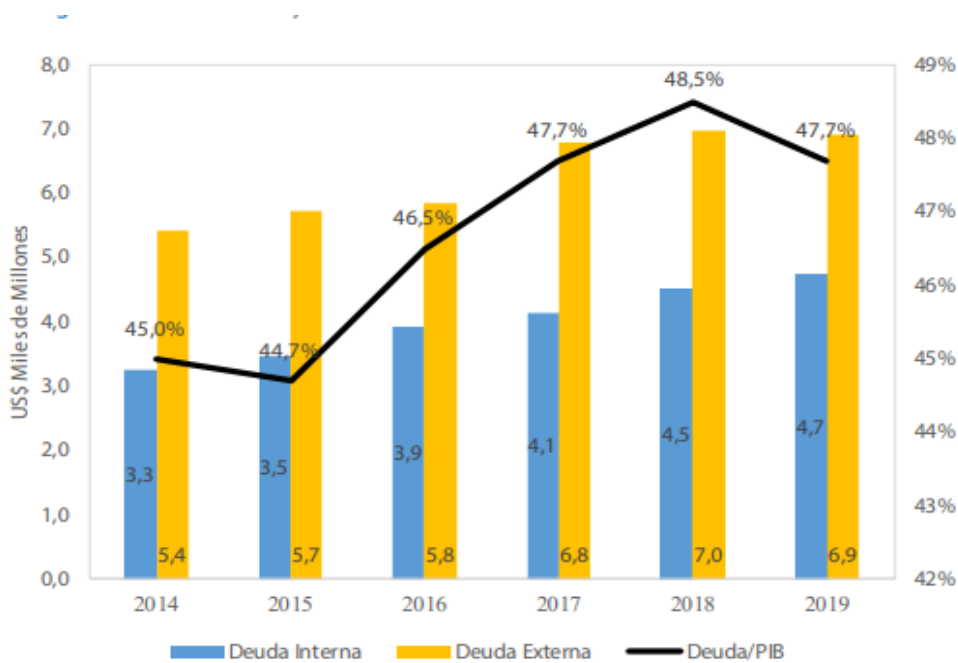
En Costa Rica y Honduras las líneas estatales de garantía de crédito, que buscan proveer capital de trabajo a sectores económicos estratégicos, ascendieron al 2,5% y el 1,7% del PIB, respectivamente. Estos esfuerzos fiscales tienen lugar en un entorno macroeconómico poco favorable y altamente incierto. Además del aumento del endeudamiento público durante la última década, los países enfrentan caídas de la recaudación tributaria debido a la contracción de la actividad económica y los menores precios de los productos básicos como consecuencia de la pandemia, mientras que las necesidades de gasto aumentan considerablemente para hacer frente a la emergencia. (CEPAL, 2020).

### 2.1.2 ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

En Honduras se distinguen cinco tipos de oferentes para las micro, pequeñas y medianas empresas, entre ellos se cuentan con bancos privados con áreas especializados para este tipo de empresas; las instituciones reguladas especializadas en micro-finanzas, entre ellas, bancos y financieras; las cooperativas de ahorro y crédito; las asociaciones

o fundaciones sin fines de lucro, dedicadas al otorgamiento de microcrédito; y las sociedades no financieras reguladas. (2020)

En el sector de microfinanzas en Honduras se conforma de 20 Instituciones de Microfinanzas, las cuales han reportado de manera frecuente su información de cartera y clientes a REDCAMIF durante el período marzo 2018 – marzo 2020. El 45% del total de instituciones del país son IMF grandes, el 35% pertenece al grupo de IMF medianas y el 20% corresponde a IMF pequeñas. (REDMICROH, 2020).



Fuente: Elaboración propia a partir de las estadísticas de la Secretaría de Finanzas.  
 Notas: Datos extraídos de [www.sefin.gob.hn/deuda](http://www.sefin.gob.hn/deuda) el 1 de abril de 2020

Figura 4: Deuda Interna y Externa de Honduras (Andes, 2020)

El nivel de deuda aumente de forma considerable, a pesar del limitado margen con que cuenta Honduras para aumentar su proporción de deuda con respecto al PIB. Aunque el Banco Central de Honduras ya ha reducido las tasas de interés para garantizar la liquidez, hay investigaciones recientes que señalan que las

medidas actuales pueden ser insuficientes para ayudar a controlar las consecuencias de los aspectos sanitarios de la pandemia.

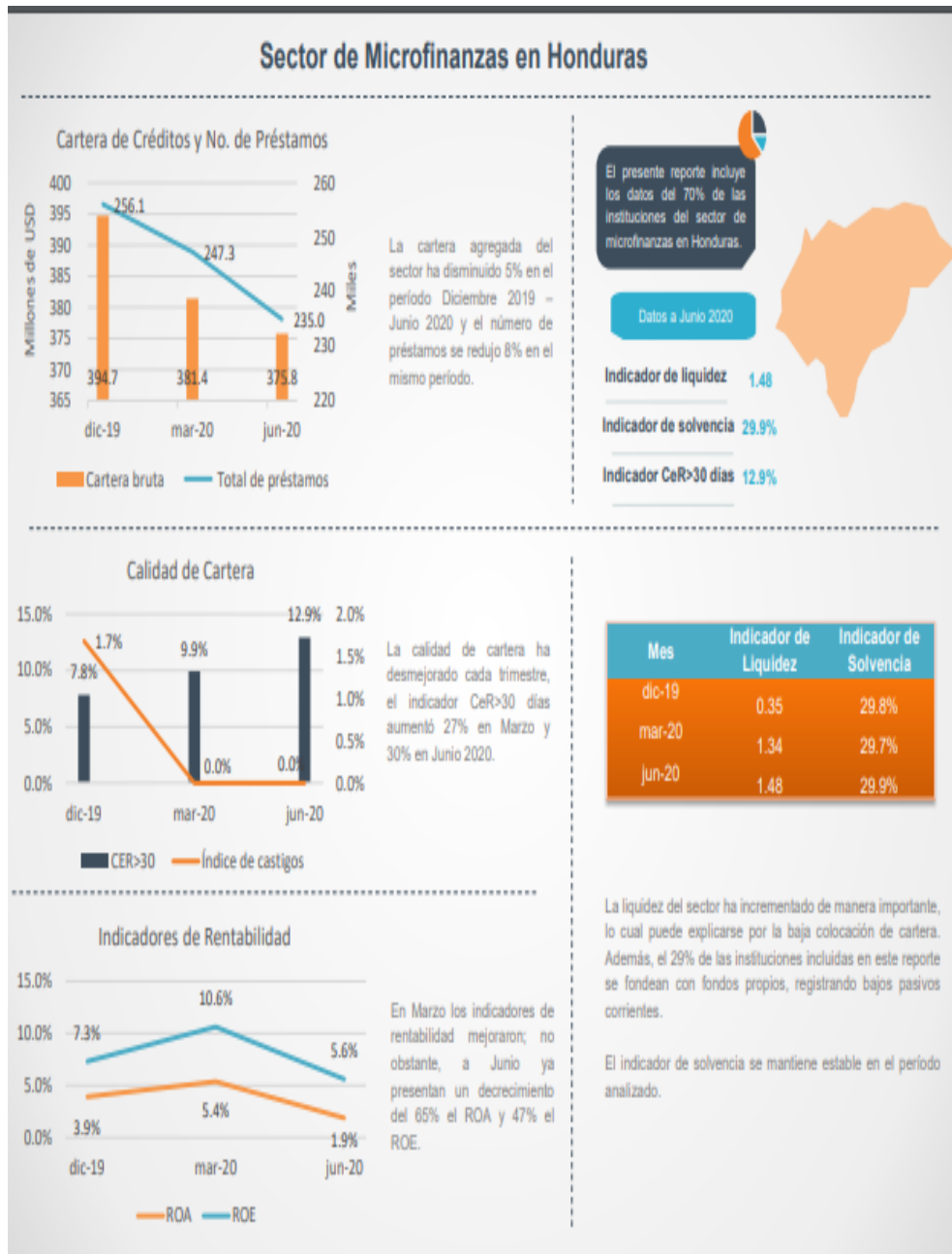


Figura 5: Sector de Microfinanzas en Honduras (Redcamif, 2020)

### 2.1.2 ANÁLISIS INTERNO

La institución financiera seleccionada para llevar a cabo este estudio de prefactibilidad se llama IDH Micro financiera y se encuentra ubicada su casa matriz en la ciudad de Tegucigalpa. (IDH Financiera, 2020)

La institución financiera cuenta con más de 45 años de operar en el país y nació en el año 1974 como una organización no gubernamental sin fines de lucro que atendía específicamente el sector microempresarial y agrícola por medio de asistencia técnica y asesoría.

A finales de los años 70 y principios de los años 80 se inició un pequeño programa de microcrédito orientado a trabajar metodologías grupales como lo son los bancos comunales. Éste programa de Microcrédito llevó a los fundadores a realizar un cambio estratégico y ya no sólo enfocarse en el asesoramiento y asistencia técnica sino que también empezaron a gestionar fondos de donantes estadounidenses para el fortalecimiento de este programa de crédito El programa de Microcrédito grupal llevaba consigo un enfoque siempre de formación de capacidades administrativas, así como también el establecimiento de juntas directivas dentro de los bancos comunales que contaban con cerca de 30 miembros cada uno. Este modelo procuraba mucho el empoderamiento principalmente de la mujer ya que el enfoque tenía principalmente un 60 a 70% de participación de mujeres.

En la década de los noventa la institución comenzó a trabajar un programa de microcrédito con grupos más pequeños llamados grupos solidarios que de igual forma mantenían por medios de crédito muy bajos y eran manejados mediante una garantía solidaria en donde cada miembro del grupo respondía por los fondos que recibían los demás miembros. Tomando en cuenta también que es una institución con principios

cristianos se manejaba siempre un elemento de educación financiera y socio espiritual qué hacía que la institución tuviera una muy fuerte aceptación en la zona rurales del país donde estaba principalmente operando.

Ya a principios del año 2000 la institución trabajo con una nueva metodología de crédito individual en donde se apoyaban negocios con una mayor capacidad de endeudamiento y que mayormente eran los mismos clientes que habían trabajado en las metodologías grupales pero que sus negocios se habían fortalecido y ahora podían trabajar con montos de crédito mayores.

Se crea un nuevo nicho de atención para la institución y se trabaja como un segmento que había sido descuidado tanto por la banca como por el sector microempresarial ya que era un pequeño segmento que quedaba entre ambas industrias y la institución financiera por eso lo denominó Micro pyme qué quiere decir que no es un crédito micro ni tampoco un crédito pyme. En este segmento se ha venido enfocando en los últimos años y es en donde tiene cerca del 60% de su cartera principalmente con un índice de mora y riesgo de menos del 2%. Dicho sea de paso, las metodologías grupales han pasado a formar parte de solamente un 4% de la cartera de la institución que es la misma tendencia que tiene a nivel regional en la industria.

La institución ha mantenido principalmente un enfoque en el crédito, pero ha abierto recientemente sus operaciones a nuevos servicios como ser el tema de envío y recepción de remesas, así como también el de pagos de servicios públicos.

La institución ha venido poco a poco ampliando su cobertura y mediante una estrategia de crecimiento geográfico anillado, ha llegado a tener hasta este momento 20 agencias a nivel nacional y además cuenta con dos puntos de atención, tanto en San Esteban en el departamento de Olancho y en Yoro cabecera del departamento de Yoro.



adhirió tanto a redes nacionales como regionales y a una red a nivel mundial. Esto vino a fortalecer y a dar una mayor apertura a fundadores internacionales ya que da una sensación mayor de formalidad institucional. Esto es necesario ya que la institución es una organización sin fines de lucro que no está regulada por la Comisión Nacional de Bancos y Seguros (CNBS) y por ello se requiere tener ese respaldo de organizaciones como las redes para acceder a mercados internacionales de fondos.

Las redes de las que forma parte IDH son:

1. Red de instituciones de Microfinanzas de Honduras (REDMICROH).
2. Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF).
3. Red Solidarios.
4. Red Katalysis.
5. Opportunity International Network.

Además de adherirse a diversas redes nacionales e internacionales la institución ha venido poco a poco agregando nuevos socios estratégicos internacionales que proveen de fondos financieros para poder continuar el crecimiento institucional en el sector microempresarial.

Algunos de los principales fondeadores de la institución son:

1. Fundación José María COVELO.
2. Banco Atlántida.
3. Symbiotics.
4. ADA.
5. Global Partnerships.
6. Oikocredit.
7. LOCFUND.

## 8. MCE Social Capital.

### Empresas con las que tiene alianza IDH Microfinanciera



Figura 7: Redes y Alianzas (2018)

En la presente figura se detallan las empresas con las cuales tienen alianzas IDH Financiera



Figura 8: Fondadores (2018)

En la Figura #8 se muestran los diferentes Fondadores con lo que la institución maneja relaciones comerciales directas. Esto se ha venido ampliando para poder diversificar las fuentes de fondos y evitar un riesgo futuro de no contar con los recursos suficientes para mantener los crecimientos esperados.

Tabla 1: Análisis FODA de IDH Micro financiera

Fortalezas		Oportunidades	
1	Colaboradores comprometidos con la visión, misión y valores institucionales.	1	Un alcance más profundo en la zona rural por medio del microcrédito.

2	Contamos con un programa de educación financiera para los clientes.	2	Fortalecer la estrategia de microcrédito en todas las agencias, aprovechando el mercado no atendido.
3	Solidez financiera: Indicadores CAMEL AAA, BANHPROVI A+, Calificación de Riesgos BBB+	3	Al estar regulados se podrá contar con mayor diversificación de servicios: Fondos BANHPROVI, remesas, depósitos y demás.
4	Se cuenta con una herramienta de medición de los indicadores sociales.	4	Oportunidad que en este próximo 2021 de implementar un nuevo programa de fidelización del cliente.
5	Adecuada asignación de nuestro portafolio como una cartera productiva del 98%.	5	Ampliación estratégica de agencias a nivel nacional.
6	Consolidada y amplia red de financiamiento tanto nacional como internacional e inversionistas sociales.	6	Mejorar el posicionamiento de la marca de IDH Micro financiera a nivel nacional.
7	Suficiencia patrimonial adecuada permitiendo continuar con el crecimiento de la institución.	7	Creación de productos para situaciones de emergencia de los microempresarios.
8	Contamos con una herramienta tecnológica vanguardista para agilizar y optimizar el servicio a nuestros clientes.	8	Se está dando amplias oportunidades para acceso a fondos con condiciones preferenciales para atender los sectores más afectados por las emergencias nacionales.
9	Se pertenece a diversas redes de microfinanzas nacionales, regionales y globales que ayudan a fortalecer el perfil institucional		

<b>Debilidades</b>		<b>Amenazas</b>	
1	La institución no está regulada por la CNBS.	1	Riesgo por inestabilidad política en el país.
2	No se cuenta con una certificación de los principios SMART.	2	Riesgo social fruto de la delincuencia que afecta a nuestros clientes.
3	Según los requerimientos de CNBS aún están faltos algunos puestos claves en la estructura de personal.	3	Devaluación de la moneda.
4	Restringida captación del público y fondos del gobierno.	4	Incremento de las tasas de interés de nuestros fondeadores.
5	Clientes con mayor fidelidad al asesor de crédito y no a la institución.	5	Nuevas reformas tributarias en el país.
6	Tiempos de respuesta de los créditos está un poco por encima del promedio de la industria.	6	Población en zonas urbanas más endeudada por la amplia oferta crediticia.

7	No se cuenta con un plan anticrisis que ayude a responder a momentos como los que estamos viviendo.	7	Desastres naturales que pueden afectar el mercado que es altamente vulnerable y sensible.
		8	Que la banca continúe expandiendo sus servicios micro financieros en el país.

## 2.2 TEORÍAS DE SUSTENTO

El sustento teórico permite explicar todo lo expuesto en el trabajo investigativo de manera más sencilla y más claramente definida. También permite determinar cuál es la mejor manera de llevar la investigación para identificar el diseño metodológico de la investigación.

Con el fin de fortalecer el estudio y dar a comprender de una forma más completa las consecuencias y lo grave de la situación del sector MIPYME se revisaron varios escritos y estudios relacionados.

Una de las consecuencias más graves que se puede esperar como efecto de esta crisis es la de una nueva migración masiva de hondureños, tal como se pudo observar en el Estudio: Caravana de migrantes Centroamericanos en Reynosa y matamoros, 2019.D.R el colegio de la Frontera Norte Tamaulipas, México. Marzo 28,2019. Acá se menciona que una de las principales 3 razones para la migración de hondureños se basa en la falta de empleo y este es uno de los efectos que está dejando tanto la pandemia como las dos tormentas tropicales que azotaron nuestro país.

Un segundo sustento importante a la práctica de este estudio y propuesta es Brickell, K. (2020). Compounding crises of social reproduction: Microfinance, over-indebtedness and the COVID-19 pandemic. Ya que en este estudio se muestra como la crisis y el impacto económico de la pandemia ha dejado con un alto grado de sobreendeudamiento al sector MIPYME principalmente, ya que se ven incapaces de cubrir sus obligaciones.

En Escapo y Economía (2020) Crisis del coronavirus: impacto y medidas económicas en Europa y en el mundo. Pudimos ver que el mundo entero se ha visto en la necesidad de implementar medidas de alivio para las deudas del sector MIPYME y que entre estas medidas se tenían periodos de gracia y reducciones en los costos financieros de sus créditos. Esto lo tomamos para fortalecer el estudio y las ideas en el planteadas.

Otro estudio y análisis que nos ha venido a fortalecer y a confirmar la necesidad de contar con este producto es el recibido por parte de la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas (REDCAMIF). En el Reporte “Monitoreo del Impacto COVID19” con datos al 30 de septiembre 2020 se muestra como las carteras se han venido afectando y como se ha decrecido tanto en cartera como en clientes a nivel regional. En el reporte se observa que la Cartera en Riesgo superior a los 30 días ha llegado en Honduras a un 16.3% en comparación al 11.1% que se mostraba en el país al mes de marzo.

Además de lo anterior se tuvo acceso a un en un Blog Oficial del BID - COVID-19: ¿Una oportunidad para la transformación digital de las pymes? En este blog de Pauline Henríquez se menciona que un aspecto fundamental y clave para que las MIPYME se mantengan en el mercado es el hecho de mantener el acceso al financiamiento. En algunos países lo que se está procurando es el hecho de promover la digitalización de los procesos de crédito.

En resumen, con todo este respaldo teórico se puede observar que el sector MIPYME requiere urgentemente de estrategias innovadoras para fortalecer y capitalizar las empresas.

#### Estudio de mercado

En el estudio de mercado se buscará y se procurará detallar la demanda potencial de un producto crediticio enfocado en el alivio y financiamiento del capital de trabajo.

También acá podremos investigar las diferentes necesidades que tienen los clientes y los montos probables de créditos que estarían demandando.

En el estudio de mercado tratamos de averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio, con el fin de implementar estrategias de éxito para el producto.

Para Fernández (2017) al estudio de mercado se le puede definir en pocas palabras como "estudiar el mercado. Lo que es de gran importancia porque con la información obtenida podemos tomar las mejores decisiones para que el producto tenga el éxito esperado en el mercado.

Algunos de los elementos básicos de un estudio de mercado es conocer las necesidades que satisface al cliente, para identificar una ventaja competitiva para el producto. Otro punto importante es el monitoreo de las actividades de la competencia en elementos como: precio, calidad, diseño, promoción.

Para Philip Kotler (1993) Un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico y que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga esa necesidad o deseo.

Se estarán aplicando algunos instrumentos específicos de investigación como ser la aplicación de encuestas y la realización de un benchmarking con una de las instituciones financieras del país que está ya manejando un producto crediticio similar al que se está proponiendo para IDH Micro financiera.

Es importante mencionar que el estudio de mercado conlleva en esta etapa el análisis del potencial de este producto solamente para una región de las que atiende la institución. Se ha seleccionado por petición de la institución que se trabaje con las 3

agencias ubicadas en Tegucigalpa y las 2 agencias que se tienen en la ciudad de San Pedro Sula.

La muestra se estará calculando por lo anterior sobre la población total de clientes que mantienen estas 5 agencias.

#### Estudio técnico

En esta sección lo que se estará tocando a profundidad tiene que ver con los requerimientos de recursos y espacio físico para la operatividad del producto de IDH Alivio. Se pretende mostrar que se cuenta con lo necesario para la puesta en marcha ya que es un producto complementario a la oferta ya existente.

Para Gabriel Baca (2010) El estudio técnico es aquel que presenta la determinación del tamaño óptimo de la planta, determinación de la localización óptima de la planta, ingeniería del proyecto y análisis organizativo, administrativo y legal.

Lo que se ha determinado es que se necesita de al menos 1 asesor de negocios por oficina seleccionada para que el proyecto sea adecuadamente manejado. Para ello lo que se estará proponiendo a la institución es que se haga una reasignación del personal ya laborando para la organización y que sean ellos los que lleven a la operación este nuevo producto. La ventaja de lo anterior es que se cuenta ya con una experiencia previa del personal y ya están capacitados e identificados con IDH Micro financiera. Esto reduce muchos costos y tiempos.

El equipo de cómputo, las motocicletas para las movilizaciones y así mismo las oficinas actuales de IDH Micro financiera cubren las necesidades de logística. Por ello como se podrá demostrar los requerimientos de estos recursos se evitan y ayudan a la prefactibilidad del producto financiera.

En el estudio técnico también se proveerá de un flujo de proceso del producto condensado para poder guiar la operación de este.

#### Estudio económico

El análisis o diagnóstico financiero constituye la herramienta más efectiva para evaluar el desempeño económico y financiero de una empresa a lo largo de un ejercicio específico y para comparar sus resultados con los de otras empresas del mismo ramo que estén bien gerenciadas y que presenten características similares

En el estudio económico lo que se plantea mostrar es principalmente el impacto financiero que puede tener la institución en cuanto a pérdidas por cartera dañada, así como también los indicadores de reserva por cuentas incobrables que también afectaría la situación financiera de la institución.

Para Lawrence J. Gitman (2003) El conocimiento de las técnicas de un buen análisis financiero no solo le ayudará a tomar mejores decisiones financieras como consumidor, sino que también le ayudará a comprender las consecuencias financieras de las decisiones importantes de negocios que tomará independientemente de la carrera que usted elija.

Otro elemento también que se quiere mostrar en el estudio económico es como puede llevar una situación de cartera dañada y del deterioro de la calidad de cartera a una pérdida económica por el rechazo de los fondeadores y organismos internacionales de financiamiento, hacia nuevas solicitudes de fondos por parte de la institución financiera.

También se deberá demostrar en el estudio económico qué el producto financiero creado es sostenible en el tiempo y que genera rentabilidad para la organización.

Además, Pacheco et al. (2002); señalan que los indicadores financieros constituyen el resultado de las prioridades financieras tradicionales, relacionando los

elementos del balance general y del estado de resultados; es así como permiten conocer la situación de la empresa en lo que respecta a liquidez, solvencia, eficiencia operativa, endeudamiento, rendimiento y rentabilidad.

Debemos de dejar claro que las proyecciones financieras están basadas en el hecho que IDH Micro financiera es ya una operación en marcha y con indicadores de rentabilidad por encima de la media de la industria, manteniéndose entre los primeros lugares de Rentabilidad y Sostenibilidad los últimos años a nivel centroamericano y del caribe. Por ello lo que la organización nos ha pedido es que revisemos cifras financieras directamente relacionadas con el producto y que se haga una verificación de que el producto provea de al menos un 2% de retorno sobre el portafolio anual.

Además, se mostrará en el estudio financiero y económico de que los elementos principales que conllevan este nuevo producto son la reasignación de personal, las provisiones por cuentas incobrables, el gasto financiero, algunos gastos operativos adicionales directamente relacionados.

El proyecto lleva consigo una inversión inicial simple, donde los fondos a utilizar para el producto vendrán de un préstamo directo que se estará gestionando con una entidad bancaria u organismo fondeador.

### 2.2.1 ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS

El proceso de investigación de mercado incluye un análisis de la demanda, análisis estratégico, así como también un análisis comparativo mediante el uso de un benchmarking que ayudará a identificar los puntos en los cuales IDH Micro financiera podrá competir.

#### 4P de marketing

**Producto:** ¿Para que servirá el producto y quienes serán los beneficiados? El producto está orientado a ayudar a los afiliados de IDH Micro financiera que han tenido problemas de pago, y ayudara a la consolidación de deuda para que los afiliados puedan ponerse al día en sus cuotas y así también que sus negocios estén en funcionalidad total.

**Precio:** Los montos de los prestamos están entre L.5000.00 a L.300000.00 con una tasa de interés el 28% anual.

La ventaja que tiene este producto es que es accesible para los clientes afiliados a la financiera, y los pocos requisitos que se necesitan para adquirir un préstamo.

**Promoción:** la promoción será en las oficinas directamente con los afiliados y también por medio de llamadas telefónicas ya que en sus inicios el producto solo será para los clientes de la financiera.

**Plaza:** será en Tegucigalpa y San Pedro Sula en las oficinas de IDH Micro financiera.

La instalación física será las oficinas de IDH Micro financiera y de forma presencial para realizar los trámites.

#### Desarrollo de Encuesta

Esta forma de recabar información es una de las más comúnmente utilizadas y provee a los que la desarrollan el acceso a una fuerte retroalimentación que proviene directamente de una fuente primaria ya que los encuestados son en general el mercado meta que se busca atender con algún producto y servicio. En esta ocasión para poder determinar las necesidades de los clientes de IDH afectados por la Pandemia y ambas

Tormentas Tropicales, se estará encuestando a una muestra del total de los clientes que se tienen en las Agencias ubicadas en San Pedro Sula y Tegucigalpa.

Como se ha vuelto cada vez más común, las encuestas serán practicadas por medios digitales y directamente mediante un aplicativo móvil. Esto facilitara desde luego la aplicación por temas de dificultades de movilización que se han encontrado luego del paso de las Tormentas Tropicales.

La tendencia a recabar información y realizar investigaciones de mercado por teléfonos móviles y también por medio de redes sociales está cambiando la forma tradicional de puerta a puerta y presencial.

### Benchmarking

Sabemos que esta técnica se trabaja mediante la identificación de puntos de referencia que comúnmente son llamados “benchmarks”. En esta ocasión para materia del estudio se ha tomado en consideración el primer producto del sector financiero lanzado al mercado y que servirá como ese punto de referencia para el producto que se está proponiendo para IDH.

Se utilizará el benchmarking competitivo que mide los productos, servicios y procesos de trabajo de los principales competidores de la marca. El análisis y el estudio de mercado se realizan sobre la competencia más directa.

El benchmarking se realizará con Banco Atlántida ya que tiene un producto similar al que se va ofrecer en IDH Micro financiera, se señalará cada punto importante de cada institución para ver lo bueno de cada institución. Este análisis de benchmarking se llevará a cabo principalmente para saber cuáles serían esos puntos, en los que el producto que se promoverá por medio de IDH, atractivos para los clientes y que los llevaran a tomar esa decisión de utilizar el producto de IDH Alivio, en lugar del que es ofrecido por la competencia.

### 2.2.2 ANTECEDENTES DE LAS METODOLOGÍAS

Existe entre los especialistas en el área de marketing una duda y fuerte contradicción sobre el inicio del marketing. Hay algunos que consideran que desde que se presentaron las interacciones humanas se comenzó a realizar algún tipo de operación de Marketing. No obstante, lo anterior, en lo que si están de acuerdo la mayoría de ellos es que el concepto y término utilizado modernamente como marketing apareció entre 1906 y 1911 en Estados Unidos vinculado a la economía. (García, 2010)

Jerome McCarthy (premio Trailblazer de la American Marketing Asociación) introdujo el concepto de las 4 P's que actualmente es utilizada para estructurar herramientas o variables de la mezcla en la mercadotecnia, las mismas contienen los elementos que deben estar presentes en cualquier campaña de marketing

En su acepción moderna, la «mezcla de mercadeo» hace referencia al conjunto de instrumentos o variables controlables por quien mercadea y que afectan la demanda, y que pueden ser combinados en un programa de mercadeo usado por una firma o cualquier

otra organización para lograr un cierto nivel y tipo de respuesta de su mercado objetivo. (Van Waterschoot & Van den Bulte, 1992).

Al pasar los años se han desarrollado diversas formas de estudiar el marketing, entre las que se encuentran el desarrollo de las encuestas y la realización del benchmarking.

El Benchmarking es considerado en Marketing como un Arte de conocer cómo y porqué algunas empresas realizan un mejor trabajo que otras. (Kotler, 2006)

Según la historia y los textos, el termino específico de Benchmarking nace a raíz de unos estudios y análisis realizados por Xerox. Estos análisis tenían un enfoque comparativo para poder identificar como su desempeño era similar o distinto al de sus competidores.

Lo que si queda claro es que el benchmarking es cada vez más utilizado como una herramienta continua y que es uno de los procesos más utilizados para aprender de otros competidores tanto directos como indirectos.

Según los textos las principales maneras para recabar información primaria son cinco: observación, grupos focales, encuestas, datos de comportamiento y experimentos.

En esta ocasión que se va a utilizar el método de levantamiento de información por medio de encuestas podemos mencionar que de forma tradicional este método de recolección de información ha sido usado para conocer qué es lo que saben, quieren o prefieren los consumidores meta de las instituciones.

Este método se remonta a los inicios de las actividades comerciales ya que los comerciantes siempre han necesitado y hecho uso de estos análisis sencillos para determinar por ejemplo que opinan sus clientes respecto a sus productos y también que buscarían como mejora potencial.

El Benchmarking es una herramienta por medio de la cual las empresas pueden poner en práctica la mejora continua por medio de la medición de procesos de otras compañías líderes en su campo para implementar los mismos posteriormente en sus empresas, por lo que se puede entender que el Benchmarking es una herramienta que involucra una serie de acciones problemas y oportunidades y que mide el desempeño de los distintos procesos de la empresa, estimulando cambios y mejoras en una forma continua.

### 2.2.3 ANÁLISIS CRÍTICO DE LAS METODOLOGÍAS.

Se realiza el análisis tanto de la metodología de Encuestas de marketing como de las él benchmarking que contribuye a analizar y desarrollar estrategias que evalúan si es factible crear un producto de alivio financiero para los clientes de IDH Micro financiera que han sido golpeados por la Pandemia y por las Tormentas Tropicales de Iota y Eta.

Con ambas metodologías es posible analizar el contexto actual y la situación en la que se encuentras los clientes, así como también que se lo que el mercado está ofreciendo en este momento.

## Encuestas

Las ventajas de utilizar la metodología de las Encuestas para analizar la factibilidad del estudio es que permiten enfocar análisis al mercado meta particular que se quiere atender directamente con el producto crediticio de Alivio, así como también que es un método de recolección de información que permite mantener los cuidados de bioseguridad ya que se realizara mediante medios móviles digitales. También algo adicional es que la movilización de un lugar a otro se ha visto afectado por los huracanes y al hacer estas encuestas de forma digital permite hacerlo todo a distancia. Además de ello el costo de la realización de estas encuestas es sumamente bajo y con un tiempo de realización corto ya que se llega a todos los clientes de forma simultánea.

La principal desventaja de aplicar la metodología de las encuestas digitales es que, en estos momentos de pandemia, no se puede tener esa personalización del proceso y cierta información o percepción que se da cuando se hace presencial se pierde. También otra desventaja puede ser el rápido llenado del instrumento y a veces se hace con dudas en las preguntas, que al hacerlo presencial se podrían haber aclarado.

## Benchmarking

La ventaja de esta metodología es que brinda un análisis de los competidores externos a la empresa, tomando en consideración como el entorno está atendiendo a los clientes afectados. También ayuda a diseñar de mejor manera el producto crediticio ya que se pueden identificar las áreas o puntos de mejora en el producto referencia y mejorarlo en el propuesto a IDH Micro financiera.

La principal desventaja que presenta en este momento el realizar el benchmarking es que son muy pocas las organizaciones que están comercializando este tipo de producto de alivio y además que lo ideal habría sido poder visitar las instalaciones e indagar un poco más, pero por esas dificultades amarradas al COVID19 el análisis se hace solo con medios digitales como las páginas web o redes sociales de las instituciones bancarias

### 2.3 CONCEPTUALIZACIONES

Se presentan algunos de los conceptos técnicos relacionados con la industria Micro financiera y financiera, así como también conceptos que se tratan en el estudio de prefactibilidad, a raíz del macroentorno y microentorno en el cual está localizado el estudio:

**Mercado potencial:** se refiere al número de clientes actuales de la financiera que estarían interesados en tomar el nuevo préstamo.

**Institución Micro financiera:** Son organizaciones que proporcionan préstamos a clientes de bajos ingresos como microempresas y trabajadores por cuenta propia, que suelen carecer de acceso a fuentes habituales de financiamiento de instituciones bancarias.

**Tasa de interés:** es el precio del dinero, es decir, es el precio a pagar por utilizar una cantidad de dinero durante un tiempo determinado. Por lo general se paga una tasa de interés cuando se obtiene un préstamo.

**Cartera en riesgo mayor a 30 días:** es el saldo del capital total adeudado con atraso mayor a 30 días y que representa una probabilidad de pérdida para la institución financiera.

**Prestamista:** persona natural o jurídica que se dedica a prestar dinero cobrando por ello un interés.

Prestatario: es el adjetivo que se aplica sobre la persona que recibe dinero prestado. El prestatario, por lo tanto, es quien solicita un préstamo y accede a un monto con el requisito de qué lo devuelva bajo ciertas condiciones.

Capacidad de pago: es la posibilidad de ser frente a los vencimientos de pago más próximos se puede calcular restando a los ingresos la suma de los gastos y los importes destinados al servicio de la deuda.

Medidas de alivio: Son las directrices y decisiones tomadas por el gobierno para tratar de contribuir al restablecimiento de los diferentes sectores económicos del país, principalmente impactando a los deudores del sistema financiero.

REDMICROH: Red de instituciones micro financieras de Honduras.

REDCAMIF: Red centroamericana y del Caribe de microfinanzas.

BANHPROVI: Banco hondureño de la producción y la vivienda

BCIE: Banco centroamericano de integración económica

BCH: Banco Central de Honduras.

La prefactibilidad: supone un análisis preliminar de una idea para determinar si es viable convertirla en un proyecto. El concepto suele emplearse en el ámbito empresarial y comercial. (Definicion.De)

AHIBA: Asociación hondureña de instituciones bancarias.

## **CAPÍTULO III – METODOLOGÍA**

En el capítulo III del estudio lo que se procede a mostrar es la manera en que se trabajará la investigación Y los métodos y técnicas que se van a estar implementando para poder desarrollar el problema que se plantió en el capítulo I. Vamos a analizar las variables y de igual manera también a describir el procedimiento que se llevó acabo para cumplir los objetivos del estudio.

### **3.1 CONGRUENCIA METODOLÓGICA**

Se ha llegado a esta etapa del estudio en donde se describen cada uno de los pasos que se han llevado a cabo en el proceso de investigación del presente estudio, y que han contribuido al alcance de los objetivos que se establecieron en capítulos anteriores. Se establece también en esta sección los métodos y procedimientos, así como las técnicas que se utilizaron para poder indagar y profundizar mucho más.

A continuación, se presentará las variables y las definiciones para tener una mejor visión de las variables e hipótesis de nuestra investigación.

#### **3.1.1 MATRIZ METODOLÓGICA**

En esta matriz metodología se explicará de forma clara una de las variables de investigación, como también las hipótesis que se plantearan.

En la matriz de Congruencia realizamos un pequeño resumen del problema de investigación, de los objetivos de Investigación, y las variables que nos permitan tener una mejor perspectiva de lo que queremos lograr con la investigación.

También planteamos las hipótesis de la investigación para lograr identificar el entorno que levara la investigación para facilitar mejor el desarrollo del problema de la investigación.

En esta sección se ha definido y se muestra además la matriz metodológica que es donde se muestra el marco general del estudio y donde podemos encontrar un cuadro que sirve de resumen para las diversas preguntas que se estarán contestando a lo largo de la investigación

### MATRIZ DE CONGRUENCIA

Desarrollo de un producto crediticio con un enfoque en el fortalecimiento de capital de trabajo para el alivio del micro y pequeño empresario afectado económicamente por las consecuencias de la pandemia.

Problema	Preguntas de investigación	Objetivo		Variables		
		General	Específico	Independiente	Dependiente	
¿Qué tan factible es para IDH Micro financiera lanzar un producto crediticio al mercado interno de sus clientes actuales, que vaya orientado al fortalecimiento del capital de trabajo de los negocios afectados por la pandemia en Tegucigalpa y San Pedro Sula?	¿Cuáles son las principales necesidades de crédito que tienen los micro y pequeños empresarios de Tegucigalpa y San Pedro Sula en este momento?	Analizar la factibilidad del producto crediticio que atienda las necesidades del micro y pequeño empresario, mediante condiciones accesibles de mercado y con requisitos flexibles y asequibles.	Determinar las áreas y destinos de financiamiento de los micro y pequeños empresarios IDH Micro financiera.	Estudio de mercado.	Factibilidad de Inversión	
	¿Cuáles son los términos y condiciones del producto crediticio y el proceso a seguir?		Establecer las condiciones y guía operativa para el otorgamiento del producto crediticio.			Estudio técnico
	¿Cuáles son las alternativas de fuentes de fondos públicas y privadas que pueden ser utilizadas para este producto crediticio?		Identificar las fuentes de fondos a utilizar para el financiamiento del producto crediticio.			Estudio financiero

Tabla 2:Matriz de Congruencia

Fuente: propia (2020)

### 3.1.2 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

A continuación, se muestran y se detallan las variables del estudio. Esta etapa es parte del proceso metodológico en donde se trata de descomponer todas las variables que forman parte del estudio y de la investigación

#### Operacionalización de las variables

Variable dependiente	Variable independiente	Definición		Dimensiones	Ítems	Unidad
		Conceptual	Operacional			
Prefactibilidad de inversión	Estudio de mercado	Es un análisis para examinar si el producto tendrá posibilidades de éxito	Ofrecer una estructura de mercado bien definida para lograr el éxito del nuevo producto	Demanda	¿cuál considera sería su principal necesidad de financiamiento?	Financiamiento para capital de trabajo.
						Financiamiento para compra de activos del negocio
						Fondos para consolidación de deudas
						Extensión de plazo y adecuación de su deuda actual
				Motivos	¿Ha resultado afectado directamente por las inundaciones o derrumbes provocados por las Tormentas Iota y Eta?	SI
						NO
	Plaza	¿Usted es cliente de nuestras agencias de?	Mall El Dorado Tgu			
			City Mall Tgu			
			Mall Premier Tgu			
			Suyapa Sps			
	Estudio técnico	Es un análisis de los aspectos técnicos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para el nuevo producto	Utilización al máximo de los recursos disponibles para el éxito del nuevo producto	Requerimiento del equipo	¿Cuál es el equipo disponible para el desarrollo del producto?	Computadoras
						escritorios
Equipo para informar sobre el Producto				¿Qué equipó necesita para que conozcan el Producto?	Teléfono	
					Internet	
Estudio financiero	Detectar los recursos económicos para poder llevar a cabo el proyecto	Es un análisis que ayuda a reducir el margen de error y a identificar inversiones viables.	Tasa de Retornó	¿Hay una tasa de retorno de la Inversión aceptable para él producto?	Si	
					No	

Tabla 3:Operalización de Variables

### 3.1.3 HIPÓTESIS

En esta sección del estudio lo que se va a mostrar es la formulación de todas las hipótesis correspondientes a la investigación y que buscarán ser probadas a lo largo del estudio por medio de los mecanismos y métodos de investigación seleccionados para ello.

Para el desarrollo de este estudio e investigación se determinó el uso específico de un enfoque cuantitativo y que presenta un alcance descriptivo y adicional a esto el estudio será no experimental y manejará un diseño transversal utilizando una muestra

#### Alcance descriptivo

Éste alcance fue seleccionado dado que en el mismo el investigador se enfoca principalmente en las características o en algún fenómeno en particular de una población seleccionada y en un momento del tiempo específico.

#### Diseño no experimental

El estudio presenta un diseño no experimental ya que no se ha de realizar en un ambiente controlado y tampoco se procederá a la manipulación de las variables por lo que solamente se estará evaluando la muestra en un ambiente normal y al final se procederá al análisis de la información recabada.

#### Investigación transeccional

Dadas las características de la investigación y del estudio se ha manejado una investigación de manera transeccional que nos dice que la información será evaluada una única vez en un momento específico.

Las preguntas de Investigación plantean sugieren las siguientes Hipótesis:

H1. La creación de un nuevo producto crediticio por IDH Financiera es una solución para las MIPYMES afectadas por la pandemia y las tormentas Tropicales.

H0. La creación de un nuevo producto crediticio por IDH Financiera no es la solución para las MIPYMES afectadas por la pandemia y las tormentas Tropicales.

En la siguiente imagen se pueden mostrar gráficamente el enfoque del estudio que se seleccionó.

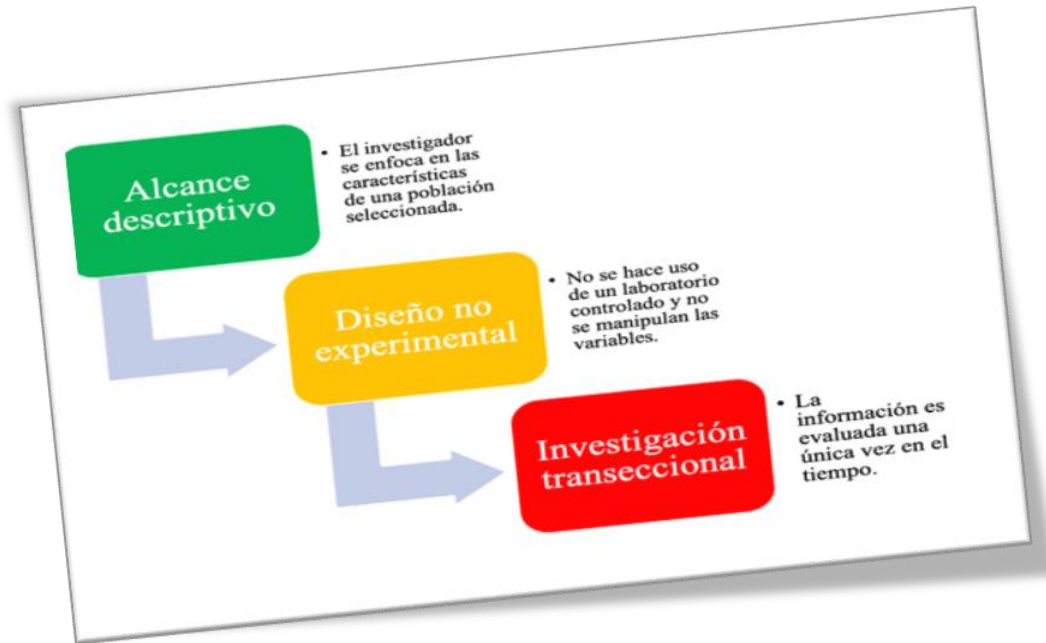


Figura 9: Enfoque de la Investigación

### 3.2 ENFOQUE Y MÉTODOS

El estudio que se está realizando para analizar los datos será un enfoque cuantitativo ya que de esta forma podemos analizar de una manera profunda la realidad del problema de investigación.

### 3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Es en esta sección donde se puede mostrar ya de una forma más específica la estrategia que se desarrolló para poder levantar toda la información necesaria del estudio y así mismo el plan que se trabajó para analizar y responder las preguntas planteadas en secciones anteriores.

La investigación que se implementara es la cuantitativa, porque se quiere identificar son las oportunidades que tiene la empresa IDH Micro financiera en el mercado al implementar este nuevo Producto crediticio. Ya que tiene la ventaja de una mayor confiabilidad de la información obtenida, porque los datos que se obtienen son confiables, también con este tipo de investigación es mucho más accesibles para los clientes.

### 3.3.1 POBLACIÓN

Para efectos del estudio debemos de mencionar que la población o el universo a considerar no son todos los clientes de la institución, sino que el enfoque está en Tegucigalpa y San Pedro Sula con un total de población de 2,720 afiliados a IDH Micro financiera. Esta población seleccionada por lo tanto es finita y se establecerá una muestra de esta para poder desarrollar el estudio y la investigación.

### 3.3.2 MUESTRA

En esta ocasión la muestra será no probabilística y esto a raíz de las características específicas de la investigación y además de ello por las dificultades de localización de los clientes a raíz de circunstancias que están ocurriendo en el país en este momento que no permiten un fácil acceso a muchas regiones y de igual forma se presentan muchas dificultades con las comunicaciones digitales. Por esto anterior es que la muestra será seleccionada de una forma que sea más conveniente para los efectos de realizar el estudio y la investigación procurando en todo momento mantener los criterios necesarios para unos resultados apropiados y representativos.

La muestra de calcula así:

$$n = \frac{N \times Z_a^2 \times p \times q}{d^2 \times (N - 1) + Z_a^2 \times p \times q}$$

En donde,

N = tamaño de la población (2720)

Z = nivel de confianza, (95%)

P = probabilidad de éxito, o proporción esperada

Q = probabilidad de fracaso

D = precisión (Error máximo admisible en términos de proporción). (5%)

Bajo el Supuesto que P=Q=50%

---

### CÁLCULO DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE UNA MUESTRA

(Para la estimación de proporciones, bajo el supuesto de que p=q=50%)

---

**MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO**

5.0%

**TAMAÑO DE LA POBLACIÓN**

2,720

**Tamaño para un nivel de confianza del 95% ..... 337**

Figura 10: Calculo de la Muestra.

#### 3.3.3 UNIDAD DE ANÁLISIS

Para poder seleccionar una muestra lo primero que se debe de hacer en efecto es poder identificar cuál será la unidad de análisis. En esta ocasión para el estudio se ha determinado que la unidad de análisis serán las personas, y específicamente los clientes de IDH Financiera que sean atendidos en la ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula.

La unidad de análisis incluye la población y por lo tanto la muestra.

#### Características específicas de la Muestra

- MIPYMES afiliadas a IDH Micro financiera
- Clientes de las ciudades de Tegucigalpa y San Pedro Sula
- Clientes que presentan al menos un día de atraso en el pago de sus cuotas.

### 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS APLICADOS

A continuación, en esta sección se estarán detallando las técnicas utilizadas y los instrumentos aplicados en el desarrollo del estudio. Esto contiene gran importancia y relevancia para poder mantener una validez de los resultados obtenidos apropiada y que el estudio pueda ser confiable y relevante.

En la actualidad, las técnicas de investigación tienen un papel importante para la recolección de información, desentendiendo del método de investigación es la técnica que se utiliza.

En la investigación que se realizara por ser de carácter Cuantitativa utilizaremos: la encuesta y el benchmarking.

#### 3.4.1 INSTRUMENTOS

Existen diversos mecanismos e instrumentos de investigación que se utilizan y que podrían ser también utilizados para este estudio. No obstante, a raíz de las características de este estudio y de la investigación, así como también por la situación atípica que vive nuestro país se han seleccionado dos instrumentos a manejar y estos son: La encuesta y el Benchmarking.

Las encuestas nos permitirán determinar y encontrar más información de una fuente primaria directa ya que, los mismos clientes, que son también el mercado potencial para el nuevo producto que se está diseñando, van a ser los que contesten el instrumento.

El Benchmarking se llevará a cabo mediante una observación y revisión de documentación su vida en las páginas web de los competidores que ya tienen en operación un producto crediticio orientado a la reactivación del sector pyme de Honduras. Además de ello se estará trabajando en una evaluación de las posibles ventajas competitivas que pueden explorar para el nuevo producto.

Los Instrumentos se detallan a continuación:

La encuesta: es un instrumento para recoger información cualitativa y/o cuantitativa de una población estadística. Para ello, se elabora un cuestionario, cuyos datos obtenidos será procesados con métodos estadísticos. (Diccionario)

Se realizará un cuestionario con las siguientes preguntas:

El benchmarking: Este método consiste en mostrar a los compradores un producto de referencia (benchmarking), y a continuación la nueva oferta de mercado. Luego se pide a los compradores que expresen cuánto estarían dispuestos a pagar por el nuevo producto, y cuánto más (o menos) pagarían si se agregaran o eliminaran determinadas características del producto de referencia. (KOTLER)

### 3.4.2 TÉCNICAS

Las técnicas a utilizar en el estudio vienen a explicar la forma en que los métodos van a ser empleados. Como ejemplo se puede mencionar que el cuestionario será empleado mediante una técnica de encuesta y que por medio de esta técnica se van a conseguir las respuestas del cuestionario previamente desarrollado.

El mantener las técnicas adecuadas también sirve para poder ordenar y dar un proceso lógico a la investigación y al procedimiento de recolección de datos.

#### 3.4.2.1 CUESTIONARIO

El hacer uso de un cuestionario, con las preguntas debidamente formuladas y orientadas a responder las interrogantes y preguntas de investigación que se plantearon en capítulos anteriores, sirve para poder manejar de una forma ordenada la investigación y para poder recopilar datos que se convertirán luego común debido análisis en información relevante y pertinente al estudio.

En este cuestionario que se implementa mediante la técnica de encuesta Se plasman todas las interrogantes que lleven a confirmar o a rechazar las hipótesis que se han planteado en el estudio.

#### 3.4.2.2 ENCUESTAS

La encuesta es una de las técnicas seleccionadas y que es la usada con mayor regularidad para poder obtener información y respuesta a una investigación. Las encuestas generalmente están acompañadas por el cuestionario que sea diseñado previamente y son ampliamente aceptadas por las personas entrevistadas siempre y cuando el cuestionario tenga una cantidad de preguntas apropiadas y adecuadas a la muestra seleccionada y el tipo de mercado al cual se le está aplicando el mismo. Las encuestas por lo general cuándo son más largas y extensas empiezan a tener una baja en su confiabilidad.

En esta ocasión el cuestionario será manejado de una forma impersonal ya que para efectos del estudio no se necesita contar con la información de nombre de la persona ni datos personales si no que solamente se requiere la respuesta al contenido específico de investigación.

### 3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN

Existen diversas fuentes de información para los estudios y para las investigaciones y esto se vuelve relevante ya que en muchos casos ya existe información previa que puede ayudar y facilitar el proceso de la nueva investigación. Dado que hay tantas fuentes y tanta información de acceso libre ahora, Se vuelve muy necesario el poder revisar la validez de esta, así como también la importancia al tema que se está investigando.

La presente investigación está integrada por 2 fuentes de investigación importantes que son las primarias y las secundarias, las utilizamos dependiendo el tipo de información que se necesite encontrar. La primera la utilizamos para aquellas fuentes que están registradas de primera mano y las segundas ayudan a la investigación a conocer los puntos de vistas de otras personas.

#### 3.5.1 PRIMARIAS

Éstas son las fuentes que se perciben sin ningún tipo de intermediación ni filtro y que generalmente se les puede llamar de primera mano. Para efectos de este estudio se maneja como fuente primaria la información recabada por medio de las encuestas y los clientes entrevistados.

Una ‘fuente primaria’ es un documento que fue escrito o un objeto que se creó, en el período de tiempo en el que está trabajando. Un elemento ‘de primera mano’. (2018).

Las fuentes primarias que se tienen en la investigación son las encuestas ya que se obtuvieron de primera mano con los Clientes de IDH Financiera, lo que permitió tener una perspectiva más real de lo que realmente necesitan las MIPYMES en este momento de Crisis.

### 3.5.2 SECUNDARIAS

Dentro de las fuentes secundarias podemos mencionar que se están trabajando en la investigación folletos de los programas de créditos que la competencia mantiene para la reactivación de los sectores pyme y así también se están revisando las páginas web de las instituciones financieras que mantienen estos proyectos y programas.

Puede definirse de dos maneras: es nada acerca de un evento histórico que fue creado usando fuentes primarias, y / o que era una o más etapas retirados del período de tiempo y el evento. Un elemento de 'segunda mano'. (2018).

La información de segunda mano son los artículos que entraron sobre el tema, principalmente estudios y proyecciones que nos ayudaron a darle una mejor perspectiva a la investigación.

### 3.6 LIMITANTES DE LA INVESTIGACIÓN

En este momento que el país y el mundo entero está pasando una pandemia global el estudio se encuentra con diversas limitantes, principalmente de libre movilización y de acceso a los sujetos de estudio que son parte de la muestra. Se presenta un alto riesgo de contagio del virus del COVID-19 y esto realmente se constituye como una limitante fuerte para el adecuado desarrollo del estudio.

Una segunda limitante de gran importancia tiene que ver con el evento de las dos tormentas tropicales que se ha presentado en el país y que ha afectado grandemente las redes de telecomunicaciones como también la infraestructura vial y que de igual manera vuelve mucho más complejo el movilizarse a diferentes partes del país para conseguir la información requerida en el estudio.

## **CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS**

En este capítulo se presentan los resultados del estudio de prefactibilidad del desarrollo de un producto crediticio para el alivio del Micro y pequeño empresario de IDH Financiera obtenidos mediante el análisis e interpretación de los datos obtenidos, mediante su población de estudio. Dichos resultados fueron recabados mediante la utilización de un cuestionario dirigido a los afiliados de IDH Financiera.

Finalmente se identificaron cuáles son las necesidades inmediatas desde el punto de vista de las micro y pequeños empresarios para poder solventar la crisis económica que están pasando en estos momentos.

### **4.1 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO**

El producto que se está proponiendo es un producto complementario a la gama que ya tiene disponible la financiera. No obstante, la novedad está en el hecho que con estas situaciones y acontecimientos como la Pandemia del COVID19 y las Tormentas de Iota y Eta la institución no contaba con un plan anticrisis, ni con un producto específico que cumpliera con lo que el cliente está solicitando.

Por estas razones se buscó diversos modelos y alternativas para que los clientes atendidos con el producto pudiesen resolver su situación económica adversa y que principalmente tuviesen un respiro en cuanto a costo financiero y el no pago de principal por medio año.

Luego de las encuestas y algunas entrevistas con personal del área de negocios de la financiera se determinó que el producto debía de tener las siguientes características y requisitos mostrados en la tabla.

<b>Producto: IDH Alivio</b>		
<b>Concepto</b>	<b>Máximo</b>	<b>Mínimos</b>
<b>Monto (Lempiras)</b>	L300,000.00	L5,000.00
<b>Plazo (Meses)</b>	48	6
<b>Tasa de interés anual</b>	28%	
<b>Periodo de gracia (Meses)</b>	6	0
<b>Condiciones adicionales</b>	1. Suscripción de una Garantía recíproca por medio de Confianza S. A	
	2. Ser cliente actual de IDH Micro financiera y haber sido afectado por las Tormentas Tropicales Iota y Eta, o haber sufrido una reducción en su capacidad de pago a causa de la Pandemia por COVID19.	
	3. Contar con capacidad de pago suficiente para afrontar la nueva operación de alivio.	

Tabla 4: Descripción del producto IDH

**Fuente: Propia**

#### 4.1.1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

IDH Micro financiera cuenta con más de 40 años en el país y ofrece servicios financieros a clientes individuales y de grupos con el propósito de ayudarles a transformar sus vidas espiritual y económicamente. Nos hemos comprometido en ser una solución de financiamiento orientada al sector con pocos recursos a través del microcrédito, desembolsando préstamos a empresarios emprendedores motivándoles a que sus ingresos provean y se dirijan al núcleo familiar.

Contamos con proyectos especiales de inclusión financiera rural como ser: financiamiento de paneles solares, financiamientos tanques de reserva de agua, metodologías grupales y financiamientos en el sector agrícola rural.

### **Misión**

Ser una institución financiera líder en el país que con un enfoque cristiano impacte significativamente el nivel de vida económico y social de nuestros clientes, colaboradores e inversionistas.

### **Visión**

Contribuir de forma efectiva y eficiente en el mejoramiento del nivel de vida de nuestros clientes, generando valor económico, social y espiritual.

## **4.2 DEFINICIÓN DE MODELO DE NEGOCIOS**

El proyecto de forma general contempla la atención de los clientes afectados tanto por la pandemia como por ambas tormentas tropicales Iota y Eta, pero específicamente en las ciudades de San Pedro Sula y de Tegucigalpa. Esto es parte del plan de negocios establecido en conjunto con la organización, ya que lo llevara a cabo como un plan piloto para luego poder replicarlo por su parte en las demás agencias a nivel nacional.

Se determino en conjunto con la institución financiera que la comercialización del producto seria específico para clientes actuales de la organización y principalmente de las agencias en San Pedro Sula y Tegucigalpa. Además de lo anterior el modelo de negocio contempla también que la venta y promoción del producto se llevara a cabo por las redes sociales, la página web y la promoción de puerta a puerta que realizan sus asesores de negocios. Se están reasignando 5 asesores de negocios para especializarlos en la venta de este producto y el seguimiento, monitoreo y cobro de esta. Por esta razón no se estará contratando personal nuevo y evitaran costos de reclutamiento, selección y capacitación.

Se comenzará en el mes de enero la puesta en marcha del producto y se espera que en un periodo de 2 meses se complete la colocación de estos fondos de alivio.

Ya se han realizado las preselecciones del personal que será reasignado y esto se ha hecho en conjunto con el departamento de recursos humanos de la organización y el departamento de negocios.

Para facilitar la operación y la colocación, se están facilitando los listados a los asesores y ellos deberán de manejar las operaciones de una forma ágil y rápida.

#### 4.3 FACTORES CRÍTICOS DE RIESGO

Ante un cambio significativo en el sistema financiero por las diferentes situaciones dadas a nivel internacional y nacional como ser la pandemia COVID19 y los desastres naturales, la idea de desarrollar un producto crediticio nuevo para IDH Financiera, se detectan ciertos riesgos que pueden evitar el buen funcionamiento y desarrollo del producto. Los factores críticos de Riesgos serian:

Falta de Pago: En caso de retraso en el pago de las cuotas, habrá que tener presente que la financiera estará facultada para aplicar los importes correspondientes al interés de demora, pero también si hay retraso de pago dificulta el retorno de la inversión.

Este es el riesgo más alto de nuevo producto crediticio para reducir este impacto, el cliente afiliado tendrá cuotas bajas y flexibles que vayan acorde a ingreso que tiene.

Riesgos externos: es importante tenerlos presente, porque se está latente a cualquier circunstancia que se presente y están totalmente fuera del control de la empresa.

Problemas climáticos: tormentas, huracanes

Cambios Legales: leyes nuevas creadas por el Gobierno de Honduras

Problemas de Salud: pandemias

#### 4.4 ESTUDIO DE MERCADO

Para conocer la aceptación de un nuevo producto crediticio que ayude a mejorar las condiciones crediticias de los afiliados de IDH Financiera se hizo una recopilación de datos relacionados con la situación actual crediticia de la persona encuestada y sus necesidades para la consolidación de deuda en estos momentos de crisis tanto por el covid-19, como por los desastres naturales que se han enfrentado actualmente.

Este estudio también incluye un benchmarking competitivo que nos permitirá realizar una comparación de nuestra competencia con respecto al producto que se quiere ofrecer.

##### 4.4.1 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA E INDUSTRIA

Con respecto actualmente la única institución bancaria que está manejando un producto dirigido a la MYPIMES es Banco Atlántida, pero es exclusivamente afectaciones para por la pandemia.

##### Benchmarking Banco Atlántida versus IDH Micro financiera

Banco Atlántida		IDH Micro financiera
Préstamo impulso MYPYMES Atlántida para los Negocios afectados directamente por el COVID-19		Préstamo Inclusivo para Alivio de deuda de MYPYMES de IDH Micro financiera
<b>Requisitos de Banco Atlántida para acceder a fondos</b>		Montos en Lempiras
<b>Comerciante Individual</b>		Máximo: L. 300,000.0
1.	Fotocopia de RTN y/o Identidad del dueño o representante	Mínimo: L5000.00
2.	Permiso de Operación vigente	Requisitos
3.	Copia de los estados de cuentas bancarias de los últimos 6 meses	Ser clientes actuales de IDH Micro financiera y haber sido afectado por la pandemia o los huracanes
4.	Estados Financieros de los últimos 2 años completos e intermedios	
5.	Presentar Escritura de comerciante Individual	
6.	Flujo de caja proyectado	
<b>Persona Jurídica</b>		
1.	Fotocopia de RTN / Identidad de representantes y socios	Suscripción de una garantía recíproca por medio de Confianza S.A
2.	Presentar Escritura de Constitución	
3.	Poder general de representación Permiso de Operación vigente	

4.	Copia de los estados de cuentas bancarios de los últimos 6 mese	
5.	Estados Financieros de los últimos 2 años completos e intermedios	
6.	Flujo de caja proyectado	Contar con capacidad de Pago
<b>Tasa de Intereses</b>		
	Tasa preferencial de acuerdo con el rubro, actividad económica y/o segmento de mercado de cada cliente.	28% anual
<b>Pazos, Vigencias y Periodos de Gracia</b>		
1.	Plazo hasta cuarenta y ocho (48) meses si aplica con fondos administrados BANHPROVI, y hasta ochenta y cuatro (84) meses si aplica con fondos administrados por CONFIANZA.	Hasta 48 meses
2.	La vigencia del préstamo no podrá ser mayor al 10 de mayo del 2025 con fondos administrados por BANHPROVI	
3.	Podría incluirse un período de gracia de capital máximo de 12 meses (BANHPROVI) y hasta 24 meses (CONFIANZA) sujeto análisis flujo de caja del cliente y refrendado por el Ejecutivo Comercial Pyme.	Periodo de gracia 6 meses

Tabla 5: Análisis de la competencia (2020)

#### 4.4.2 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR

Con el fin de conocer las necesidades de los Afiliados IDH Financiera utilizamos la herramienta de la encuesta para determinar las necesidades y las oportunidades que se tienen actualmente por parte de los afiliados de IDH Financiera y si recolectar varios datos que ayuden analizar las variables de estudio.

##### 1. Seleccione el género:

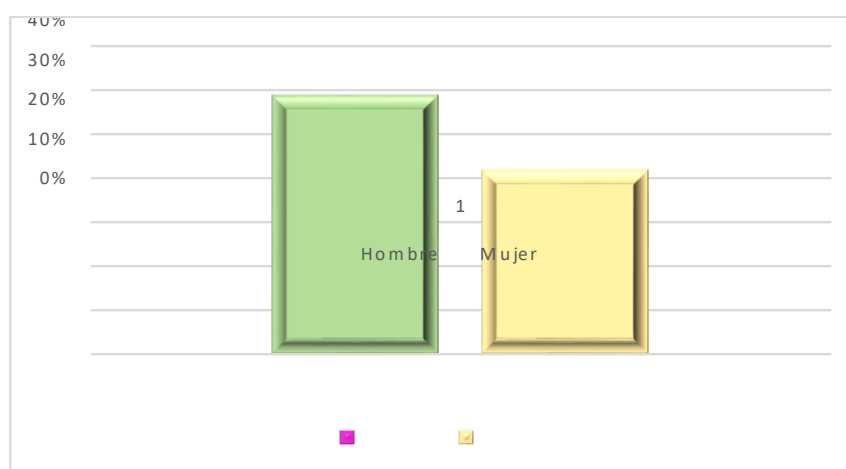


Figura 11: Genero

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 58 % de los afiliados encuestados son Hombres y solo un 42% son mujeres que tienen pequeñas empresas en estas dos ciudades.

2. Estado civil y situación familiar:

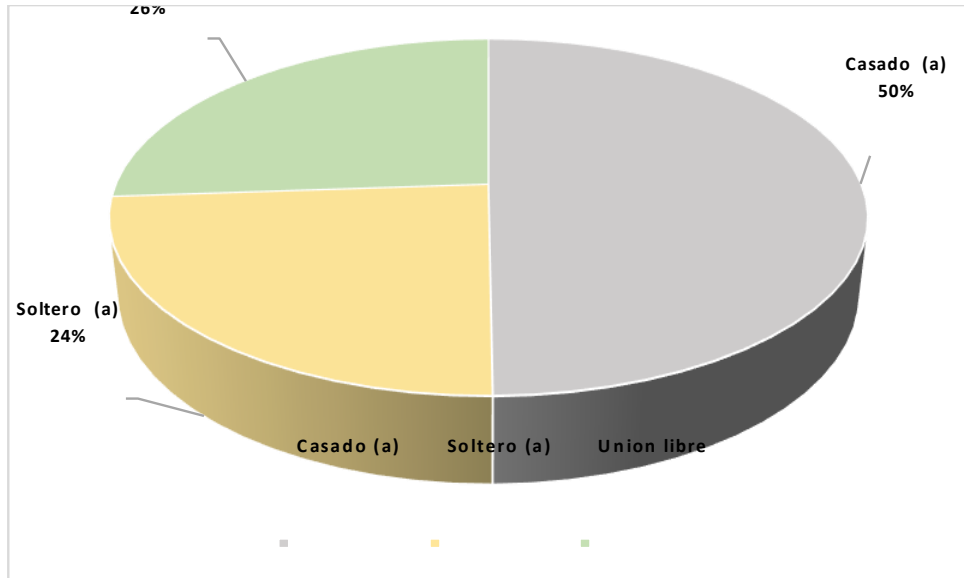


Figura 12: Estado Civil

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 50% de los clientes afiliados a la institución se encuentran casados.

3. Seleccione el rango de edad en el que se encuentra ubicado:

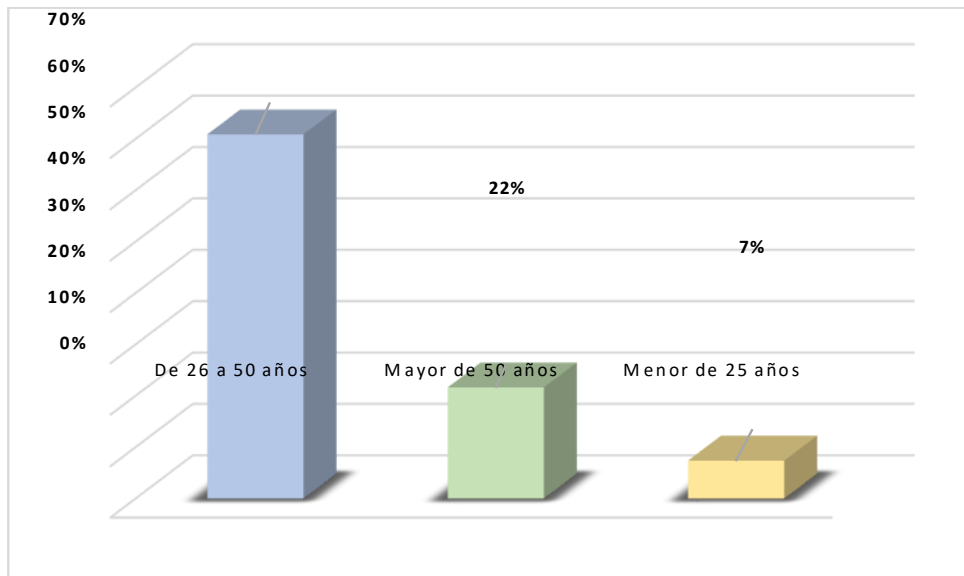


Figura 13: Rango de Edad

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 71% de los Encuestados esta entre un rango de Edad de 26 a 50 años 1 que nos indican que son personas activas en nuestra economía.

4. ¿Su negocio ha sufrido algún grado de afectación por las medidas de limitación de circulación tomadas por la emergencia nacional de COVID19?

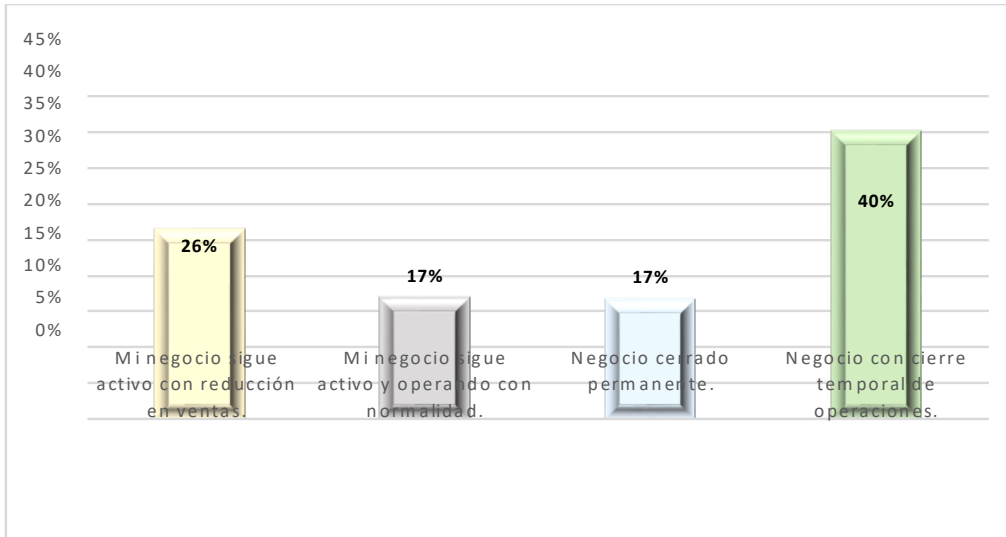


Figura 14: Grado de afectación por la pandemia

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

Con la primera pregunta busca indagar el grado de afectación que tuvo cada negocio de los afiliados a IDH Financiera en esta pandemia. Como se puede observar con el mayor porcentaje el 40% de los negocios tienen un cierre temporal lo que provoca una crisis con sus créditos actuales en la Financiera.

3. ¿Cuál es la situación de empleo en su negocio?

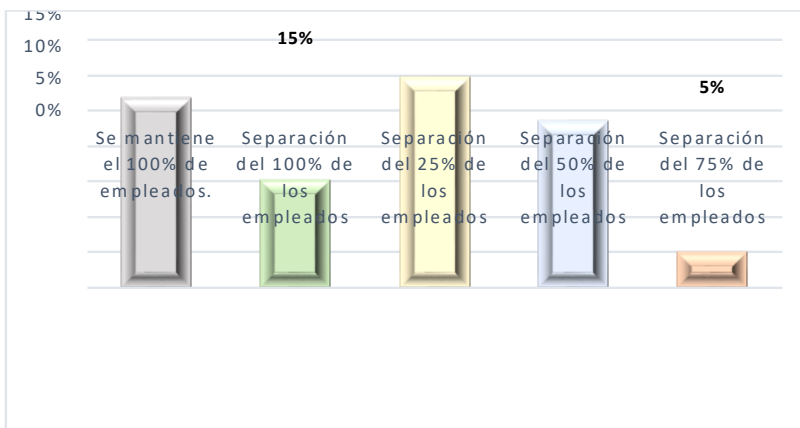


Figura 15: Situación de Empleo

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

En base a la encuesta y como se puede observar 30% de los encuestados ha tenido una separación del 25% de sus empleados por lo que se puede entender que sus ventas han bajado y esto repercute directamente en el pago de sus créditos, pero también un 27% tiene a sus empleados completos lo que ayuda que una buena parte de los afiliados de IDH Financiera puedan estar al día con sus créditos.

4. ¿Usted o algún familiar de su vivienda ha sido diagnosticado como Positivo con COVID19?

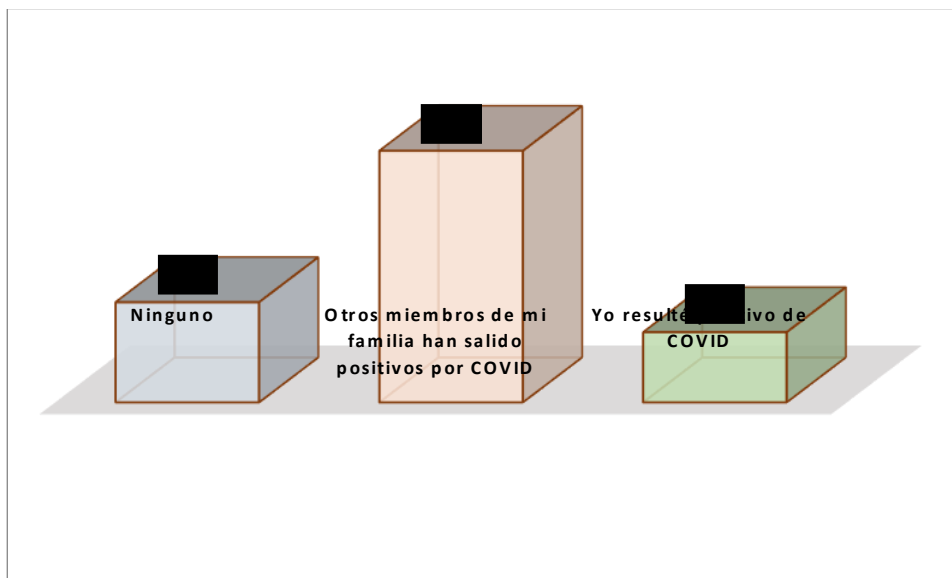


Figura 16: Diagnosticó como Positivo de COVI-19

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 60% de los clientes ha tenido a unos de sus miembros de la familia con covi-19, por lo que partiendo de este resultado se puede análisis lo difícil que es para un afiliado directo que verse afectado por esa crisis.

5. Tomando en cuenta la situación de su negocio, en medio de la Pandemia, cual considera seria su principal necesidad de financiamiento:

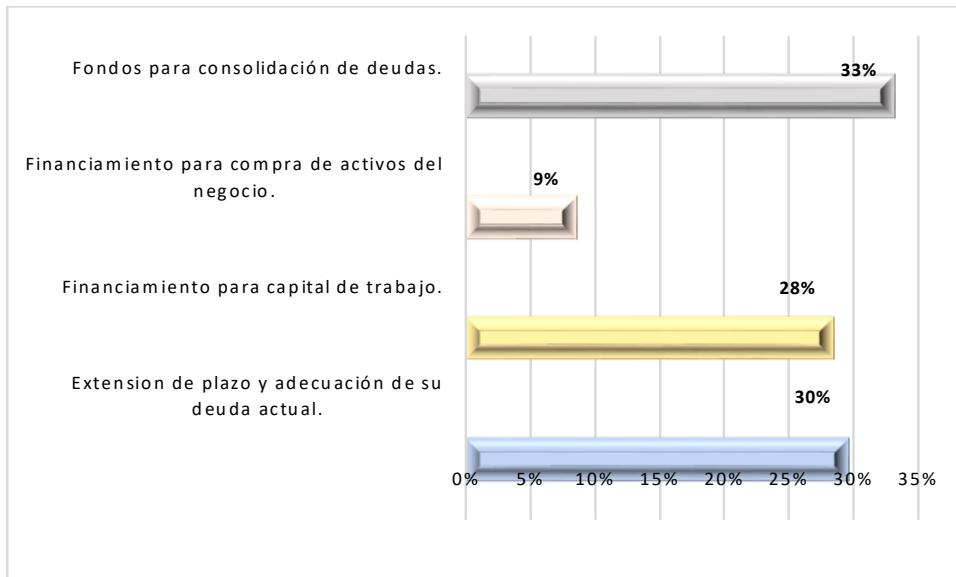


Figura 17:Principal necesidad de financiamiento

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 33% de los afiliados de IDH Financiera creen que la mejor opción para la presente crisis es un fondo que les permita consolidar sus deudas, pero también observamos que un 30% opinan que se puede hacer una extensión del plazo de pagos y adecuar su deuda conforme a la situación que se presenta con cada uno de ellos. Es importante recalcar que también un 28% consideran que un financiamiento para capital de trabajo sería una opción buena para volver a empezar.

6. ¿Ha resultado afectado directamente por las inundaciones o derrumbes provocados por las Tormentas Iota y Eta?

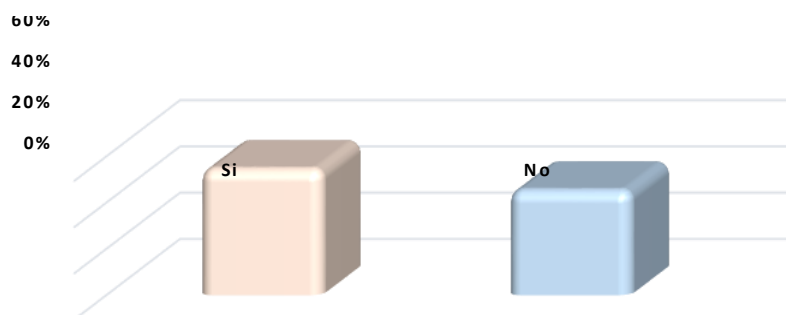


Figura 18: Afectaciones Directas por Inundaciones y Pandemia

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 55% de los clientes de IDH Financiera han resultado afectados directamente por las situaciones climatológicas que han surgido en los últimos días, lo que provoca más crisis en los afiliados de la institución.

7. Selecciones todos los tipos de daños que usted ha sufrido por las Tormentas Iota y Eta:

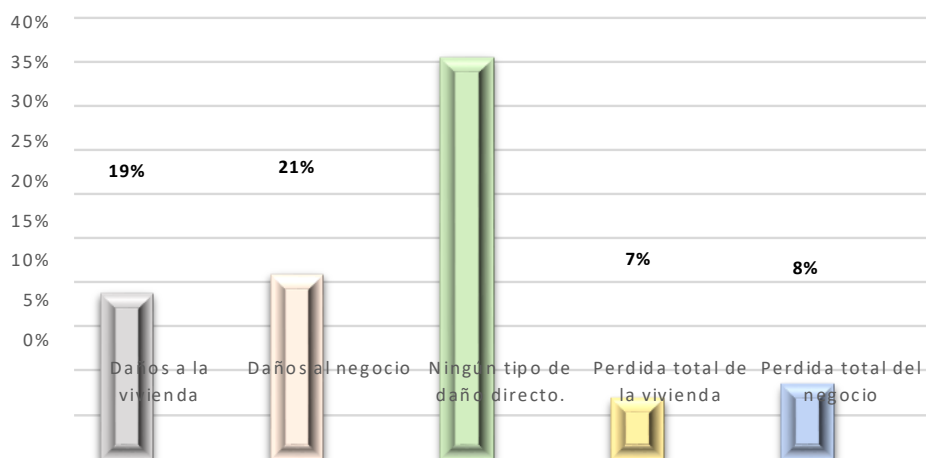


Figura 19: Tipos de Daños

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 45 % de los afiliados de IDH Financiera no han resultado afectados por las situaciones climatológicas, pero el resto de los afiliados sí es importante resaltar 21% de los afiliados tuvieron daño directo a sus negocios lo que ocasiona serios problemas porque significa que es más complicado reactivar su economía familiar.

8. Actualmente está viviendo en:

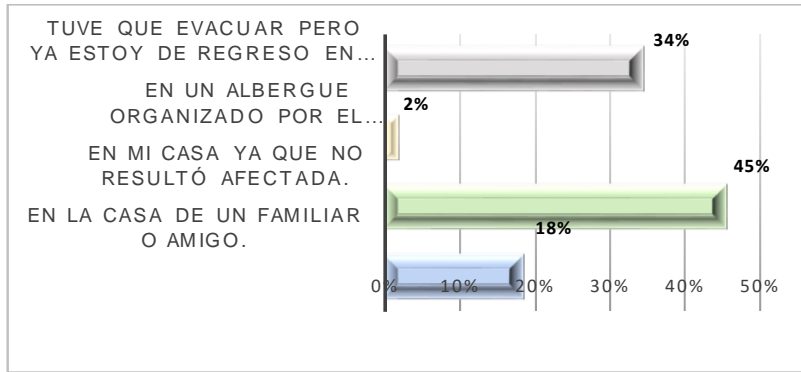


Figura 20: Actualmente es Viviendo

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 45% está en su casa que no tuvo ningún problema es esta situación, pero el 34% tuvieron que evacuar su casa en los momentos de las tormentas, aunque ya regresaron salieron para evitar problemas.

9. ¿Considerando los daños y la afectación percibida por la Pandemia y las Tormentas Iota y Eta en cuanto tiempo podría reactivar su negocio?

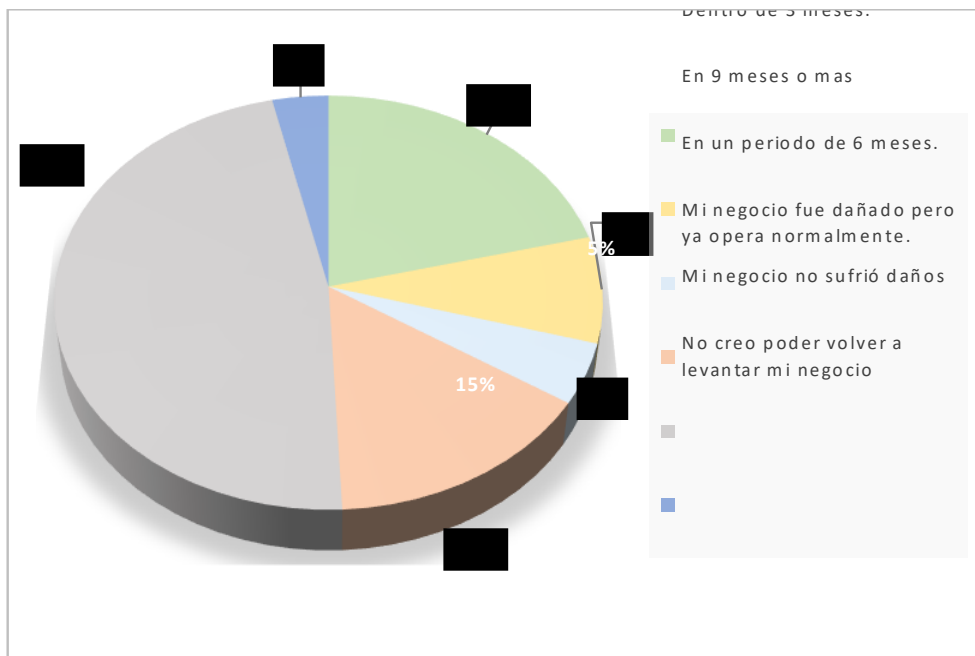


Figura 21: Daños y Afectaciones

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

El 47% de los negocios no sufrió daños, pero el 21 % tardara en recuperar su negocio dentro de 3 meses.

10. Usted es cliente de nuestras agencias de:

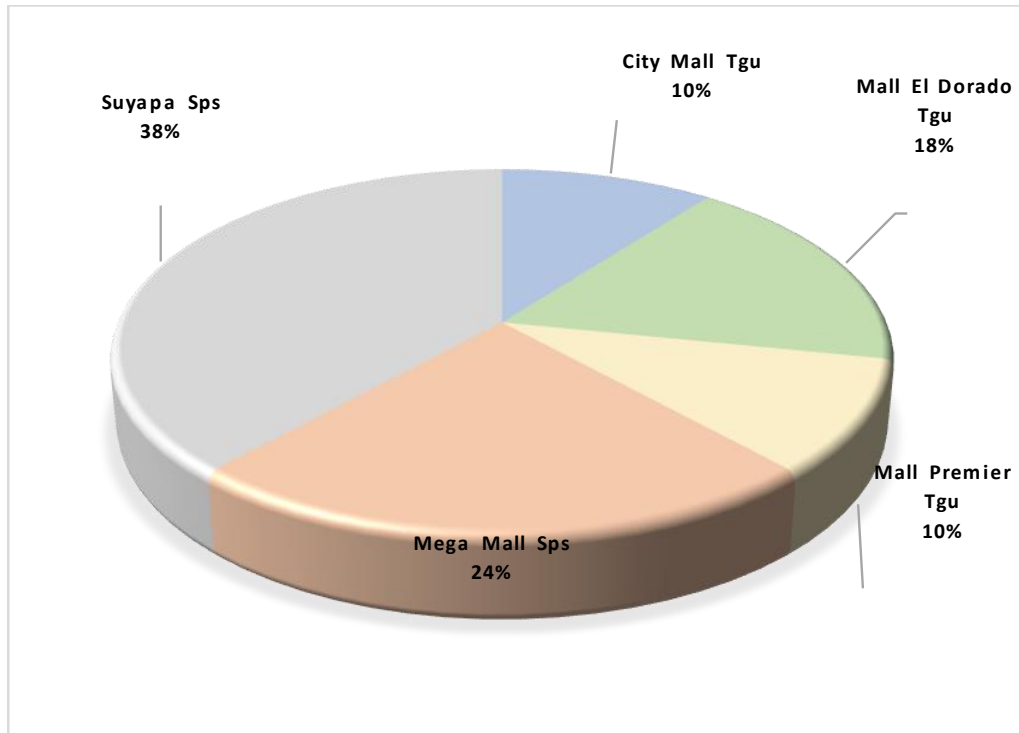


Figura 22: Porcentaje de clientes por agencia

Fuente: Propia, Datos de encuesta (noviembre 2020)

Las encuestas fueron aplicadas en San Pedro Sula y Tegucigalpa y el 38% de los afiliados era de la Sucursal Suyapa de San Pedro Sula y el 24% en el mega mall de San Pedro Sula porque solo en esta ciudad se aplicó un total de 62 % de los encuestados.

#### 4.5.3 ESTIMACIÓN DE TENDENCIAS DE MERCADO

En el análisis financiero, tomara en cuenta la población que son los afiliados a la IDH Financiera, y el porcentaje que está dispuesto a que allá un fondo para consolidar las deudas, que un 33% que está dispuesto a participar en ello, y un 30% que están de acuerdo en que se amplíen los plazos de crédito para efectuar sus pagos en tiempo y forma.

#### 4.5.4 ESTRATEGIA DE MERCADO

La estrategia de mercado es un proceso el cual se realiza para poder tener una ventaja con respecto a la competencia, en este caso se utilizarán las 4 P. Tener una estrategia de marketing es también divulgar el producto/servicio al cliente potencial de la mejor manera posible. Esto significa no solo vender todo el tiempo ni decir lo que la gente debe o no hacer, sino entregarles valor a las personas con lo que pones a disposición y recomendarles las soluciones que pueden tomar.

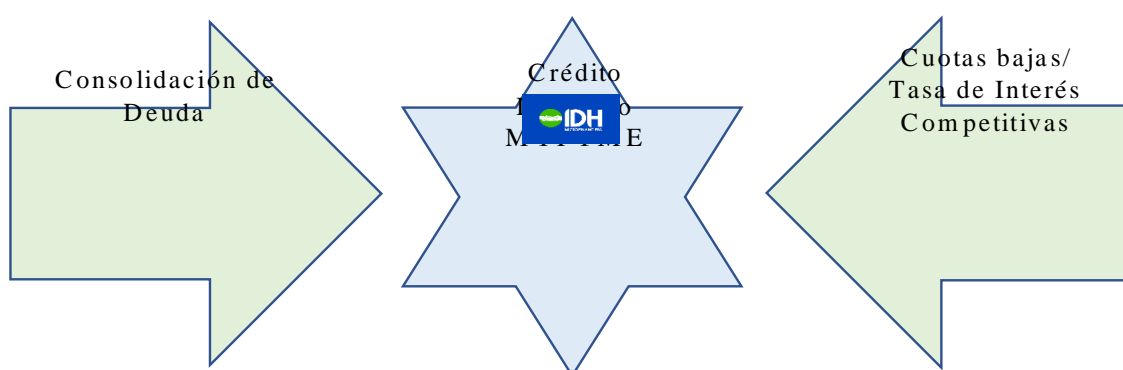


Figura 23: Estrategia de Marketing para atraer Clientes

Fuente: Diseño propio

#### 4.5 ESTUDIO TÉCNICO

En el estudio Técnico se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles, en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización e instalaciones.

IDH Financiera estima que el producto este en el mercado para el año 2021 para sus clientes.

Cronograma de Operaciones								
	2020			2021				
Tareas	Oct.	Nov.	Dic	Ene	Feb	Mar	Abril	Estado
Aprobación del Producto	■							<b>Completado</b>
Desarrollo del producto	■	■						<b>Completado</b>
Determinar los requisitos		■	■					<b>Completado</b>
Plan final de recursos			■	■	■	■		<b>Completado</b>
Requisitos técnicos			■	■				<b>Sin empezar</b>
Desarrollo de base de datos			■	■				<b>Sin empezar</b>
Definir reunión de lanzamiento del Producto					■	■		<b>Sin empezar</b>
Configuración de Hardware					■	■		<b>Sin empezar</b>
<b>Lanzamiento</b>							■	

Tabla 6: Cronograma Operativo

Fuente: Diseño propio

Como se puede observar en la tabla anterior el producto se estima que podría estar disponible para los clientes de IDH Micro financiera al inicio del siguiente año 2021. Esto desde luego que dependerá del cumplimiento de varios factores que son clave para ello, como ser la consecución de los recursos financieros y la identificación del personal interno que será reasignado para la comercialización del producto de IDH Alivio.

En la siguiente figura se muestra de forma condensada y simplificada el flujo del proceso que se deberá seguir para que los clientes puedan acceder el producto de IDH Alivio y que de esta manera puedan normalizar sus operaciones actuales o inclusive normalizar las operaciones crediticias que mantienen a la par con otras financieras, mediante una consolidación.

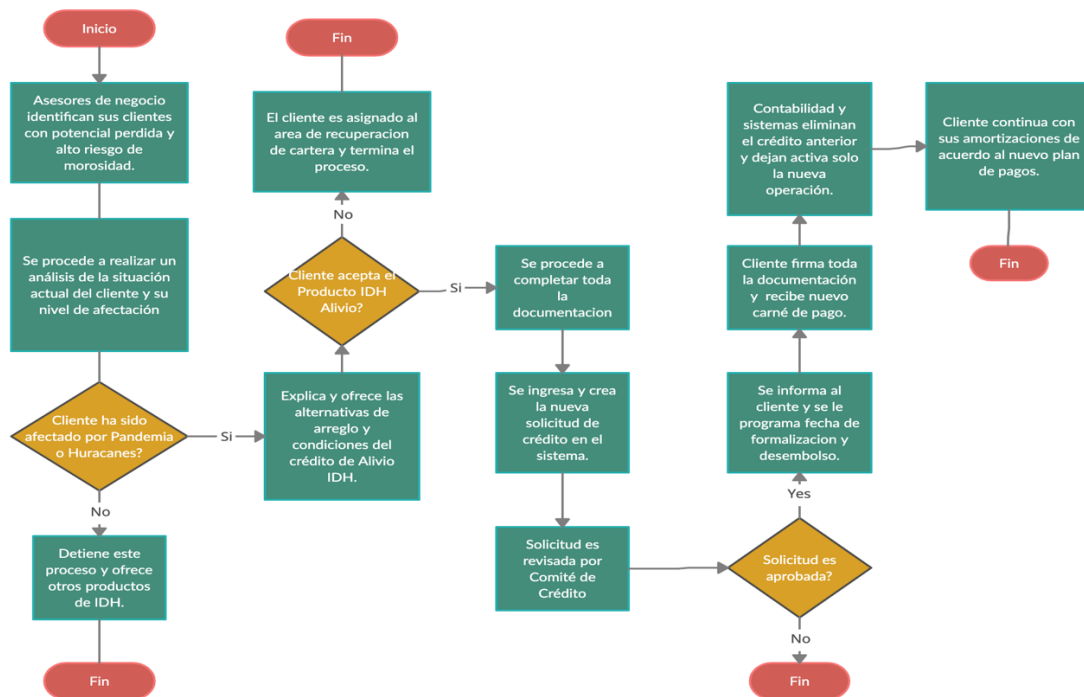


Figura 24: Flujoograma condensado de operación del crédito.

Fuente: Diseño propio

#### 4.5.1 DISEÑO DEL PRODUCTO

Para poder acceder al nuevo producto la persona debe tener una pequeña empresa o mediana empresa y ser afiliado de IDH Financiera, actualmente se empezará atendiendo a los clientes activos de IDH Micro financiera y que han tenido problemas de pago.

El producto tendrá como finalidad principal la de servir de un alivio para el cliente actual que ha sido golpeado y afectado considerablemente por la Pandemia del COVID19 y así también por las Tormentas Tropicales Iota y Eta.

El producto crediticio tiene 2 modalidades y estas son la de consolidación de deudas de los clientes y también la de extensión de plazos y reestructuración de los créditos con IDH Micro financiera.

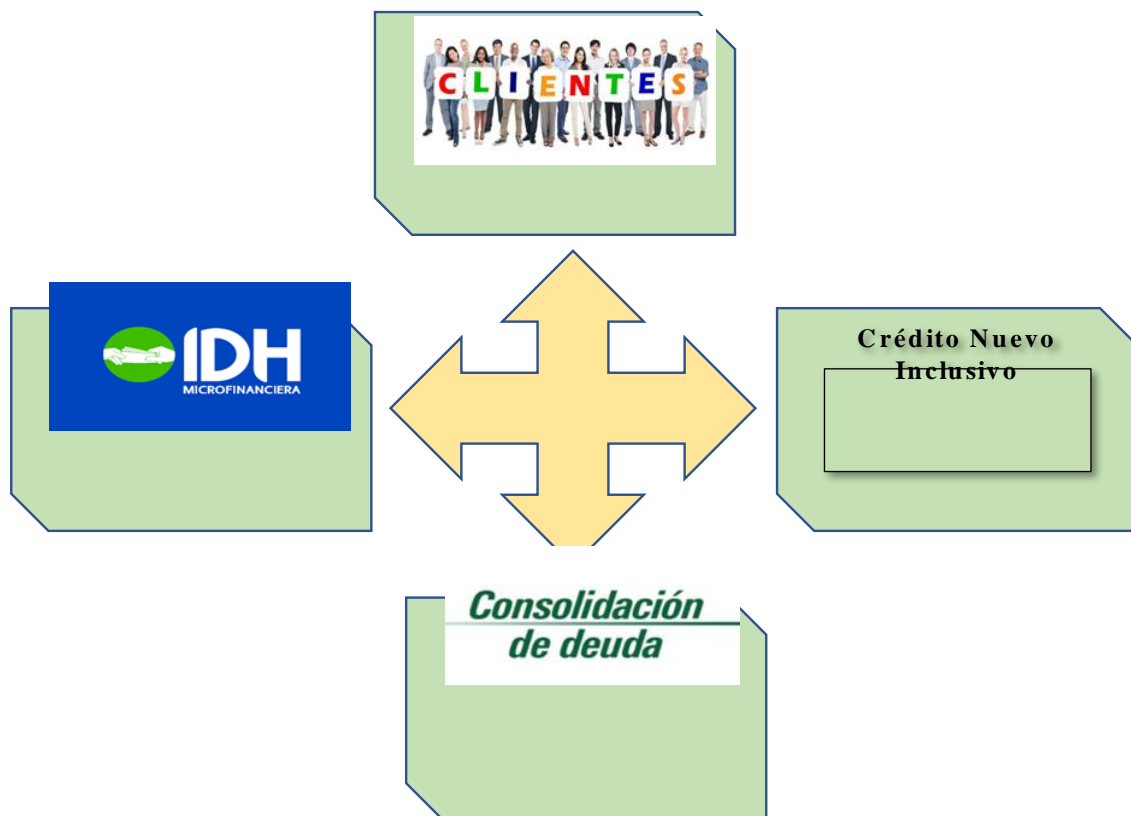


Figura 25: Diseño para obtención de producto

Fuente: Diseño propio

#### 4.5.3 REQUERIMIENTO DE EQUIPO

Como hemos podido observar el producto es Financiero, ya que un crédito nuevo para las MYPIMES que se utilizaría en situaciones que están fuera de control como ser desastres naturales y pandemias. No se compra más equipo ya que la empresa cuenta con todo el equipo que se necesita para poder tener el producto en el mercado.

El equipo que utilizaremos sería Oficinas, Tecnología y recurso Humano.

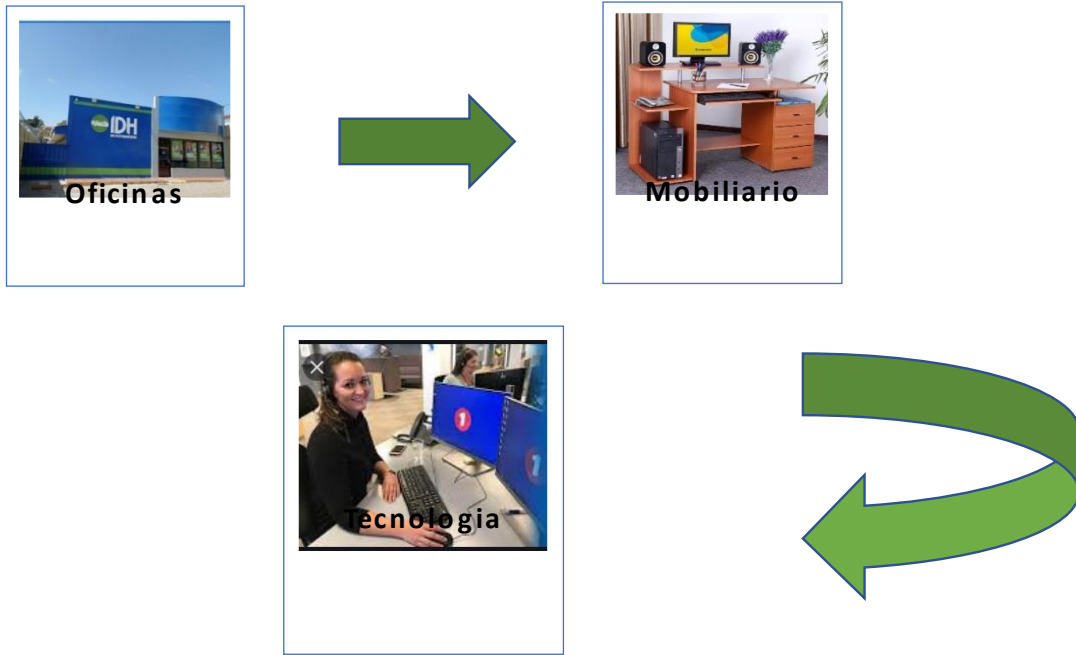


Figura 26: Equipo a utilizar

Fuente: Diseño propio

#### 4.5.5 PLANIFICACIÓN ORGANIZACIONAL

La empresa cuenta con un organigrama bien estructurado donde se puede observar que cada departamento, dicho organigrama está abierto a cualquier cambio que pueda necesitarse y teniendo en cuenta que siempre deberá estar sujeto a cambios según sean las circunstancias de cada departamento.

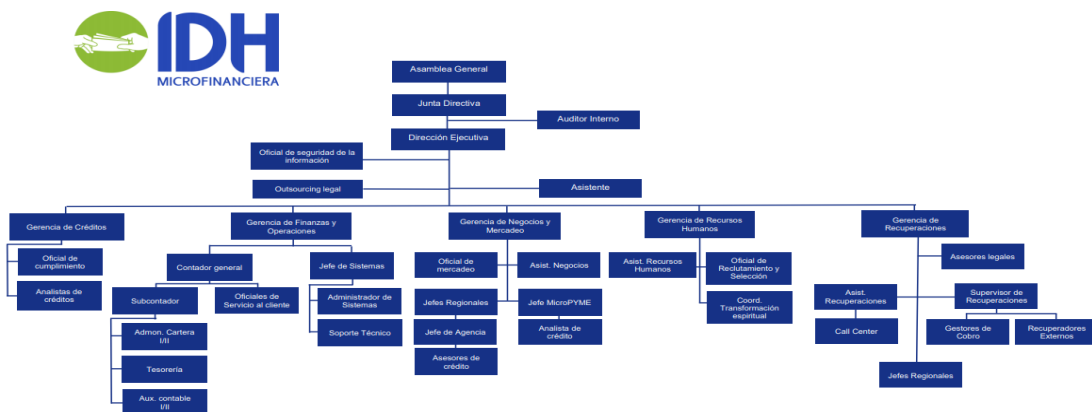


Figura 27: Organigrama de IDH Micro financiera

## 4.6 ESTUDIO FINANCIERO

En esta sección se presentan los resultados solicitados por la institución respecto a la propuesta de creación de un producto específico para manejar los clientes que han sido afectados tanto por la pandemia por COVID19 como también por las tormentas tropicales Iota y Eta.

Al momento de presentar el producto a IDH Micro financiera se nos hizo ver que se está dando un tratamiento general a todos los clientes que solicitan un alivio y que se han estado tramitando con fondos propios de la institución. Se nos pidió buscar alternativas de fuentes de fondos con condiciones apropiadas y además se solicitó como puntos clave que el personal a trabajar este proyecto sería ya empleados contratados pero que los recursos para sus gastos operacionales si debiesen de ser cubiertos por este producto especial. Además de ello se nos informó que el mínimo requerido para la toma de decisión sobre la implementación del producto sería la de mantener al menos un 3% anual de rendimiento sobre el portafolio (ROP).

### 4.6.1 INVERSIÓN INICIAL, COSTO Y ESTRUCTURA DE CAPITAL

La inversión inicial del proyecto viene a convertirse únicamente en los fondos requeridos para el financiamiento y atención de los clientes afectados. En esta ocasión y con ayuda de la institución se determinó que el total de portafolio afectado ascendía a L157 millones de forma general para la organización pero que el proyecto inicial como se plantea sería focalizado en resolver la cartera de 5 de las 20 agencias a nivel nacional. Estas 5 agencias ubicadas en Tegucigalpa y San Pedro Sula representan L55.7 millones en afectación

#### 4.6.2 PLAN DE FINANCIAMIENTO

Para poder cubrir la necesidad de los fondos y las proyecciones de colocación ha sido necesario evaluar diversas alternativas de fondeadores tanto nacionales como regionales e internacionales.

**Tabla de alternativas de financiamiento para el producto crediticio**

<b>Fuente</b>	<b>Plazo (meses)</b>	<b>Tasa (anual) para la IFI</b>	<b>Tasa máxima (anual) para Cliente</b>	<b>Período de gracia (meses)</b>	<b>Modalidad de pagos a capital</b>
<b>BCIE</b>	48	12%	28%	6	Mensual
<b>BANHPROVI</b>	24	4.5%	21.5%	0	Mensual
<b>Fundación COVELO</b>	36	13%	36%	0	Trimestral
<b>Oikocredit</b>	60	12%	36%	0	Semestral

Tabla 7: Financiamiento para Producto Crediticio

Fuente: Propia

En las negociaciones y revisiones en conjunto con personal del BCIE se pudo determinar una tabla de amortización de los fondos solicitados que ascienden a L50 millones y al plazo máximo de 48 meses.

A continuación, pueden observar la tabla de amortización de los fondos que se adquirirán con el BCIE y que deberán ser recibidos en el mes de enero.

### Tabla de Amortizacion de Fondos BCIE - IDH Alivio

<b>Capital:</b>	<b>50,000,000.00</b>
<b>Cuota nivelada:</b>	<b>1,463,781.30</b>
<b>Interés anual:</b>	<b>12.00%</b>
<b>Fecha de Inicio:</b>	<b>1-ene-21</b>
<b>Plazo Meses:</b>	<b>48</b>
<b>Fecha de Venc.:</b>	<b>1-ene-25</b>

#### CUADRO RESUMEN

Concepto	Totales
Pago total	64,478,814.67
Gasto financiero	14,478,814.67

Mes	# DE PAGO	Saldo	Abono Total	Abono Intereses	Abono Capital
ene-21	0	50,000,000.00	0.00	0.00	0.00
feb-21	1	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
mar-21	2	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
abr-21	3	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
may-21	4	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
jun-21	5	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
jul-21	6	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
ago-21	7	50,000,000.00	1,463,781.30	500,000.00	963,781.30
sep-21	8	49,036,218.70	1,463,781.30	490,362.19	973,419.11
oct-21	9	48,062,799.58	1,463,781.30	480,628.00	983,153.31
nov-21	10	47,079,646.28	1,463,781.30	470,796.46	992,984.84
dic-21	11	46,086,661.44	1,463,781.30	460,866.61	1,002,914.69
ene-22	12	45,083,746.75	1,463,781.30	450,837.47	1,012,943.83
feb-22	13	44,070,802.92	1,463,781.30	440,708.03	1,023,073.27
mar-22	14	43,047,729.64	1,463,781.30	430,477.30	1,033,304.01
abr-22	15	42,014,425.64	1,463,781.30	420,144.26	1,043,637.05
may-22	16	40,970,788.59	1,463,781.30	409,707.89	1,054,073.42
jun-22	17	39,916,715.18	1,463,781.30	399,167.15	1,064,614.15
jul-22	18	38,852,101.03	1,463,781.30	388,521.01	1,075,260.29
ago-22	19	37,776,840.74	1,463,781.30	377,768.41	1,086,012.89
sep-22	20	36,690,827.84	1,463,781.30	366,908.28	1,096,873.02
oct-22	21	35,593,954.82	1,463,781.30	355,939.55	1,107,841.75
nov-22	22	34,486,113.06	1,463,781.30	344,861.13	1,118,920.17
dic-22	23	33,367,192.89	1,463,781.30	333,671.93	1,130,109.37
ene-23	24	32,237,083.52	1,463,781.30	322,370.84	1,141,410.47
feb-23	25	31,095,673.05	1,463,781.30	310,956.73	1,152,824.57
mar-23	26	29,942,848.48	1,463,781.30	299,428.48	1,164,352.82
abr-23	27	28,778,495.67	1,463,781.30	287,784.96	1,175,996.35
may-23	28	27,602,499.32	1,463,781.30	276,024.99	1,187,756.31
jun-23	29	26,414,743.01	1,463,781.30	264,147.43	1,199,633.87
jul-23	30	25,215,109.14	1,463,781.30	252,151.09	1,211,630.21
ago-23	31	24,003,478.93	1,463,781.30	240,034.79	1,223,746.51
sep-23	32	22,779,732.42	1,463,781.30	227,797.32	1,235,983.98
oct-23	33	21,543,748.44	1,463,781.30	215,437.48	1,248,343.82
nov-23	34	20,295,404.62	1,463,781.30	202,954.05	1,260,827.26
dic-23	35	19,034,577.37	1,463,781.30	190,345.77	1,273,435.53
ene-24	36	17,761,141.84	1,463,781.30	177,611.42	1,286,169.88
feb-24	37	16,474,971.96	1,463,781.30	164,749.72	1,299,031.58
mar-24	38	15,175,940.37	1,463,781.30	151,759.40	1,312,021.90
abr-24	39	13,863,918.48	1,463,781.30	138,639.18	1,325,142.12
may-24	40	12,538,776.36	1,463,781.30	125,387.76	1,338,393.54
jun-24	41	11,200,382.82	1,463,781.30	112,003.83	1,351,777.47
jul-24	42	9,848,605.35	1,463,781.30	98,486.05	1,365,295.25
ago-24	43	8,483,310.10	1,463,781.30	84,833.10	1,378,948.20
sep-24	44	7,104,361.90	1,463,781.30	71,043.62	1,392,737.68
oct-24	45	5,711,624.21	1,463,781.30	57,116.24	1,406,665.06
nov-24	46	4,304,959.16	1,463,781.30	43,049.59	1,420,731.71
dic-24	47	2,884,227.44	1,463,781.30	28,842.27	1,434,939.03
ene-25	48	1,449,288.42	1,463,781.30	14,492.88	1,449,288.42
<b>TOTALES</b>		<b>0.00</b>	<b>64,478,814.67</b>	<b>14,478,814.67</b>	<b>50,000,000.00</b>

Tabla 8: Amortización del préstamo con BCIE

#### 4.6.3 PRESUPUESTO DE VENTAS

Tomando en cuenta el diseño del producto las condicionantes establecidas por la entidad financiera y además el enfoque de producto piloto que se está dando. Las colocaciones de este producto crediticio serán realizadas en los meses de enero y febrero del año 2021 y por medio de los 5 asesores reasignados para el programa.

Como se puede mostrar las colocaciones de este producto deberán ascender a los L50 millones que se están obteniendo con el BCIE para poder resolver los L55 millones que se encuentran afectados en las 5 agencias seleccionadas. Los restantes L5 millones se ha determinado mediante un análisis de riesgo y del área de negocios de la financiera que nos prestamos con pérdida total y que serán manejados para una recuperación lenta y por medio de garantías y colaterales.

**TABLA GENERAL PARA PROYECCIONES DE COLOCACIÓN - IDH ALIVIO**

CONCEPTO	CLIENTES GENERAL	PORTAFOLIO GENERAL	PORTAFOLIO AFECTADO POR PANDEMIA	PORTAFOLIO AFECTADO POR TORMENTAS
<b>IDH MICROFINANCIERA</b>	12786	L703,183,000.00	L120,000,000.00	L37,000,000.00
<b>TEGUCIGALPA</b>	1952	L176,563,000.00	L30,000,000.00	L700,000.00
<b>SAN PEDRO SULA</b>	768	L69,868,000.00	L7,000,000.00	L18,000,000.00

Tabla 9: Proyecciones de Colocación

Fuente: Propia

La colocación se estará realizando en un plazo de 2 meses teniendo así una meta mensual de L25 millones tanto para enero como febrero del próximo año 2021.

Se muestra a continuación la colocación de ambos meses y la amortización mensual de los pagos correspondientes. Toda la colocación se estará realizando a un 28% que es lo autorizado por el BCIE para el usuario final.

## Tabla de Amortización de Colocaciones FEBRERO 2021 - IDH Alivio

<b>Capital:</b>	<b>25,000,000.00</b>
<b>Cuota nivelada:</b>	<b>927,259.35</b>
<b>Interés anual:</b>	<b>28.00%</b>
<b>Fecha de Inicio:</b>	<b>1-ene-21</b>
<b>Plazo Meses:</b>	<b>48</b>
<b>Fecha de Vencimiento:</b>	<b>1-ene-25</b>

### CUADRO RESUMEN

Concepto	Totales
Pago total	42,788,818.66
Gasto financiero	17,788,818.66

Mes	# DE PAGO	Saldo	Abono Total	Abono Intereses	Abono Capital
ene-21	0	25,000,000.00	0.00	0.00	0.00
feb-21	1	25,000,000.00	583,333.33	583,333.33	0.00
mar-21	2	25,000,000.00	583,333.33	583,333.33	0.00
abr-21	3	25,000,000.00	583,333.33	583,333.33	0.00
may-21	4	25,000,000.00	583,333.33	583,333.33	0.00
jun-21	5	25,000,000.00	583,333.33	583,333.33	0.00
jul-21	6	25,000,000.00	927,259.35	583,333.33	343,926.02
ago-21	7	24,656,073.98	927,259.35	575,308.39	351,950.96
sep-21	8	24,304,123.03	927,259.35	567,096.20	360,163.14
oct-21	9	23,943,959.88	927,259.35	558,692.40	368,566.95
nov-21	10	23,575,392.93	927,259.35	550,092.50	377,166.85
dic-21	11	23,198,226.09	927,259.35	541,291.94	385,967.41
ene-22	12	22,812,258.68	927,259.35	532,286.04	394,973.31
feb-22	13	22,417,285.37	927,259.35	523,069.99	404,189.36
mar-22	14	22,013,096.01	927,259.35	513,638.91	413,620.44
abr-22	15	21,599,475.57	927,259.35	503,987.76	423,271.59
may-22	16	21,176,203.98	927,259.35	494,111.43	433,147.92
jun-22	17	20,743,056.06	927,259.35	484,004.64	443,254.71
jul-22	18	20,299,801.35	927,259.35	473,662.03	453,597.32
ago-22	19	19,846,204.04	927,259.35	463,078.09	464,181.25
sep-22	20	19,382,022.78	927,259.35	452,247.20	475,012.15
oct-22	21	18,907,010.63	927,259.35	441,163.58	486,095.77
nov-22	22	18,420,914.86	927,259.35	429,821.35	497,438.00
dic-22	23	17,923,476.86	927,259.35	418,214.46	509,044.89
ene-23	24	17,414,431.97	927,259.35	406,336.75	520,922.60
feb-23	25	16,893,509.37	927,259.35	394,181.89	533,077.46
mar-23	26	16,360,431.91	927,259.35	381,743.41	545,515.94
abr-23	27	15,814,915.97	927,259.35	369,014.71	558,244.64
may-23	28	15,256,671.33	927,259.35	355,989.00	571,270.35
jun-23	29	14,685,400.98	927,259.35	342,659.36	584,599.99
jul-23	30	14,100,800.99	927,259.35	329,018.69	598,240.66
ago-23	31	13,502,560.33	927,259.35	315,059.74	612,199.61
sep-23	32	12,890,360.72	927,259.35	300,775.08	626,484.27
oct-23	33	12,263,876.45	927,259.35	286,157.12	641,102.23
nov-23	34	11,622,774.22	927,259.35	271,198.07	656,061.28
dic-23	35	10,966,712.94	927,259.35	255,889.97	671,369.38
ene-24	36	10,295,343.56	927,259.35	240,224.68	687,034.67
feb-24	37	9,608,308.89	927,259.35	224,193.87	703,065.47
mar-24	38	8,905,243.42	927,259.35	207,789.01	719,470.34
abr-24	39	8,185,773.08	927,259.35	191,001.37	736,257.98
may-24	40	7,449,515.11	927,259.35	173,822.02	753,437.33
jun-24	41	6,696,077.78	927,259.35	156,241.81	771,017.53
jul-24	42	5,925,060.24	927,259.35	138,251.41	789,007.94
ago-24	43	5,136,052.30	927,259.35	119,841.22	807,418.13
sep-24	44	4,328,634.17	927,259.35	101,001.46	826,257.88
oct-24	45	3,502,376.29	927,259.35	81,722.11	845,537.24
nov-24	46	2,656,839.05	927,259.35	61,992.91	865,266.44
dic-24	47	1,791,572.61	927,259.35	41,803.36	885,455.99
ene-25	48	906,116.63	927,259.35	21,142.72	906,116.63
<b>TOTALES</b>		<b>0.00</b>	<b>42,788,818.66</b>	<b>17,788,818.66</b>	<b>25,000,000.00</b>

Tabla 10: Amortización de las colocaciones

#### 4.6.4 PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS

Como se pudo detallar anteriormente en materia de gastos para este proyecto de producto complementario para la financiera que ya está en marcha y que cuenta con una estructura establecida de costos e ingresos, el principal costo a manejar es el financiero.

No obstante, lo anterior se acordó con la institución financiera manejar una reasignación de personal (5 asesores) para que sean ellos los encargados de promocionar, colocar, monitorear y recuperar estos créditos.

En la siguiente tabla se muestra un resumen de los gastos por salarios y beneficios de ley para los 5 empleados reasignados.

**Tabla de Gastos de Recurso Humano - IDH Alivio**

Información base		Costos asociados mensuales para la empresa por Ley					
Empleado	Salario mensual	Decimo Cuarto	Décimo Cuarto	Cesantía	INFOP	RAP	IHSS
Asesor Agencia Dorado Tgu	L15,000.00	L1,250.00	L1,250.00	L1,462.50	L150.00	L78.11	L830.54
Asesor Agencia City Mall Tgu	L15,000.00	L1,250.00	L1,250.00	L1,462.50	L150.00	L78.11	L830.54
Asesor Agencia Premier Tgu	L15,000.00	L1,250.00	L1,250.00	L1,462.50	L150.00	L78.11	L830.54
Asesor Agencia Suyapa Sps	L13,000.00	L1,083.33	L1,083.33	L1,267.50	L130.00	L48.11	L830.54
Asesor Agencia Mega Mall Sps	L13,000.00	L1,083.33	L1,083.33	L1,267.50	L130.00	L48.11	L830.54

Resumen totales mensuales	
Asesor Agencia Dorado Tgu	L19,388.86
Asesor Agencia City Mall Tgu	L19,388.86
Asesor Agencia Premier Tgu	L19,388.86
Asesor Agencia Suyapa Sps	L17,294.83
Asesor Agencia Mega Mall Sps	L17,294.83
<b>TOTALES</b>	<b>L92,756.24</b>

Costos adicionales mensuales para la empresa		
Empleado	Depreciación	Combustible
Asesor Agencia Dorado Tgu	L1,500.00	L1,500.00
Asesor Agencia City Mall Tgu	L1,500.00	L1,500.00
Asesor Agencia Premier Tgu	L1,500.00	L1,500.00
Asesor Agencia Suyapa Sps	L1,500.00	L1,500.00
Asesor Agencia Mega Mall Sps	L1,500.00	L1,500.00

Tabla 11: Tabla de Gastos Recursos Humanos

Fuente: Propia

En esta nueva tabla se detallan otros gastos operativos adicionales que se deben de tomar en cuenta ya que están directamente relacionados con la operación que deberán de llevar a cabo los asesores de negocio.

<b>Costos adicionales mensuales para la empresa</b>		
<b>Empleado</b>	<b>Depreciación</b>	<b>Combustible</b>
<b>Asesor Agencia Dorado Tgu</b>	L1,500.00	L1,500.00
<b>Asesor Agencia City Mall Tgu</b>	L1,500.00	L1,500.00
<b>Asesor Agencia Premier Tgu</b>	L1,500.00	L1,500.00
<b>Asesor Agencia Suyapa Sps</b>	L1,500.00	L1,500.00
<b>Asesor Agencia Mega Mall Sps</b>	L1,500.00	L1,500.00

Tabla 12: Costos Adicionales Mensuales

Fuente: Propia

El principal costo relacionado con este producto complementario para la organización es la del gasto financiero. Como se observó en la matriz de fuentes de fondos, los recursos puestos a disposición por el BCIE están a un costo financiero del 12% anual y el mismo se ve resumido en la tabla siguiente:

Tabla de Amortización de Fondos BCIE - IDH Alivio					
Capital:	50,000,000.00				
Cuota nivelada:	1,463,781.30				
Interés anual:	12.00%				
Fecha de Inicio:	1-ene-21				
Plazo Meses:	48				
Fecha de Vencimiento:	1-ene-25				

CUADRO RESUMEN	
Concepto	Totales
Pago total	64,478,814.67
Gasto financiero	14,478,814.67

Mes	# DE PAGO	Saldo	Abono Total	Abono Intereses	Abono Capital
ene-21	0	50,000,000.00	0.00	0.00	0.00
feb-21	1	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
mar-21	2	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
abr-21	3	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
may-21	4	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
jun-21	5	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
jul-21	6	50,000,000.00	500,000.00	500,000.00	0.00
ago-21	7	50,000,000.00	1,463,781.30	500,000.00	963,781.30
sep-21	8	49,036,218.70	1,463,781.30	490,362.19	973,419.11
oct-21	9	48,062,799.58	1,463,781.30	480,628.00	983,153.31
nov-21	10	47,079,646.28	1,463,781.30	470,796.46	992,984.84
dic-21	11	46,086,661.44	1,463,781.30	460,866.61	1,002,914.69
ene-22	12	45,083,746.75	1,463,781.30	450,837.47	1,012,943.83
feb-22	13	44,070,802.92	1,463,781.30	440,708.03	1,023,073.27
mar-22	14	43,047,729.64	1,463,781.30	430,477.30	1,033,304.01
abr-22	15	42,014,425.64	1,463,781.30	420,144.26	1,043,637.05
may-22	16	40,970,788.59	1,463,781.30	409,707.89	1,054,073.42
jun-22	17	39,916,715.18	1,463,781.30	399,167.15	1,064,614.15
jul-22	18	38,852,101.03	1,463,781.30	388,521.01	1,075,260.29
ago-22	19	37,776,840.74	1,463,781.30	377,768.41	1,086,012.89
sep-22	20	36,690,827.84	1,463,781.30	366,908.28	1,096,873.02
oct-22	21	35,593,954.82	1,463,781.30	355,939.55	1,107,841.75
nov-22	22	34,486,113.06	1,463,781.30	344,861.13	1,118,920.17
dic-22	23	33,367,192.89	1,463,781.30	333,671.93	1,130,109.37
ene-23	24	32,237,083.52	1,463,781.30	322,370.84	1,141,410.47
feb-23	25	31,095,673.05	1,463,781.30	310,956.73	1,152,824.57
mar-23	26	29,942,848.48	1,463,781.30	299,428.48	1,164,352.82
abr-23	27	28,778,495.67	1,463,781.30	287,784.96	1,175,996.35
may-23	28	27,602,499.32	1,463,781.30	276,024.99	1,187,756.31
jun-23	29	26,414,743.01	1,463,781.30	264,147.43	1,199,633.87
jul-23	30	25,215,109.14	1,463,781.30	252,151.09	1,211,630.21
ago-23	31	24,003,478.93	1,463,781.30	240,034.79	1,223,746.51
sep-23	32	22,779,732.42	1,463,781.30	227,797.32	1,235,983.98
oct-23	33	21,543,748.44	1,463,781.30	215,437.48	1,248,343.82
nov-23	34	20,295,404.62	1,463,781.30	202,954.05	1,260,827.26
dic-23	35	19,034,577.37	1,463,781.30	190,345.77	1,273,435.53
ene-24	36	17,761,141.84	1,463,781.30	177,611.42	1,286,169.88
feb-24	37	16,474,971.96	1,463,781.30	164,749.72	1,299,031.58
mar-24	38	15,175,940.37	1,463,781.30	151,759.40	1,312,021.90
abr-24	39	13,863,918.48	1,463,781.30	138,639.18	1,325,142.12
may-24	40	12,538,776.36	1,463,781.30	125,387.76	1,338,393.54
jun-24	41	11,200,382.82	1,463,781.30	112,003.83	1,351,777.47
jul-24	42	9,848,605.35	1,463,781.30	98,486.05	1,365,295.25
ago-24	43	8,483,310.10	1,463,781.30	84,833.10	1,378,948.20
sep-24	44	7,104,361.90	1,463,781.30	71,043.62	1,392,737.68
oct-24	45	5,711,624.21	1,463,781.30	57,116.24	1,406,665.06
nov-24	46	4,304,959.16	1,463,781.30	43,049.59	1,420,731.71
dic-24	47	2,884,227.44	1,463,781.30	28,842.27	1,434,939.03
ene-25	48	1,449,288.42	1,463,781.30	14,492.88	1,449,288.42
<b>TOTALES</b>		<b>0.00</b>	<b>64,478,814.67</b>	<b>14,478,814.67</b>	<b>50,000,000.00</b>

Tabla 13: Amortización de Fondos BCIE

Fuete: Propia

El gasto financiero de los 4 años asciende a un total cercano a los L14.5 millones que deberán de ser cancelados de en el periodo de enero del 2021 a enero del 2025. Teniendo al inicio un periodo de gracia de hasta 6 meses de no pago de intereses.

#### 4.6.5 BALANCE GENERAL Y ESTADO DE RESULTADOS

El proyecto planteado a la institución financiera conlleva la identificación de las necesidades de los clientes, así como también la selección de los recursos financieros óptimos para el producto, y además de ello se encargó que para poder seleccionar la puesta en marcha del proyecto rendimiento sobre el portafolio del producto debería ser igual o mayor al 3%.

Cabe destacar que la organización ha venido manejando márgenes de retorno sobre el portafolio de 8%, retorno sobre los ingresos del 24%, retorno sobre los activos del 7% y un retorno sobre el patrimonio del 24%. Pero tomando en cuenta la situación de estos clientes afectados el retorno esperado mínimo es de un 3% anual sobre el portafolio que sería el de L50 millones.

ESTADO DE RESULTADOS DIRECTO POR NUEVO PRODUCTO				
CONCEPTO	2021	2022	2023	2024
COLOCACION DE CREDITOS	L50,000,000.00			
INGRESOS POR INTERESES	L12,623,915.02	L11,538,488.40	L8,071,955.20	L3,542,592.52
GASTOS OPERATIVOS	L1,319,389.00	L1,319,389.00	L1,319,389.00	L1,319,389.00
SUELDOS Y SALARIOS	L852,000.00	L852,000.00	L852,000.00	L852,000.00
DERECHOS	L287,389.00	L287,389.00	L287,389.00	L287,389.00
COMBUSTIBLE Y DEPRECIACIÓN	L180,000.00	L180,000.00	L180,000.00	L180,000.00
UTILIDAD DE OPERACIONES	L11,304,526.02	L10,219,099.40	L6,752,566.20	L2,223,203.52
GASTO FINANCIERO	L6,902,653.26	L6,218,712.39	L4,089,433.94	L1,268,015.08
INTERESES PAGADOS	5,402,653.26	4,718,712.39	3,089,433.94	1,268,015.08
RESERVAS POR INCOBRABILIDAD (8%)	L1,500,000.00	L1,500,000.00	L1,000,000.00	L0.00
UTILIDAD FINANCIERA DIRECTA DEL PROYECTO	L4,401,872.76	L4,000,387.01	L2,663,132.27	L955,188.43
PROPORCIÓN DE LOS GASTOS GENERALES (7%)	L612,500.00	L612,500.00	L612,500.00	L612,500.00
<b>UTILIDADES NETAS 2021 A 2024</b>	<b>L3,789,372.76</b>	<b>L3,387,887.01</b>	<b>L2,050,632.27</b>	<b>L342,688.43</b>
<b>RETORNO SOBRE EL PORTAFOLIO TOTAL (ROP)</b>	<b>19.14%</b>			
PORTAFOLIO	L50,000,000.00			
UTILIDAD NETA	L9,570,580.47			
INGRESOS TOTALES	L35,776,951.14			
<b>RETORNO SOBRE LOS INGRESOS (ROI)</b>	<b>26.75%</b>			

Tabla 14: Estado de Resultados

Fuente Propia

Como se observa en el estado de resultados consolidado a 4 años del producto de IDH Alivio que se manejará de enero 2021 a enero 2025, se puede ver que el mismo estará generando una utilidad de L8.8 millones y que representa un 17.7% de ROP de proyecto y un 4.43% de ROP anual. Con este elemento se cumple el requisito establecido por la institución financiera ya que da como resultado un ROP por encima del requerido.

Además de esto si calculamos el ROI del proyecto nos da un 25% ya que genera L8.8 millones de utilidad sobre unos ingresos totales de L35.78 millones.

## CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### 5.1. CONCLUSIONES

Una vez finalizado el análisis de cada una de las variables a lo largo de toda la investigación, donde se planeó desarrollar un producto crediticio para los pequeños y medianos empresarios de IDH Micro financiera que ha sufrido las consecuencias de la pandemia y las tormentas en este año.

1. Después de realizar las evaluaciones correspondientes las principales necesidades de crédito que tienen los micro y pequeños empresarios de Tegucigalpa y San Pedro Sula en este momento es un fondo que les permita consolidar sus deudas que equivale al 33% de los afiliados, pero también observamos que un 30% opinan que se puede ser una extensión del plazo de pagos y adecuar su deuda conforme a la situación que se presenta con cada uno de ellos.
2. De acuerdo con los las condiciones y guía operativa el nuevo producto es viable para mantener las líneas con las operaciones normales de la institución. Será un financiamiento ágil y rápido, con tasas competitivas, que permita a las personas su fácil consolidación o alivio de Deuda.
3. Las fuentes de fondos a utilizar para el financiamiento del nuevo producto crediticio serian BCIE por su accesibilidad y por el tiempo de gracias que otorga la Institución.

4. El costo de operatividad para el producto es bajo, porque solo se está realizando una reasignación temporal del personal ya contrato para la colocación de este nuevo crédito de alivio de Deuda.

## 5.2. RECOMENDACIONES

- 1) En base a los resultados se considera que el producto puede ser implementado en el mes de enero, considerando que es financieramente factible, tomando en cuenta que sus afiliados sugieren un producto para consolidar sus deudas este sería una opción para implementar el nuevo producto crediticio.
- 2) Se recomienda analizar la posibilidad de búsqueda de otras fuentes de fondos con condiciones blandas y costos financieros bajos para poder trasladar esos beneficios al cliente.
- 3) Se recomienda por último que aproveche las condiciones del producto y que sea mantenido como parte de las medidas y acciones a tomar en futuros efectos y catástrofes.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Administration, U.S Small Business. (2020, 04 24). Préstamo de desastre por daños económicos. Retrieved from U.S Small Business Administration: <https://www.sba.gov/programas-de-financiamiento/prestamos/opciones-de-asistencia-por-coronavirus/prestamo-de-desastre-por-danos-economicos>
- Andes, H. (2020, 03). El impacto económico y social de la pandemia covi-19 y recomendaciones de política para Honduras. Retrieved from PNUD América Latina y el Caribe: UNDP-RBLAC-CD19-PDS-Number4-ES-Honduras%20(1).pdf
- Baby, J., & Londoño, J. G. (2008). Las Ps de mercadeo. AD-minister, 149-161.
- bancatlan.hn. (2020). Impulso MIPYME Atlántida. Retrieved from bancatlan.hn: <https://www.bancatlan.hn/banca-pyme/mypyme-atlantida/>
- Centro de Información sobre Empresas y Derechos Humanos. (2020, 03 31). La crisis sanitaria pone en riesgo a personas trabajadoras con despidos masivos y violaciones de derechos laborales. Retrieved from Centro de Información sobre Empresas y Derechos Humanos: <https://www.business-humanrights.org/es/%C3%BAltimas-noticias/honduras-la-crisis-sanitaria-pone-en-riesgo-a-personas-trabajadoras-con-despidos-masivos-y-violaciones-de-derechos-laborales/>
- CEPAL. (2020, 07 15). Contracción de la actividad económica de la región se profundiza a causa de la pandemia: caerá -9,1% en 2020. Retrieved from [www.cepal.org](https://www.cepal.org): <https://www.cepal.org/es/comunicados/contraccion-la-actividad-economica-la-region-se-profundiza-causa-la-pandemia-caera-91>
- CEPAL. (2020, 06 30). Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVI 19 para una reactivación con igualdad: nuevas proyecciones. Retrieved from [www.cepal.org](https://www.cepal.org): [https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45782/4/S2000471\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45782/4/S2000471_es.pdf)
- CEPAL. (2020, 07 15). Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVI 19 para una reactivación con igualdad: Nuevas proyecciones. Retrieved from

www.cepal.org:

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45782/4/S2000471\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/45782/4/S2000471_es.pdf)

CEPAL. (2020, 07). Enfrentar los efectos cada vez mayores del COVID-19 para una reactivación con igualdad: nuevas proyecciones. Retrieved from [www.cepal.org](http://www.cepal.org):  
<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45782-enfrentar-efectos-cada-vez-mayores-covid-19-reactivacion-igualdad-nuevas>

Definicion.De. (n.d.). Diccionario. Retrieved from [definicion.de](http://definicion.de):

<https://definicion.de/prefactibilidad/>

economipedia.com. (n.d.). Diccionario. Retrieved from [economipedia.com](http://economipedia.com):

<https://economipedia.com/definiciones/encuesta.html>

economipedia.com. (n.d.). Diccionario. Retrieved from [economipedia.com](http://economipedia.com):

<https://economipedia.com/?s=benchmarking>

Esperanza, E. (2019, 05 06). Gobierno y pequeños industriales acuerdan trabajar unidos para fortalecer MIPYMES. Retrieved from [sde.gob.hn](http://sde.gob.hn):

<https://sde.gob.hn/2019/05/06/gobierno-y-pequenos-industriales-acuerdan-trabajar-unidos-para-fortalecer-mipymes/>

Fernandez, F. (2017). Estudio de mercado: Guía para la elaboración de un estudio de mercado. Ciudad Real.

Gabriel, b. (2010). Evaluacion de proyectos. Mexico.

García, J. S. (2010). El Marketing y su origen a la orientación social: desde la perspectiva económica a la social. Em *Questão*, 61-77.

Giovanni, D. M. (2018). MIPYMES en America Latina. Retrieved from CEPAL:

[https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707\\_es.pdf](https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/44148/1/S1800707_es.pdf)

Gitman, L. J. (2003). *Administracion Financiera*. Mexico: Person Education.

greelane. (2018, 09 11). Las fuentes primarias y secundarias: su significado en la historia. Retrieved from [greelane.com](http://greelane.com):

<https://www.greelane.com/es/humanidades/ingles/primary-and-secondary-sources-their-meaning-in-history-1221744/>

IDH Financiera. (2020). Historia de IDH Financiera. Retrieved from IDH Financiera: [www.idhmicrofinanciera.hn](http://www.idhmicrofinanciera.hn)

KOTLER, P. (2012). Dirección de Marketing. Mexico: PEARSON EDUCACIÓN.

MICROFINANCIERA, IDH. (2018). Memoria Anual de IDH MICROFINANCIERA 2018. Tegucigalpa.

Microfinanciera, IDH. (2020, 10). Mapa de Ubicación de Agencias IDH Microfinanciera. Tegucigalpa: IDH Microfinanciera.

MIPYME HONDURAS. (2019). Plan de digitación MIPYME. Retrieved from MIPYME HONDURAS: <http://mipyme.hn/convenios.html>

OMS. (2020, 03 11). Enfermedad por el Coronavirus (COVID-19). Retrieved from OMS: <https://www.paho.org/es/tag/enfermedad-por-coronavirus-covid-19#:~:text=La%20epidemia%20de%20COVID%2D19,30%20de%20enero%20de%202020.>

Pérez Caldentey, E.-T. K. (2018). La inclusión financiera para la inserción productiva y el papel de la banca del desarrollo. CEPAL.

Philip, K. (1993). Dirección de la Mercadotecnia análisis, planeación, implementación y control. Mexico.

Redcamif. (2020, 06 30). Reporte de Monitoreo pos-covid19. Centro América y República Dominicana.

REDCAMIF. (2020, 07). Reporte trimestre de la Red Centroamericana y del Caribe de Microfinanzas.

REDCAMIF. (2020). Revista n°33. REDCAMIF.

REDMICROH. (2020, 03). Reporte Trimestral de Cartera. Retrieved from REDMICROH: <http://www.redmicroh.org/estadisticas/>

Revista de economía industrial y empresarial. (2020). Pymes europeas en medio de la crisis de COVID-19: evaluación impacto y respuestas políticas. Revista de economía industrial y empresarial, 3.

Riquelme, M. (2015, Junio). Claves para el éxito de la empresa. Retrieved from 5 fuerzas de porter : <https://www.5fuerzasdeporter.com/>

SAG. (2020, 04 29). Con medidas e incentivos económicos sector agroalimentario enfrenta emergencia COVID-19. Retrieved from SAG: <https://sag.gob.hn/sala-de-prensa/noticias/ano-2/abril-2020/con-medidas-e-incentivos-economicos-sector-agroalimentario-enfrenta-emergencia-covid-19/>

sde.gob. (2020, 09 10). Reactivación de la micro, pequeña y mediana empresa (Mipyme), el turismo y otros sectores afectados por la pandemia de covid-19. Retrieved from sde.gob.hn: <https://sde.gob.hn/2020/09/10/14976/>

sefin.gob.hn. (2020). Deuda Total de la Administración Centra. Retrieved from sefin.gob.hn: <http://www.sefin.gob.hn/deuda/>

sites.google.com. (2020). DESARROLLO DE LAS PYMES EN HONDURAS. Retrieved from sites.google.com: <https://sites.google.com/site/desarrollodelaspymesenhonduras/#:~:text=En%20Honduras%20se%20distinguen%20cinco,las%20cooperativas%20de%20ahorro%20y>

# ANEXOS

## 1. ANEXO 1

Microsoft Forms

3/12/20 13:38

### Situación actual y grado de afectación por la Pandemia y las Tormentas Eta e Iota

IDH Microfinanciera quiere saber sobre el impacto que ha tenido en los negocios y en la situación financiera de sus clientes la Pandemia por COVID19 y las Tormentas Eta e Iota. Le pedimos muy amablemente nos pueda colaborar llenando de la forma mas transparente y completa posible la presente encuesta.

\* Obligatorio

\* Este formulario registrará su nombre, escriba su nombre.

Información sobre la afectación por la Pandemia y las Tormentas Iota y Eta

1. Su negocio ha sufrido algún grado de afectación por las medidas de limitación de circulación tomadas por la emergencia nacional de COVID19? \*

- Negocio cerrado permanente.
- Negocio con cierre temporal de operaciones.
- Mi negocio sigue activo con reducción en ventas.
- Mi negocio sigue activo y operando con normalidad.

2. Cual es la situación de empleo en su negocio? \*

- Se mantiene el 100% de empleados.
- Separación del 25% de los empleados
- Separación del 50% de los empleados
- Separación del 75% de los empleados
- Separación del 100% de los empleados

3. Usted o algún familiar de su vivienda ha sido diagnosticado como Positivo con COVID19? \*

- Yo resulté positivo de COVID
- Otros miembros de mi familia han salido positivos por COVID
- Ninguno

6. Selecciones todos los tipos de daños que usted ha sufrido por las Tormentas Iota y Eta: \*

(Los elementos que no aplican - déjelos sin marcar).

- Ningún tipo de daño directo.
- Daños a la vivienda
- Pérdida total de la vivienda
- Daños al negocio
- Pérdida total del negocio
- Daños a su vehículo
- Pérdida total de vehículos
- Heridas y lesiones personales
- Pérdida de algún miembro de su familia inmediata
- 
- Otras

## Datos e información general

Por favor brindar su información general para poder tener un mejor seguimiento y atención a nuestros clientes.

### 9. Usted es cliente de nuestra agencias de: \*

- Mall El Dorado Tgu
- City Mall Tgu
- Mall Premier Tgu
- Suyapa Sps
- Mega Mall Sps

### 10. Seleccione el genero: \*

- Hombre
- Mujer

### 11. Estado civil y situación familiar: \*

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Union libre
- Madre soltera

12. Seleccione el rango de edad en el que se encuentra ubicado: \*

- Menor de 25 años
- De 26 a 50 años
- Mayor de 50 años

---

12/7/2020

Este contenido no está creado ni respaldado por Microsoft. Los datos que envíe se enviarán al propietario del formulario.



7. Actualmente esta viviendo en: \*

- En mi casa ya que no resultó afectada.
- Tuve que evacuar pero ya estoy de regreso en mi vivienda .
- En la casa de un familiar o amigo.
- En una iglesia de la comunidad o un centro comunitario.
- En un albergue organizado por el gobierno.
- 
- Otras

8. Considerando los daños y la afectación percibida por la Pandemia y las Tormentas Iota y Eta, \*

*(Por favor responda con la mejor estimación posible).*

- Mi negocio no sufrió daños
- Mi negocio fue dañado pero ya opera normalmente.
- Dentro de 3 meses.
- En un periodo de 6 meses.
- En 9 meses o mas
- No creo poder volver a levantar mi negocio

## Datos e información general

Por favor brindar su información general para poder tener un mejor seguimiento y atención a nuestros clientes.

### 9. Usted es cliente de nuestra agencias de: \*

- Mall El Dorado Tgu
- City Mall Tgu
- Mall Premier Tgu
- Suyapa Sps
- Mega Mall Sps

### 10. Seleccione el genero: \*

- Hombre
- Mujer

### 11. Estado civil y situación familiar: \*

- Soltero (a)
- Casado (a)
- Union libre
- Madre soltera