
*Crédito Individual para Microempresas en
México: Un Estudio sobre las Limitaciones y
las Oportunidades*



McGraw Hill Financial es una compañía líder en inteligencia financiera, que proporciona a los mercados globales de capitales y de productos básicos, estándares de referencia, calificaciones del crédito, soluciones para el riesgo de cartera y del negocio, y análisis, todos ellos independientes. Las icónicas marcas de la compañía incluyen: Standard & Poor's Ratings Services, S&P Capital IQ, S&P Dow Jones Indices, Platts, CRISIL, J.D. Power y McGraw Hill Construction.

La Compañía cuenta con aproximadamente 17.000 empleados, en 29 países. Puede obtenerse más información en www.mhfi.com. Como negocio socialmente responsable, aprovechamos nuestra diversidad de recursos para desarrollar mejores vidas, comunidades más fuertes, y sólidas economías y mercados financieros para todas nuestras partes interesadas.

WOMEN'S WORLD BANKING Women's World Banking es la organización global sin fines de lucro, que se dedica a suministrar a un mayor número de mujeres de bajos ingresos el acceso a las herramientas y los recursos financieros esenciales para su seguridad y prosperidad. Durante más de 35 años hemos trabajado con instituciones financieras para mostrarles los beneficios de invertir en las mujeres como clientas y como líderes. Equipamos a estas instituciones para que atiendan las necesidades de las mujeres a través de una acreditada investigación de mercado, capacitación en liderazgo, productos financieros sostenibles y educación de consumo.

Antecedentes

Women's World Banking ha seguido el desarrollo del mercado de las microfinanzas en México durante varios años, preguntándose, al igual que lo hace el resto de la industria, por qué el crédito para la microempresa no ha despegado en el país, a pesar de su elevada población y amplio mercado de microfinanzas. Con el apoyo de McGraw-Hill Financial, Women's World Banking trató de lograr una mejor comprensión de los retos y las oportunidades que existen para que las instituciones financieras ofrezcan crédito individual a las microempresas, para empresarios de bajos ingresos en México. Este informe destaca resultados que esperamos que insten a las instituciones financieras a alcanzar este mercado insuficientemente atendido.



México es un país de ingresos medios y uno de los países más poblados de América Latina. Hay más de seis millones de prestatarios de microfinanzas en México, la cifra más elevada de prestatarios en la región, con casi 5.000 proveedores de servicios financieros que atienden este mercado. De todas maneras, al compararlo con sus homólogos en la región, Colombia y Perú, México cuenta con la cartera de préstamos más pequeña (US\$ 3.800 millones, comparada con US\$ 6.800 millones y US\$ 10.200 millones, respectivamente). Dado el número de prestatarios, esto supone un monto pequeño de préstamo promedio, suministrado principalmente a través del enfoque de crédito grupal—un marcado contraste con sus

homólogos regionales, que ofrecen principalmente crédito individual a los microempresarios

Sin embargo, el crédito individual existe en México, pero se diferencia del de sus vecinos de varias maneras. En primer lugar, los individuos asalariados (no solo los microempresarios, que suelen definirse como un propietario de negocio con 10 empleados o menos) también acceden a estos préstamos. En segundo lugar, las instituciones de microfinanzas no son las únicas que ofrecen estos préstamos: una gama de proveedores de servicios financieros, tales como los bancos de primer piso, las cooperativas, el crédito de proveedores y las casas de empeño, también lo hacen. Y por último, los solicitantes de crédito individual son evaluados principalmente a través del historial de crédito y/o la calificación del crédito en México, en lugar de realizarse una rigurosa evaluación del riesgo del negocio y de la unidad familiar.

A pesar del gran número de prestatarios y proveedores de servicios, el 80 por ciento del mercado es atendido únicamente por seis instituciones. El líder del mercado, Banco Compartamos, controla más de un tercio de la participación de mercado. Y, mientras los mercados de las microfinanzas de América Latina están creciendo o bien se hallan saturados, el de México parece estar menguando, tras haber perdido 50.000 prestatarios en 2012 (MIX Market).

Crédito para microempresas: grupal vs. individual

El crédito grupal a través de la banca comunal o los grupos solidarios, durante largo tiempo el sello distintivo del suministro de servicios financieros a las personas de bajos ingresos, es el modelo dominante en México para llegar tanto a los empresarios de bajos ingresos como a aquellos que no son empresarios. Apoya el consumo (artículos diarios, tales como matrículas escolares, artículos para el hogar, etc.), la nivelación de ingresos y, en menor medida, el crecimiento empresarial. Estos grupos reciben un préstamo de alrededor de US\$500 en promedio, con una tasa de interés del 80 al 120 por ciento, por un plazo de hasta seis meses.

Aunque la metodología de crédito grupal ofrece un gran punto de acceso para los no bancarizados al sector financiero formal, no presta un adecuado servicio a las microempresas a medida que crecen. Estos préstamos están, por su propia naturaleza, limitados por la capacidad colectiva de pago del grupo. Por consiguiente, son en general de menor tamaño y no propicios para adaptarse al ritmo de crecimiento de los negocios. Es más, la evaluación del carácter, el proceso del análisis crediticio que constituye la base de los préstamos grupales, no revela nada acerca de la necesidad o la capacidad de pago de una individual. Una institución financiera traslada el riesgo de manera efectiva—y con ello las responsabilidades de las evaluaciones del riesgo crediticio—al grupo. Una evaluación más sólida del riesgo del negocio y de la unidad familiar es una buena práctica para el crédito a la microempresa. Y, aunque puede venir acompañada de mayores costos de procesamiento del préstamo, presenta un beneficio para las instituciones en el proceso: la oportunidad de la venta cruzada de otros productos financieros¹.

Los beneficios del crédito individual para los microempresarios que buscan el crecimiento de su negocio incluyen:

- *Préstamos que se adaptan a las necesidades de su negocio:* Los créditos grupales se han usado tradicionalmente para necesidades básicas del hogar, como ingresos complementarios y para negocios más pequeños. Existen limitaciones en cuanto a en qué medida puede un préstamo grupal expandir los negocios. Debido a que los préstamos individuales se basan en un mejor proceso de “conozca a su cliente” y un amplio análisis del riesgo del negocio del prestatario, estos créditos suelen ser generalmente de mayor tamaño (para contemplar las necesidades de capital del negocio) y tener condiciones de préstamo más flexibles (es decir, periodos de gracia, frecuencia de pago, términos de los préstamos, préstamos adicionales gracias al préstamo existente), lo que permite a las personas de bajos ingresos lograr el crecimiento de sus negocios. También permite al prestatario desarrollar un historial crediticio con la institución, basado en el riesgo.
- *Conveniencia:* Los empresarios ya establecidos a menudo no desean continuar con el crédito grupal. Es probable que les moleste cuando los préstamos sucesivos se suspendan o retrasen debido a la morosidad dentro del grupo. Una crítica común del crédito grupal es que la asistencia a las reuniones requiere un tiempo del que los miembros—especialmente los clientes cuyos negocios han llegado a la madurez—quizá no puedan disponer.

Además, el crédito individual puede también reducir el sobreendeudamiento en el mercado microfinanciero local. El reciente estrés en los sectores microfinancieros regionales y nacionales a escala mundial, ha resaltado los riesgos de un rápido crecimiento en los servicios financieros sin suficiente personal o capacidad institucional. Las crisis de morosidad de los préstamos y las elevadas tasas de sobreendeudamiento en Nicaragua, Marruecos, Bosnia-Herzegovina, Pakistán y Andhra Pradesh, en la India, se produjeron todas tras un periodo de expansión sin precedentes de los servicios, que resultó a menudo en el acceso a múltiples préstamos por parte de los clientes. Durante estos periodos, los controles internos, la gestión del riesgo y la calidad del personal sufrieron un deterioro y los incentivos en la cultura organizacional se alinearon con una estrategia de elevado riesgo, elevado crecimiento, elevado rendimiento². El crédito individual, conjuntamente con la infraestructura de la industria establecida, tal como los burós de crédito, ofrece una posible solución en estos mercados, porque los procesos de evaluación cuidadosos, centrados en los individuos, proporcionan una mayor información acerca del cliente y evalúan su capacidad para pagar un préstamo, ayudando de este modo a reducir el sobreendeudamiento.

¹ Venkata, N.A., Anup Singh, and Trevor Mugwanga (April 2010). “Breaking the Barriers: Market Expansion through Individual Lending.” MicroSave Briefing Note #88.

² Chen, G., S. Rasmussen, and X. Reille (2010). Growth and Vulnerabilities in Microfinance, CGAP Focus Note 61. CGAP, Washington DC.

Con iniciativas del gobierno mexicano que tratan de promover la inclusión financiera, una diversidad de estructuras legales implementadas para ofrecer servicios financieros y una cuantiosa población no bancarizada y con acceso limitado a los servicios, surge una pregunta obvia: **¿qué es lo que ha limitado el crecimiento del crédito individual tradicional para las microempresas en México?**

Para responder a esta pregunta, Women's World Banking entrevistó a representantes clave del gobierno, proveedores de servicios financieros, organizaciones de la industria y expertos en inclusión financiera, complementando estos resultados con datos disponibles públicamente. Women's World Banking también llevó a cabo grupos focales con microempresarios en la Ciudad de México y Zacatecas (lugares seleccionados para representar la gama de actividades económicas y la disponibilidad de proveedores de servicios financieros en el país). Entender las perspectivas, tanto de la industria como del cliente, es fundamental para llegar a una visión integral de los retos afrontados por la industria de las microfinanzas.

Women's World Banking aporta una década de experiencia trabajando con instituciones, a medida que éstas pasan de un modelo de crédito grupal al inicio de la oferta de préstamos individuales, basándose en un análisis de los ingresos del negocio. Nosotros hemos apoyado la introducción del crédito individual en más de diez instituciones a nivel mundial³. Nuestra labor más reciente incluye el apoyo a tres instituciones en América Latina para adaptar el crédito individual a los clientes de zonas rurales.

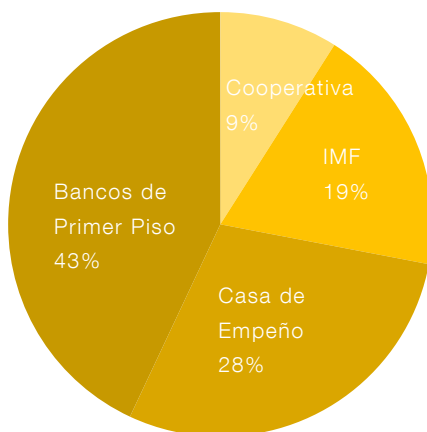
Esta evaluación no estuvo relacionada con la introducción de un producto específico en una institución financiera, sino que fue más bien un análisis general del mercado. No tuvo un enfoque de género explícito, pero es importante advertir que el 80 por ciento de los prestatarios de microfinanzas en México son mujeres y, por consiguiente, el desarrollo del crédito individual para la microempresa afectará al acceso de las mujeres a la financiación.

³ El enfoque de Women's World Banking en cuanto a la integración de productos de crédito individual en instituciones de crédito grupal se analiza en *Product Diversification in Microfinance: Introducing Individual Lending* disponible a través de <http://www.womensworldbanking.org/publications/product-diversification-microfinance-introducing-individual-lending/>

La Perspectiva de la Industria

El crédito de consumo⁴ ha actuado como un sustituto para el crédito a la microempresa

La disponibilidad de crédito, en particular en forma de préstamos de consumo, es elevada en México. Los mexicanos utilizan el crédito tanto para facilitar el consumo como para invertir en sus negocios. Más del 70 por ciento del crédito otorgado en el mercado a personas de bajos ingresos procede de bancos de primer piso y de una cadena nacional de casas de empeño. Por el contrario, el crédito de las IMF representa tan solo un 19 por ciento del crédito total disponible.

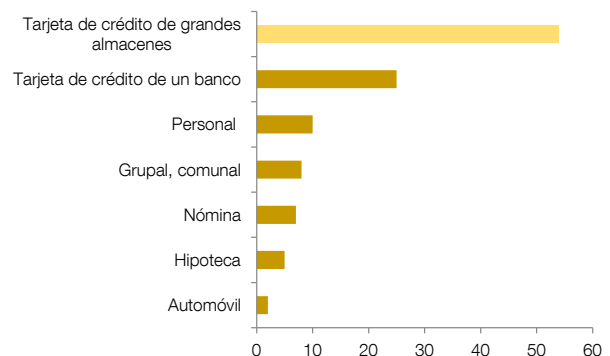


Mercado Total de Crédito: MEX 183.494.131.466
US \$ 13.953.926.347

Fuente: Prodesarrollo, CNBV,

Casa de Empeño = Sitio web del Nacional Monte de Piedad

Quizá lo más revelador es que las tarjetas de crédito son sumamente populares en México. Más del 50 por ciento de la población adulta tiene acceso a una tarjeta de crédito de unos grandes almacenes y el 25 por ciento tiene acceso a una tarjeta de crédito de un banco⁵. En comparación, el uso de las tarjetas de crédito de los bancos por parte de la población adulta, en general, es del 10 por ciento tanto en Perú como en Colombia⁶. Como resultado de ello, la población mexicana está más familiarizada y/o se siente más cómoda con el uso del crédito de consumo, como el principal producto financiero para ayudarles a cubrir sus necesidades personales y las de sus negocios.



Fuente: ENIF - CNBV, Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012

El modelo de crédito grupal ha sido el enfoque dominante

Como líder del mercado con un elevado éxito, Banco Compartamos ha definido el modelo actual de las microfinanzas en México. Han probado que su modelo de la banca comunal, dirigido al mercado de más bajos ingresos, es viable desde el punto de vista financiero, rentable y capaz de alcanzar escala. Su éxito ha llevado a otros a adoptar el mismo enfoque, lo que ha dado como resultado unos limitados incentivos para innovar en productos y servicios financieros. Debido a que la mayor parte de los proveedores de servicios financieros ofrecen un producto similar, a través de una metodología también similar, el crédito disponible es en gran medida un producto "único para todos". Los prestatarios que buscan préstamos para consumo o para desarrollar su propio negocio, reciben préstamos con términos y calendarios de pagos similares, sin importar si esos términos o calendarios se corresponden con su capacidad de reembolso.

⁴ El crédito de consumo se define como una deuda en la que alguien incurre con el propósito de adquirir un bien o un servicio. Esto incluye compras realizadas con tarjetas de crédito, líneas de crédito y algunos préstamos

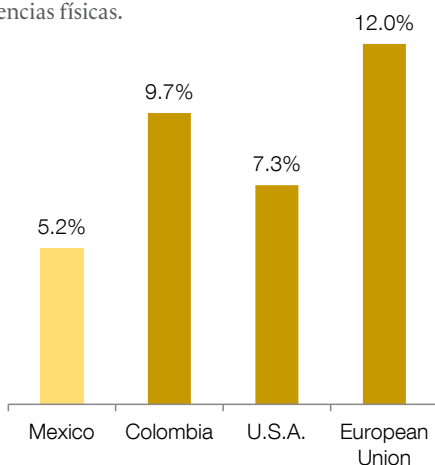
⁵ ENIF - CNBV, Encuesta Nacional de Inclusión Financiera 2012, pág. 25

⁶ Banco Mundial, Base de Datos de Global Findex, Abril de 2012

Los recursos humanos en México plantean retos singulares para el crecimiento del crédito a la microempresa

Las tasas de retención de empleados, especialmente en el caso de los agentes de crédito, son bajas en México. Aunque las tasas de retención varían por región, la rotación de empleados para todas las IMF del país fue de un 46,3 por ciento en promedio, en 2012, casi el doble que el promedio del 24,5 por ciento para América Latina en ese mismo periodo. De acuerdo con los entrevistados, el trabajo de campo se percibe como algo demasiado difícil y la mayoría de los graduados que terminan la universidad están buscando trabajos de oficina, con mínimas exigencias físicas. Además, las microfinanzas no se consideran como una industria de prestigio y esto ha constituido un reto, tanto para atraer como para conservar a los empleados. Por otro lado, debido a la estricta legislación laboral que favorece a los empleados, resulta también difícil y caro despedir a los empleados con un bajo rendimiento.

Otra importante razón de la elevada rotación de personal es el dinámico mercado laboral en el país. Nuevamente, a diferencia de sus homólogos en la región, la tasa de desempleo en México es baja, con un 5,2% (de acuerdo con los informes del tercer trimestre de 2013). Los empleados cambian rápidamente de trabajo por pequeños incrementos en sus salarios y menores exigencias físicas.



Fuente por México: INEGI 2013

Fuente por Colombia, U.S.A. y E.U.: Factbook de CIA, estimaciones para 2013, Comisión Europea - Estadísticas de Eurostat

Las regulaciones han actuado como un elemento disuasorio para las instituciones bancarias en la promoción del crecimiento de las microfinanzas

Las actuales regulaciones establecen que los proveedores de servicios financieros que ofrezcan préstamos clasificados como créditos para la microempresa, a clientes sin historial de crédito, deben mantener una reserva para préstamos del 100%. Sin embargo, si el préstamo es clasificado como un préstamo de consumo, no son necesarios requisitos de reserva, haciendo mucho más fácil y atractiva para las instituciones bancarias la oferta de créditos de consumo. Esta política ha promovido, sin quererlo, el mayor crecimiento de la financiación de consumo, inhibiendo al mismo tiempo el desarrollo del crédito para la microempresa.

La Perspectiva del Cliente

Al igual que los clientes en otros mercados, los microempresarios en México citan el acceso al capital como un elemento facilitador clave para el crecimiento del negocio. Los participantes en nuestros grupos focales, particularmente aquellos con acceso a préstamos, expresaron la necesidad de crédito, ya sea para iniciar o bien para lograr el crecimiento de un negocio. Los hombres y las mujeres con acceso a préstamos reconocen las ventajas de utilizar éstos y los consideran como una herramienta útil cuando no hay otra fuente de capital disponible de inmediato. Aquellos que no eran prestatarios utilizaron sus propios ahorros y/o las indemnizaciones por despido para invertirlos en su negocio. En general, los participantes citaron cuatro razones principales para utilizar préstamos para la apertura, mejora o expansión de sus negocios:

- *Complementar* sus ahorros o la indemnización por despido para la inversión inicial;
- Aprovechar una *oportunidad para adquirir* un negocio de un familiar o bien de un empleador anterior;
- Lidiar con *circunstancias imprevistas* (despido sin indemnización, fallecimiento del sustentador principal de la familia, discapacidad), que obligan al individuo a emprender un negocio; y
- Para *capital de inversión* – para comprar suministros o expandir un negocio. Algunos toman préstamos de proveedores financieros, mientras que otros obtienen crédito en especie de los proveedores.

A pesar de la necesidad de capital, los microempresarios afrontan graves retos en cuanto al acceso a los préstamos formales.

Los clientes presentan bajos niveles de conocimientos financieros básicos

No existe una definición clara del término “servicios financieros” en las mentes de los participantes en nuestros grupos focales. Estos participantes no percibían una diferencia entre los tipos de proveedores de servicios financieros y no diferencian entre préstamos para capital, préstamos de consumo, tarjetas de crédito y préstamos de las casas de empeño. Por consiguiente, con frecuencia hay confusión acerca de las palabras “préstamo” y “crédito”.

En la Ciudad de México y Zacatecas, los préstamos se definen como dinero proporcionado en “efectivo”, mientras que el crédito puede utilizarse para bienes, aportes o a través de una tarjeta. En contraposición, la mayor parte de la industria global de las microfinanzas utiliza los términos “préstamo” y “crédito” indistintamente.

“Un préstamo es efectivo, un crédito es cuando uno se lleva la cocina a casa y la paga a plazos.”

- HOMBRE CON ACCESO FINANCIERO, ZACATECAS

“Un crédito es un pago fijo para comprar algo. Cuando es un préstamo, le dan dinero y usted paga más rápidamente.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, CIUDAD DE MÉXICO

La necesidad de aprender nociones financieras básicas es evidente y fue claramente expresada por numerosos participantes. Consideran la educación financiera como un servicio muy necesario y, según tienen entendido, tan solo unas pocas instituciones lo suministran. Los participantes estaban ansiosos por recibir una orientación acerca de los productos de crédito, con explicaciones claras del proceso completo de solicitud de un préstamo, junto con los términos y las condiciones.

“Que pueden orientarle a uno (suministrar asesoramiento); cuánto se va a pagar, porque luego también se hacen un lío.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, CIUDAD DE MÉXICO

Sin embargo, los participantes que tenían préstamos de proveedores de servicios financieros en aquel entonces, reconocieron que no habrían podido lograr lo que tenían en ese momento sin el acceso a los préstamos.

“Tenemos lo que tenemos gracias a los préstamos, sólo por los préstamos.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, ZACATECAS

Los participantes en grupos focales sin acceso a servicios financieros citaron varias barreras, vinculadas principalmente a la transparencia de la información respecto a los proveedores de servicios financieros y los productos.

No existe una comprensión clara de cómo se gestionan los préstamos ni de qué requisitos deben cumplirse para solicitar un crédito. Además, cualquier información de la que disponen sobre dichos servicios es parcial o está basada en información sesgada.

Muchos temen no poder cumplir con una obligación crediticia y otros consideran a los proveedores financieros como “devoradores de dinero”, que buscan sus propios beneficios sin importarles el bienestar de las personas. La percepción de que las solicitudes y aprobaciones de los préstamos son procedimientos complejos, que requieren que un avalista hipoteque una propiedad, presente recibos de ingresos y demuestre un historial de crédito, prevalecen entre las personas que nunca se han dirigido a una organización financiera.

La falta de productos apropiados, unida a unos bajos niveles de conocimientos financieros básicos, han dado lugar a un endeudamiento excesivo

Las tasas de sobreendeudamiento en América Latina han ido aumentando en los últimos años y México presenta una tasa particularmente elevada: una encuesta entre sus sucursales en México, realizada por FINCA, una red de microfinanzas global, halló que alrededor de tres de cada cuatro solicitantes tenían préstamos ya existentes y que un 60 por ciento de las personas con dos préstamos estaban atrasadas en los pagos—una tasa que se incrementa hasta el 80 por ciento entre los individuos con cuatro préstamos existentes⁷. Aunque la investigación realizada por Women's World Banking no se enfocó en el sobreendeudamiento, las respuestas de los participantes con acceso al crédito indicaron que el endeudamiento excesivo es un problema que afrontan o temen en la actualidad.

El enfoque de un modelo “único para todos” en México, ha dado lugar a una oferta de la industria que no corresponde con las necesidades del cliente de bajos ingresos, que ya carece de las nociones financieras básicas para navegar por las a menudo opacas opciones financieras disponibles para él. Con frecuencia sigue un ciclo destructivo de deuda.

“Me convertí en morosa con [Institución A], no podía ponerme al día y deseaba negociar, pero no me prestaban dinero. Así que para salir del problema me uní a un grupo de ahorro en la Institución B. He utilizado casi todo mi dinero de allí. También he solicitado un préstamo a la Institución C. Estoy profundamente endeudada...”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, ZACATECAS

⁷ Ericksen, J., Ericksen, E. and Graham, S. “Over-indebtedness in Mexico: Giving Borrowers A Voice” FINCA 2014. 1, 6

Los clientes asocian profundos sentimientos de desconfianza y temor con los servicios financieros en México

Entre los microempresarios entrevistados a través de los grupos focales, existe un profundo sentimiento de desconfianza y temor asociado a los servicios financieros en México. El término “servicios financieros” desencadena de inmediato asociaciones negativas que incluyen deuda, elevadas tasas de interés, presión, límites de tiempo, complicaciones, estrés, dificultad y temor. La percepción predominantemente negativa acerca de los servicios financieros es una de las barreras clave que impiden a los participantes solicitar préstamos para los negocios. Esta desconfianza se extiende a lo largo de una amplia gama de proveedores de servicios, que incluye a las organizaciones de microfinanzas, las tarjetas de crédito de grandes almacenes, los grupos de ahorro, los usureros, los bancos y las casas de empeño, los dos últimos particularmente en la Ciudad de México.

“(Los créditos) son un timo; uno acaba pagando mucho más.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, CIUDAD DE MÉXICO

“Todo lo que es un préstamo o un crédito es un fraude; por ese motivo ni me acerco a ellos.”

- HOMBRE SIN ACCESO FINANCIERO, ACCESO FINANCIERO,

“Es como ser adicto a los créditos. Es mejor vivir dentro de las posibilidades de uno mismo. Imagínese endeudarse uno sin saber si va a poder pagar o no.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, ZACATECAS

Dadas estas percepciones negativas, solicitar un préstamo ya sea para iniciar o capitalizar su negocio, no constituía una prioridad para ninguno de los participantes. Muchos de ellos iniciaron sus negocios con sus propios ahorros o la indemnización tras haber sido despedidos de sus empleos o con la ayuda de la familia (en especie o en efectivo). Tan solo aquellos que no tenían otras posibilidades optaron por obtener un préstamo para iniciar un negocio.

“Por eso hicimos todo lo posible para obtener un préstamo y quedarnos a cargo del negocio. No teníamos ningún otro lugar a donde ir.”

- MUJER CON ACCESO FINANCIERO, ZACATECAS

“Utilicé el dinero de mi indemnización por despido.”

- MUJER SIN ACCESO FINANCIERO, CIUDAD DE MÉXICO

Panorama

A pesar de estos retos, los partidarios de la inclusión financiera en México ven una oportunidad para la industria de los servicios financieros. Los entrevistados de nuestra industria fueron casi unánimes al afirmar que existe una limitada oportunidad de un crecimiento adicional en el crédito grupal. **El futuro se halla en el crédito individual para la microempresa.**

Los resultados del análisis de la industria y la investigación de clientes indican claramente que el segmento del crédito a la microempresa es un mercado subestimado, que no es atendido de manera óptima por los proveedores de servicios financieros en la actualidad. Las limitadas oportunidades de crecimiento en el crédito grupal y la oportunidad de dirigirse a un nuevo segmento están siendo reconocidas por la mayor parte de los actores en la industria⁸. Existe entusiasmo e ímpetu para ofrecer un nuevo producto con un enfoque novedoso.

Hay aproximadamente 9 millones de unidades de negocio en México, de las cuales alrededor de 5 millones están registradas o tienen identificación tributaria. De los negocios registrados, la mayoría se definen como “micro” (basándose en el número de empleados, 0-10).

Women's World Banking estima⁹ que existe un mercado de aproximadamente 2 a 2,5 millones de microempresarios que no son atendidos por el crédito individual, en función del análisis y la capacidad de pago del negocio. Llegar a estos microempresarios con los productos adecuados ampliaría el mercado local de las microfinanzas y atendería las necesidades de los negocios de los microempresarios.



	Unidades	Supuestamente ya Atendidas	Potencial para Atenderlas aún	50% de Penetración de Mercado
Micro - registradas	4.897.141	20%	3.917.712	1.958.856
Micro - no registradas	3.466.796	70%	1.040.038	520.019
Oportunidad de mercado total				2.478.875

Fuente: IABM, NEGI, Censos Economicos 2009

⁸ Entrevistas a fuentes

⁹ Las hipótesis incluyen:

- 20% de las microempresas registradas ya están siendo atendidas
- 70% de las microempresas no registradas ya están siendo atendidas
- 50% del mercado potencial con posibilidad de penetración

El Camino hacia el Futuro

Quedando tan solo una limitada oportunidad de crecimiento en el modelo de crédito grupal, los proveedores de servicios financieros están recurriendo a ofrecer crédito a la microempresa, una trayectoria que estará influida en gran medida por el líder del mercado. Dado el estado actual del microcrédito en México, Women's World Banking considera que un endeudamiento excesivo en el mercado dará lugar a que los prestamistas adopten un enfoque más prudente al suministrar deuda. Habrá más probabilidades de que los minoristas adopten un mayor rigor al analizar el riesgo asociado con el crédito, para evitar múltiples préstamos y el incremento del riesgo de la cartera. Por último, mientras los dos burós de crédito, el Buró de Crédito y el Círculo de Crédito, intensifican su colaboración, el uso de la información del buró de crédito por parte de los proveedores de servicios financieros seguirá incrementándose.

En función de la extensa experiencia adquirida por Women's World Banking desarrollando productos financieros adecuados para cubrir las necesidades de los clientes de bajos ingresos, particularmente las mujeres, consideramos los tres elementos siguientes como esenciales para el éxito de un programa de crédito a la microempresa en México.

Apropiado Diseño de Productos

Antes que nada los productos deben adaptarse para atender las necesidades del segmento designado como meta, específicamente los microempresarios. Los tamaños, las tasas de interés y los términos de los préstamos deben adecuarse al flujo de caja del negocio y al análisis de los préstamos, así como tener en cuenta la economía de toda la unidad familiar. Los requisitos de garantía deben adaptarse a los activos existentes y se deben identificar claramente alternativas razonables para aquellas personas que requieren cierta flexibilidad.

Mercadeo y Educación Financiera Adecuados a las Necesidades

Para llegar a los microempresarios de manera efectiva, las instituciones deben incorporar la educación financiera en todas las estrategias de mercadeo y comunicación. Los beneficios y términos de los productos deben ser transparentes y articularse en un lenguaje que pueda ser comprendido por los clientes y sea adecuado para sus niveles de conocimientos financieros básicos. La inversión en educación financiera y la capacitación en administración del dinero produciría resultados a más largo plazo, incluyendo el desarrollo de la confianza en los proveedores de servicios financieros. Women's World Banking ha puesto a prueba varios enfoques para la educación financiera, que se describen en el informe, *From Access to Inclusion: Educating Clients*¹⁰.

Eficiente Modelo Operativo

Más allá del desarrollo y el mercadeo de un producto, el éxito del crédito a la microempresa requiere un compromiso a lo largo de toda la institución por parte del proveedor de servicios financieros. No solo deberá implementarse una sólida metodología de crédito individual, basada en el flujo de caja, sino que también deberá desarrollarse el análisis del riesgo crediticio a todos los niveles de la institución. Será necesario entrenar al personal para asegurar un adecuado análisis del crédito; la capacitación de campo debe basarse en claros procedimientos y una tecnología que apoye una eficiente recopilación de datos y toma de decisiones. La adaptación de los currículos de capacitación, los beneficios y la escala salarial al perfil de los agentes de crédito, y la definición de los incentivos (monetarios o no) incrementarán la retención del personal. Además, los sistemas de gestión del desempeño deberán adaptarse para optimizar la productividad del personal, su eficiencia y los controles de éste. El monitoreo de estos resultados permitirá a las instituciones evaluar la

¹⁰ <http://www.womensworldbanking.org/publications/access-inclusion-educating-clients/>

sostenibilidad y el potencial del enfoque hacia los microempresarios, y crear un sólido argumento para probar que dirigirse hacia ese segmento constituye un buen negocio. Women's World Banking está trabajando con instituciones microfinancieras en Oriente Medio y el sur de Asia para ajustar sus operaciones, canales de distribución, sistemas de información y mercadeo, a fin de adecuar mejor la masificación de un nuevo producto de crédito individual, enfocado hacia las mujeres.

Con la oportunidad identificada en este mercado y la experiencia de Women's World Banking en el desarrollo de productos de crédito individual para mujeres, percibimos un enorme potencial de crecimiento para el sector de los servicios financieros en México y de expansión del alcance hacia un segmento de mercado insuficientemente atendido, mediante el suministro de servicios financieros que cubran las necesidades de los clientes.



AGRADECIMIENTOS

Women's World Banking desearía expresar su agradecimiento por los inestimables aportes realizados por representantes de ABM, Afirme, Banco FAMSA, Banco Compartamos, Banco Forjadores, BanCoppel, Círculo de Crédito, COLCAMI, Condusef, CNBV, DAI, Financiera Independencia, Fincomún, Podemos Progresar, Pro Mujer, PRONAFIM, Solución Asea, Te Creemos, and Prodesarrollo. La investigación de mercado fue realizada por SIMO.

Asimismo deseamos agradecerle especialmente a la Unión de Instituciones Financieras Mexicanas, A.C. (UNIFIM, A. C.) por haber presentado a Women's World Banking a muchas de las instituciones anteriores. Su apoyo fue fundamental para completar este trabajo.



WOMENSWORLDBANKING.ORG

[@WOMENSWORLDBNKG](https://twitter.com/WOMENSWORLDBNKG)

FACEBOOK.COM/WOMENSWORLDBANKING

Copyright 2014 Women's World Banking

In partnership with

