



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

---

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES  
ARAGÓN**

**“LAS MICROFINANZAS EN MÉXICO  
¿CUÁL ES LA CLAVE DEL ÉXITO PARA UN  
MICROEMPRESARIO?”**

**TRABAJO PERIODÍSTICO  
Y COMUNICACIONAL  
(REPORTAJE ESCRITO)**

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:**

**LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y PERIODISMO**

**P R E S E N T A :**

**JOSÉ DANIEL GONZÁLEZ SILVA**

**ASESOR:**

**DR. JESÚS GUADALUPE GARCÍA BADILLO**



**NEZAHUALCÓYOTL. ESTADO DE MÉXICO. JUNIO 2015**

---



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

# Índice

<b>AGRADECIMIENTOS</b>	<b>3</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b>	<b>4</b>
<b>APARTADO I: UN SUEÑO HECHO REALIDAD, FINANCIAMIENTO A LOS POBRES</b>	<b>7</b>
ENTENDIENDO A LOS MICROCRÉDITOS	8
¿CÓMO SURGEN LAS MICROFINANZAS?	13
COMIENZA A HACERSE VIRAL	24
<b>APARTADO II: AMÉRICA LATINA, MÉXICO Y EL FIN DE LA POBREZA</b>	<b>31</b>
ARRIBO DEL MODELO A AMÉRICA LATINA	32
MÁS DE 20 AÑOS DE MICROFINANCIAMIENTO EN MÉXICO	41
<b>APARTADO III: DEL SUEÑO A LA REALIDAD ¿CUÁL ES LA CLAVE DEL ÉXITO PARA UN MICROEMPRESARIO?</b>	<b>52</b>
CAPACITANDO AL MICROEMPRESARIO	53
CULTURA Y EDUCACIÓN FINANCIERA	59
AHORRANDO PARA MEJORAR	66
LLEGANDO A LA META	69
<b>CONCLUSIONES</b>	<b>83</b>
<b>FUENTES DE CONSULTA</b>	<b>86</b>

# Agradecimientos

Quiero comenzar agradeciendo a mi familia, a mis hermanos, mamá y papá, muchas gracias **Isaac, Carolina, Cecilia, Teresa y José** sé que cuento con ustedes incondicionalmente, los amo.

**Teresa**, madre, amiga y sobre todo un pilar indispensable en mi vida, siempre agradeceré el tener a una madre como tú, no podría cambiar ninguna de tus enseñanzas, me siento afortunado por tenerte a mi lado, gracias por mostrarme que a pesar de todo lo adverso, siempre es posible salir adelante, te amo.

**José**, muchas gracias por haberme dado la oportunidad de salir adelante, de darnos a mis hermanos y a mí una educación, casa y la mejor lección de vida que he tenido.

**Isaac, Carolina, Cecilia**, son la mejor compañía con la que pude crecer, agradezco cada momento con ustedes, **Isaac** muchas gracias por ser una guía y un ejemplo a seguir; gracias por haber traído junto con **Trinidad** a la persona más querida de esta familia a **Maya. Carolina** muchas gracias por tantas enseñanzas de vida, por dejarme ver que la experiencia y la juventud siempre serán una gran combinación **Carolina más Gabriel. Cecilia** muchas gracias por dejarme ver que en la vida siempre hay tiempo para todo, que se le enfrenta con la mejor actitud y siempre una gran sonrisa.

No podría dejar de mencionar a mi compañero de vida, a mi mejor amigo y a la persona que me ha ayudado a ser un mejor ser humano, a trazarme día con día objetivos. Eres lo más importante en mi vida, gracias por compartir tu vida conmigo, te amo incondicionalmente **Arturo Tadeo**, este logro es de ambos, gracias infinitas.

Gracias **Rita y Manuel**, siempre me he sentido como en casa al estar con ustedes, **Rita** muchas gracias por ser la mejor abuela y una amiga excepcional, donde estés siempre te recuerdo.

También quiero agradecerte a ti **Mercedes y Álvaro. Mercedes**, gracias por haberme abierto las puertas de tu trabajo, lo cual hizo decidir qué quería estudiar desde muy chico, hiciste que me apasionara el mundo de los medios de comunicación. Tía sé que en donde estés recibirás mis agradecimientos ¡**Gracias! Álvaro**, eres mi otro hermano, gracias por permitirme crecer juntos.

Agradezco a mi otra casa, la **Universidad Nacional Autónoma de México** quien me formó y me hizo una mejor persona y un profesionalista, gracias **FES Aragón** por ser ese lugar donde pude iniciar y practicar todas mis ideas.

A mi asesor, **Doctor Badillo**, gracias porque en su momento creó en nuestro grupo una sana competencia por investigar y hacer cada día algo mejor que la semana pasada, siempre recordaré sus clases, muchas gracias por la asesoría.

Quiero dar gracias a mis amigos **Leslie, Diana, Montserrat, Abril, Norelis, Pedro, Gerardo, Sandro, Dalia, Verónica, Juan Carlos, Gabriel**. Gracias por escucharme y dejarme crecer a su lado, cada uno de ustedes forma parte de mi vida, sé que cuento con ustedes, los quiero.

**Georgina** muchas gracias por la invaluable amistad y ayuda que me brindas en cada momento, eres parte de este logro. **Claudia** gracias por estar al pendiente y presionándome a terminar este objetivo.

Agradezco a todos aquéllos que me dieron su apoyo para poder concluir con el reportaje. Gracias **Rafael, Gerardo, Mtro. Emilio, Hayde, Alfredo, Juan Carlos, Beatriz, doña Pola, Sra. Guadalupe, Sra. Gloria, Sra. Evelyn**.

# Introducción

Debido a mi formación académica en el ramo de la comunicación, me parece necesario enmarcar en este reportaje la situación económica que azota a gran parte de la población en nuestro país, puesto que es una herramienta que puede dar voz a las personas con carencias en su entorno.

En lo personal fue un reto volver a utilizar técnicas aprendidas durante mi formación escolar, ya que resulta importante perfeccionarlas y llevarlas a la práctica para futuros retos profesionales. Considero que este tipo de investigación resultará de gran ayuda a todos aquellos estudiantes de la carrera de Comunicación y Periodismo encontrando en el reportaje un instrumento para hablar de diversos temas de una manera directa, fácil y a su vez, oportuna.

A los lectores en general será de ayuda para conocer un tema importante, el cual podrá ser utilizado para consulta y tener a la mano información útil que sirva de vínculo en el sector microfinanciero del país.

Llevado de la mano de diversas fuentes de información vivas, de investigación y documentales, el reportaje **Las microfinanzas en México ¿cuál es la clave del éxito para un microempresario?** centra sus bases para describir desde varios puntos de vista la situación económica de los sectores más desprotegidos del país.

La elección del tema tuvo sus orígenes debido a la oportunidad de trabajar en el campo de capacitación de personal en el ramo microfinanciero, puesto que durante casi 4 años instruí a profesionales en el ramo en cómo colocar un crédito.

Durante varios meses recorrí distintos estados de la República, donde se percibe un ambiente de pobreza imperante. Esta experiencia me acercó emocionalmente a los sectores más alejados de las ciudades, involucrándome en el tema de la carencia y la

desigualdad social que existe en México. Mientras aprendía las características de mi nuevo trabajo paralelamente descubrí en mí una conciencia de la que hasta ese momento desconocía, incluso me hizo revalorar los esfuerzos y las oportunidades que mis padres me brindaron.

En este reportaje quiero exponer los momentos más relevantes del microfinanciamiento a nivel global, explicando cómo este mercado lleva muchas décadas en diversos países, donde cuentan con una metodología y tecnología más eficiente que en México. De igual manera me interesa dar a conocer a los lectores la forma en que llegó el microfinanciamiento a Latinoamérica, con esto se explica por qué en México la industria del microcrédito a pesar de llevar casi 3 décadas no ha evolucionado al mismo ritmo que en el resto del continente, donde cuentan con experiencias de casi 60 años.

En el presente documento se plantea al microfinanciamiento como un proyecto que ayude en conjunto con el Gobierno Federal y las empresas otorgantes de créditos, a ser un instrumento que sirva para erradicar la pobreza que impera en gran parte del territorio nacional. Por lo cual en el primer apartado: **Un sueño hecho realidad, financiamiento a los pobres**, se aborda de manera puntual cómo fue desarrollada esta metodología en Bangladesh, que a lo largo del tiempo ha tratado de resolver las desigualdades sociales que existen en todo el mundo.

En el segundo apartado: **América Latina, México y el fin de la pobreza**, explico el arribo del microcrédito a Latinoamérica, donde por diversas circunstancias de índole sociocultural fue rediseñada la metodología del microcrédito, con la finalidad de contar con un modelo que funja como factor de cambio en la cultura latina.

Posteriormente, se habla sobre la llegada del microcrédito a México y cuáles fueron las primeras instituciones que brindaron financiamientos para el sector más desprotegido de la sociedad: Los pobres.

En el tercer apartado: **Del sueño a la realidad ¿Cuál es la clave del éxito para un microempresario?** se habla del tema haciendo uso de entrevistas que permiten conocer el punto de vista de expertos en el sector, trabajadores de instituciones de microfinanciamiento y usuarias finales, dejando al descubierto cuáles son los elementos necesarios para materializar sus sueños y puedan convertirse en realidad.

Y como no todo es miel sobre hojuelas, también plantea los riesgos que conlleva solicitar un crédito, acotándolo en el aumento de microfinancieras en el país, ya que es de vital importancia que las instancias federales tomen cartas en el asunto, puesto que al tener una oferta tan amplia de estos servicios y sin contar con una educación financiera adecuada para la población objetivo, podría ser más costoso tener a un sector de la sociedad con una amplia gama de empresas otorgantes de crédito pero carentes de una formación financiera adecuada lo que causaría deudas en su entorno familiar.

A través de este trabajo se pretende crear consciencia respecto a una posible solución de la pobreza que arrasa con el país; no solo en el uso y otorgamiento de un crédito, sino también en la educación financiera, la capacitación y el ahorro, como temas clave para consolidar el proyecto del microcrédito en México.

# Apartado I: Un sueño hecho realidad, financiamiento a los pobres



Imagen de pobreza, bajada de <https://politicaynacion.wordpress.com/tag/pobreza/> acceso 26  
Febrero 2015



# Entendiendo a los Microcréditos

---

Antes de adentrarnos en el mundo de los microcréditos, debemos conocer términos que abordaremos durante este reportaje. Comencemos hablando del alcance, finalidad y objetivo de los servicios microfinancieros.



**Son servicios de préstamo orientados a la población con menores ingresos**

## **Servicios Microfinancieros**

No son montos pequeños, transacciones marginales ni productos de segunda, son servicios de calidad creados ex profeso a las particularidades de la población con menores ingresos, y que contemplarán los montos y periodicidad con la que pueden ahorrar, pagar sus créditos, así también consideran la situación geográfica, los usos y costumbres imperantes en las comunidades de la clientela, las necesidades en su ciclo de vida y las actividades productivas que realizan.

La característica principal es que funcionan con base en una metodología diferente que se distingue principalmente por la conformación de grupos solidarios y el uso de un aval social, así como la ausencia de garantías físicas o prendarias.

No obstante, la gran variedad de tipos de instituciones y figuras jurídicas que existían e incluso que operan actualmente, han conducido a que sea una práctica común denominar servicios microfinancieros a los creados por una institución financiera regulada (banca comercial), simplemente reduciendo los montos.

Los servicios microfinancieros son más que un simple microcrédito (aunque sea el más utilizado y el más ofrecido por las instituciones de microfinanzas IMF), constituye solo una de las modalidades del microfinanciamiento que se ofrecen al sector de la población de menores ingresos. Además de este grupo, los servicios

financieros incluyen el ahorro, seguros, pagos de remesas y de servicios. Adicionalmente, algunas IMF ofrecen servicios no financieros que a continuación se enlistan:

### **Ahorro**

El ahorro es el componente básico de las microfinanzas porque los usuarios de estos servicios prefieren ahorrar. Todos queremos tener una protección para emergencias y nadie quiere tener deudas. Además es el elemento más incluyente, tiene un enorme potencial educativo y organizativo por lo que puede convertirse en una fuente de fondeo importante que da a las IMF independencia en su toma de decisiones, sustentabilidad financiera y mayores índices de recuperación.

La experiencia reciente demuestra que los pobres pueden ahorrar, pero frecuentemente se ven obligados a efectuarlo en modalidades no monetarias (como la producción de traspatio o la compra de artículos electrodomésticos que pueden venderse o empeñarse en caso de urgencia), monetarias, pero fuera del sistema financiero (como los guardadinerero, las tandas o préstamos a familiares y amigos).

Los pobres tienen más necesidad de servicios de ahorro que de crédito, no solo porque estos últimos existen desde hace tiempo o porque hay diversas formas similares de éste, sino porque ellos quieren, pueden y necesitan ahorrar y lo hacen siempre que tienen a su alcance instituciones e instrumentos apropiados a sus posibilidades.

Este servicio es considerado para formar un patrimonio individual y/o familiar; hay diferentes modalidades, se ha tomado como un elemento estratégico para el financiamiento, es una condicionante y garantía a la vez, en otros es una alternativa para disponer de un dinero en efectivo a futuro para necesidades emergentes.

## Microfinanciamiento



Clienta CrediComún Playa del Carmen recibiendo crédito Foto: J. Daniel González Silva, Mayo 2012

El microfinanciamiento incluye el microcrédito, pero es más amplio que éste porque considera otros tipos de préstamos no necesariamente vinculados con proyectos productivos sino con las necesidades de los clientes (personales, escolares, emergencias, enfermedades, liquidar deudas, adquirir electrodomésticos, ampliar o remodelar la vivienda).

Es decir, mientras el microcrédito solo presta para iniciar o reforzar una actividad económica (producción, comercialización o servicios), el microfinanciamiento otorga créditos para otras necesidades y, en algunas instituciones, incluso sin importar el destino que el solicitante declare o realmente le dé.

### **Instituciones Microfinancieras (IMF)**

Las figuras jurídicas existentes se pueden agrupar en cuatro tipos:

- 1) **Las formales (reguladas)**, las cuales son organizaciones auxiliares de crédito y sus actividades se centran en la intermediación financiera (captación de ahorro u otorgamiento de créditos)

- 2) **Las Semiformales (no reguladas)**, como las cajas de ahorro, las cajas solidarias, las sociedades cooperativas de consumo de servicios de ahorro y préstamo, y algunas sociedades anónimas, ninguna de las cuales es supervisada por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV).
- 3) **Las organizaciones sociales**, que realizan o promueven actividades de intermediación financiera, solo como un medio, ya que su finalidad es mejorar el nivel de vida de sus clientes mediante proyectos de combate a la pobreza y desarrollo económico, simplemente con fines altruistas.
- 4) **Las empresas sociales**, son organizaciones comunitarias que promueven el ahorro entre sus socios para financiar sus proyectos productivos.

### **Préstamos (crédito)**

Son cantidades pequeñas, que se incrementan de acuerdo a los plazos de pagos fijos. Los montos crecen escalonadamente conforme al cumplimiento de pago en cantidad y tiempo. Es una condición que el crédito se destine para actividades productivas, que generen ganancia, para que pueda retribuirse el capital y sus respectivos intereses. En este señalamiento es necesario tomar en consideración que para el caso de los países en desarrollo como México, pocas inversiones productivas son rentables debido a la escala de producción y las desventajas económicas, si la gente pobre paga sus deudas no es por las utilidades del crédito sino de otras actividades que realiza la unidad doméstica destacando en algunos casos las remesas de los emigrantes hacia los Estados Unidos y también por su cultura moral.

### **Capacitación y asistencia técnica**

La mayoría enfoca la capacitación para aprender cómo se maneja el crédito, pocas instituciones con dichos servicios apoyan las actividades productivas donde se invierte el crédito.

**Gestoría**

Algunas apoyan a grupos sociales a consolidarse como organización y les ayudan a buscar recursos financieros.

**Seguros**

Aunque no todas las microfinancieras brindan este servicio hay algunas que tienen incluido el seguro hacia las actividades financiadas, un ejemplo son los fondos de aseguramiento, en otros los seguros de vida; en ello poco se ha incursionado y es donde existe también un gran potencial de manejar microseguros sociales.

**Remesas**

Estas son manejadas por microfinancieras que siguiendo el ejemplo de Centroamérica, han visto el gran negocio de las casas de cambio y algunos bancos.

# ¿Cómo surgen las microfinanzas?

Durante las últimas tres décadas han surgido numerosas iniciativas procedentes de instituciones privadas sin fines de lucro y de diferentes



**La idea consistía en dar al microempresario una imagen con la que fuera aceptado ante los bancos.**

organismos internacionales, encaminadas a poner en marcha mecanismos de financiamiento para las personas de escasos recursos.

Los primeros programas modernos de microcréditos surgieron durante la década de los setenta. Al principio se trató de simples adaptaciones a técnicas utilizadas por la banca comercial. Estas primeras iniciativas funcionaban con fondos concesionales ofrecidos a las microempresas, sin ninguna pretensión de que fueran devueltos, y con una tasa de interés inexistente o cercana a cero. Dado el grave problema de falta de acceso a los recursos financieros por parte de los grandes sectores de la población, la prioridad era asegurar el acceso al crédito a quienes estaban al margen del sector formal. El objetivo fue que los microempresarios se adaptaran al sector financiero existente. La idea consistía en dar al cliente una imagen con la que fuera aceptado ante los bancos. De esta forma, tenía la oportunidad de obtener financiamiento más barato que la que normalmente estaba a su alcance: el financiamiento informal.

Los resultados de los primeros programas no fueron muy positivos, fundamentalmente por tres motivos:

- 1)** En primer lugar porque se basaban en fondos subsidiados, de manera que después de unos pocos años de actividad, cuando los beneficiarios se les acababan los fondos obtenidos por motivos de ineficiencia eran incapaces de reponerlos, terminaban en la descapitalización y quedaban de nuevo sujetos a la voluntad de los donantes.
- 2)** El segundo problema con el que se enfrentaban, eran los elevadísimos costos de transacción en los que incurrían, debido precisamente a las características de la clientela. Así por ejemplo los procedimientos para estudiar y aprobar los nuevos créditos eran muy complicados, poco ágiles y demasiado burocratizados.
- 3)** Por último el tercer problema que tuvieron fue su especialización en la concesión de créditos, dejando de lado la oferta de servicios de ahorro.

Fuente: *Microfinanciamiento y pobreza*, Zapata Martelo, Emma



Imagen bajada de  
<http://revistadelconsumidor.gob.mx>  
acceso 8 Nov.2014

Estos programas consideraban que los pobres nunca demandarían tales servicios, dado que ellos no podían ahorrar, motivo por el cual nunca ofrecieron depósitos de ahorro. Todas estas circunstancias dieron lugar a una elevada morosidad y a la rápida descapitalización de las instituciones.

Durante la década de los ochenta surgieron ciertas organizaciones donde el principal problema no era que los microempresarios se adaptaran al sistema financiero existente, sino más bien lo contrario: que el sistema financiero se adaptara a las necesidades de estos individuos.

Habiendo aprendido de los errores de los programas tradicionales, se puso de manifiesto la necesidad de simplificar las operaciones para que los costos fueran proporcionales al reducido tamaño de los créditos. Al mismo tiempo, estas nuevas instituciones se dieron cuenta de que las personas a quienes iban dirigidos los microcréditos sí estaban dispuestas a pagar tasas de interés que cubrieran los costos más altos. Más aún, los prestatarios podían y deseaban pagar tasas superiores a las del mercado, con el fin de poder tener acceso a un recurso que les estaba limitado: *los recursos financieros*.

La experiencia exitosa de instituciones como el Grameen Bank de Bangladesh, el banco Rakyat de Indonesia o Action International en América Latina, demostraron la viabilidad económica y financiera de los programas de microcréditos. En definitiva, se trató de nuevos mecanismos de financiamiento que, sobre bases comerciales, utilizaron técnicas innovadoras no basadas en los mecanismo de la banca tradicional.

En 1976 se creó el Grameen Bank, o el banco de la Aldea; a Muhammad Yunus podemos considerarlo desde ese momento como el principal precursor del modelo a nivel mundial, claro está que cada región del mundo adoptaría posteriormente sus propias técnicas y metodologías.



Imagen Muhammad Yunus, precursor del microfinanciamiento bajada de [http://www.avizora.com/publicaciones/biografias/textos/textos\\_y/0002\\_yunus\\_mohammed.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/biografias/textos/textos_y/0002_yunus_mohammed.htm) acceso 8 Nov. 2014

El Grameen Bank tuvo sus orígenes cuando el Doctor en Economía Muhammad Yunus profesor de la universidad de Chittagong en Bangladesh, estableció un proyecto de investigación, con el que experimentó estructuras organizacionales y procedimientos de préstamo para los pobres. Ante los resultados del proyecto, este se convirtió en banco en el año de 1983. El Grameen Bank (GB) es ahora un banco privado, que a través de un innovador sistema de financiamiento provee de microcréditos a los más pobres, generalmente mujeres, de hogares agrícolas que tienen menos de un acre de tierra.

Una característica del crédito otorgado por el Grameen Bank es la orientación hacia una población objetivo “los pobres de entre los más pobres”, orientados exclusivamente en zonas rurales. Alrededor de 95% de los clientes son mujeres, las que representan cerca del 70% de los ahorros movilizados, que a su vez reciben 80% del crédito desembolsado por la institución.

Los créditos han servido para promover el desarrollo social entre los clientes objetivo. En el caso de las mujeres, los créditos cumplen con una visión de dar poder (término conocido como “Empowerment”). De esta forma, los créditos permiten que mejore su estatus, disminuya la dependencia económica hacia los esposos, mejorar



sus hogares y los estándares nutricionales de sus hijos. Esto ayudó en el contexto de Bangladesh donde la población en su mayoría es Musulmana, lo cual en algunas interpretaciones da una condición muy baja a la mujer.

El método de crédito del GB dirigido a los pobres es efectivo porque se otorga solamente a aquellos que están dispuestos a llevar los costos de la formación de un grupo, capacitación y monitoreo de las actividades de cada miembro de este. El GB ofrece capacitación para las mujeres en sus juntas semanales en temas de salud maternal, nutrición y cuidado de niños. De esta forma, el esquema de desarrollo para el Grameen Bank logró alcanzar a un segmento de la población, lo que sirvió para promover un movimiento internacional hacia nuevos esquemas de combate a la pobreza.

## ¿Por qué es considerado un caso de éxito?

### Impacto y resultados del Banco

El Grameen Bank expandió sus actividades de manera rápida. De los aproximadamente 15,000 prestatarios que tenía el banco en 1980, estos se incrementaron a casi 100 mil en 1984, para luego alcanzar 911 mil miembros en 1991. Durante 1993, el banco atendió más de 1.8 millones de prestamistas, desembolsando 169 millones de dólares. En ese mismo año el GB contaba con 1,093 sucursales, cubriendo casi la mitad de las aldeas de Bangladesh.

Actualmente el Grameen Bank es la mayor institución financiera de Bangladesh, atiende a más de 2.3 millones de clientes, en más de la mitad del país.

### Estructura y población atendida por el Grameen Bank

<b>Número de Sucursales</b>	<b>1,118</b>
<b>Número de Aldeas</b>	<b>38,766</b>
<b>Número de Centros Comunes</b>	<b>66,352</b>
<b>Número de Miembros</b>	<b>2,357,153</b>
<b>Mujeres</b>	<b>2,232,905</b>
<b>Hombres</b>	<b>124,248</b>

Tabla Estructura y población atendida GB.  
<http://www.grameen.org>, acceso 2 Septiembre 2014

## **¿Cómo opera el sistema?**

### **Fuentes de financiamiento**

La movilización de ahorros es promovida junto con las actividades de crédito del GB, la gran parte de los fondos son obtenidos del Banco Central, en mercados de capital, y por organizaciones bilaterales y multilaterales. En ese sentido los capitales subsidiados y donaciones por parte de organismos e instituciones internacionales son de suma importancia para el desarrollo institucional del banco. A través de una mayor membresía y crédito el GB ha reducido su dependencia al subsidio de 23% en 1987 a 12% en 1993. De hecho en los últimos años ha mejorado su rentabilidad casi 55%. Es importante remarcar que 5 años de operación son los que necesita una sucursal para que obtenga beneficios.

El banco Grameen es una sociedad accionaria con una participación privada de un 90% y una aportación estatal del 10%. El consejo de dirección está compuesto por 13 miembros, tres de los cuales representan al gobierno y nueve a los accionistas privados, todos ellos clientes del banco. El presidente del consejo y superintendente del banco es el fundador de la institución.

### **Funcionamiento (metodología)**

La estructura del banco se encuentra descentralizada, así como coordinada y administrada en cada nivel de la estructura, una unidad del GB es establecida como un manager de campo y un número de trabajadores del mismo, cubriendo entre 15 y 22 aldeas. El encargado y los trabajadores empiezan visitando las comunidades para familiarizarse con el ambiente local en que están operando. Este sirve para identificar la clientela posible, así como para explicar a la población local el propósito, funciones y modo de operación del banco.



**Cientas CrediComún Grupo Comunal "las Reinas", Foto: J. Daniel González Silva, Febrero 2012**

Los grupos comienzan a formarse con cinco clientes posibles, miembros de diferentes familias que requieren del financiamiento. De entre ellos se selecciona a un presidente o representante del grupo. Este es observado por un mes por agentes del GB, para determinar su conformidad con las reglas.

En la primera etapa, solo dos miembros pueden recibir un préstamo, los primeros en recibirlo son los integrantes más necesitados del crédito. Los demás pueden ser elegibles solo si los dos primeros pagan el crédito principal más el interés sobre un periodo de cincuenta semanas.

Al final sobre el desempeño satisfactorio de los cuatro anteriores miembros, el presidente del grupo accede al préstamo. En este sentido, la responsabilidad colectiva sirve como colateral del préstamo. Así, el banco no requiere de garantías reales para los créditos que concede.

Todo cliente forma parte de un grupo que se responsabiliza solidariamente de los préstamos otorgados a los otros miembros del mismo, esta solidaridad tiene sus efectos prácticos en caso de incumplimiento, ya que muchas veces, los compañeros pactan entre sí formas de suplir la quiebra de un miembro en dificultad sin que el banco se vea implicado en el problema. Esto ayuda a entender la baja tasa de

incumplimiento de pago al banco (menor al 5%). El crédito es responsabilidad colectiva del grupo y es monitoreado a través de reuniones semanales con la presencia del trabajador de campo del GB.

En caso de que algún miembro del grupo se vea impedido para cumplir con el reembolso durante algunas semanas por motivos ajenos a su voluntad, el banco aplaza el pago hasta un mes, siempre y cuando los demás integrantes testifiquen la buena voluntad del cliente.

La organización de grupos primarios de 5 miembros, ha sido la piedra angular del sistema de captación del GB. Cada conjunto de entre 5 y 8 grupos constituye un centro comunal vinculado. Los centros comunales funcionan en instalaciones generalmente muy modestas, que sirven como punto de atención a los clientes del banco y lugar de reunión. El presidente de todos los grupos solidarios selecciona a un líder del centro para mantener a todos los miembros bajo una cadena jerárquica de supervisión.

## Cuestiones técnicas relativas al programa

Los créditos otorgados por el Grameen Bank tienen las siguientes condicionales:

- ✓ Pequeños montos de crédito (promedio \$85 USD).
- ✓ Créditos de corto plazo repagables en pagos semanales a lo largo de un año.
- ✓ La elegibilidad para un subsecuente préstamos depende sobre el repago del primer préstamo.
- ✓ El crédito se otorga sobre actividades individuales generadoras de rápido ingreso, en las cuales el cliente tiene habilidades previas (panadería, cultivos, reparaciones mecánicas, venta de ropa, artesanías).
- ✓ Cercana supervisión del crédito por el grupo, así como por el staff del banco.
- ✓ Remarcada disciplina sobre el crédito y sobre la responsabilidad colectiva.
- ✓ Salvaguardas especiales a través de ahorros obligatorios y voluntarios para minimizar el riesgo.
- ✓ Transparencia en todas las transacciones del banco, muchas de las cuales se llevan a cabo en los encuentros de los centros comunales.

**Gráfico 1, Cuestiones técnicas del programa Grameen Bank, *Microcréditos y pobreza de un sueño al nobel de la paz*, Lacalle Calderón Maricruz, elaborado por J. Daniel González Silva, 10 Octubre 2014**

Las características y principios sociales del programa desarrollado por el Grameen Bank se muestran en el siguiente gráfico:

### Características del programa

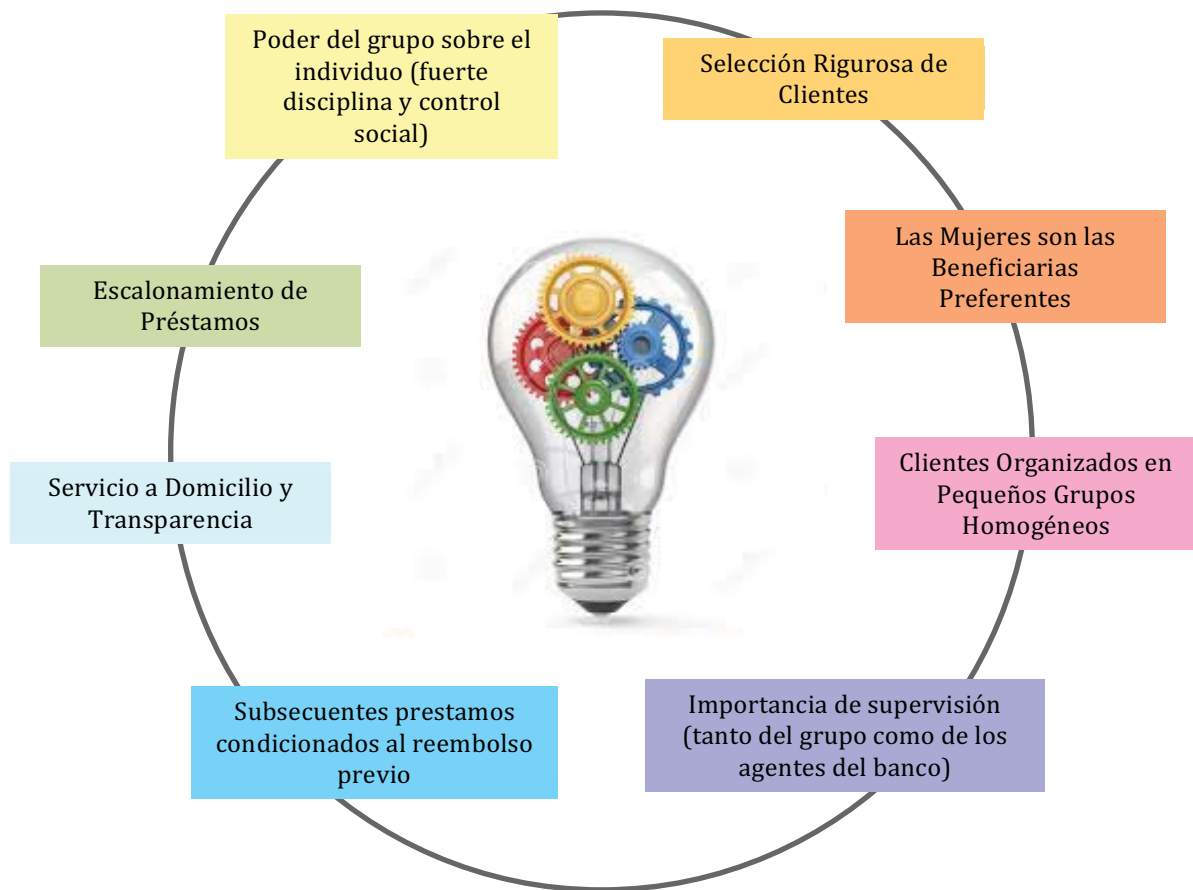


Gráfico 2, Características del programa Grameen Bank, elaborado por J. Daniel González Silva, 10 Octubre 2014

De igual manera el Grameen Bank, tiene un fuerte compromiso social con sus acreditadas por lo que contribuye a una educación complementaria en diversos temas como:

### **Educación complementaria**

#### **Compromiso**

Responsabilidad en una agenda social relativa a las necesidades básicas de los clientes para promover:

- a) La conciencia social y política de los grupos.
- b) Priorizar a las mujeres de las familias más pobres.

#### **Descentralización**

Separación de la estructura operativa y la cuidadosa formación personal a todos los niveles constituyen factores decisivos en la aplicación sistemática de la forma de trabajo del banco.

#### **Ampliación**

Incremento a la cartera para poder responder a otras necesidades:

- a) Crédito para la creación de letrinas.
- b) Créditos para infraestructuras relativas al agua potable y riego de las fincas.
- c) Crédito para agricultura de condimentos.

El banco promueve entre la población una filosofía cultural a través de centros comunales, dirigida a la educación de los hijos, la planificación familiar, la mejora de la vivienda, la educación sanitaria, la solidaridad colectiva y la participación en las actividades comunitarias.



# Comienza a hacerse viral

Los microcréditos se han convertido en un fenómeno dentro del mundo de la cooperación para el desarrollo, son una herramienta estratégica que permite el acceso a los recursos



**Los microcréditos son una herramienta estratégica que permite el acceso a los recursos financieros**

financieros y a una fuente regular de ingresos de millones de hombres y mujeres que se encuentran sumidos en la pobreza en todos los rincones del mundo.

Durante los últimos diez años, desde la celebración de la primera cumbre Global del Microfinanciamiento, en 1997, los microcréditos han alcanzado cifras exponenciales en su crecimiento. Desde los 7.6 millones de clientes que recibían financiamiento a finales de 1997, la cifra alcanzó los cerca de 81.9 millones de clientes a finales del 2005 **cuadro 1** siendo la tasa de crecimiento media anual durante esta década cercana al 25 por ciento.

**Cuadro 1 Crecimiento mundial de los microcréditos**

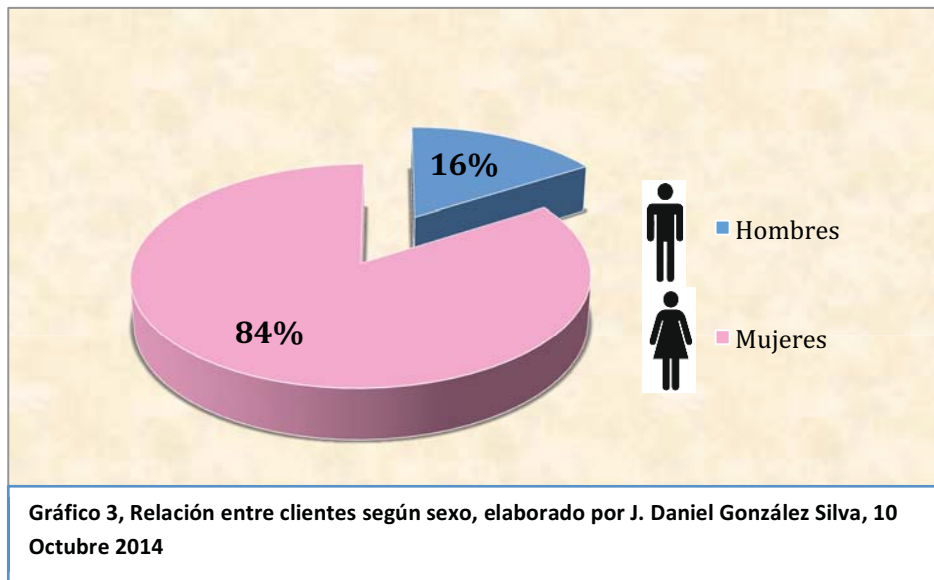
Año	No. De Instituciones	No. de clientes servidos	No. de clientes <más pobres> servidos	Tasa de Crecimiento
1997	618	13,478,797	7,600,000	
1998	925	20,938,899	12,221,916	37.82%
1999	1,065	23,555,689	13,779,872	11.31%
2000	1,567	30,681,107	19,327,451	28.09%
2001	2,186	54,932,235	26,878,332	28.09%
2002	2,572	67,606,080	41,594,778	35.38%
2003	2,931	80,868,343	54,785,433	24.08%
2004	3,164	92,270,289	66,614,871	17.76%
2005	3,133	113,261,390	81,949,036	18.71%

Fuente: Informe sobre la Campaña de la Cumbre Global del Microcrédito, 2006

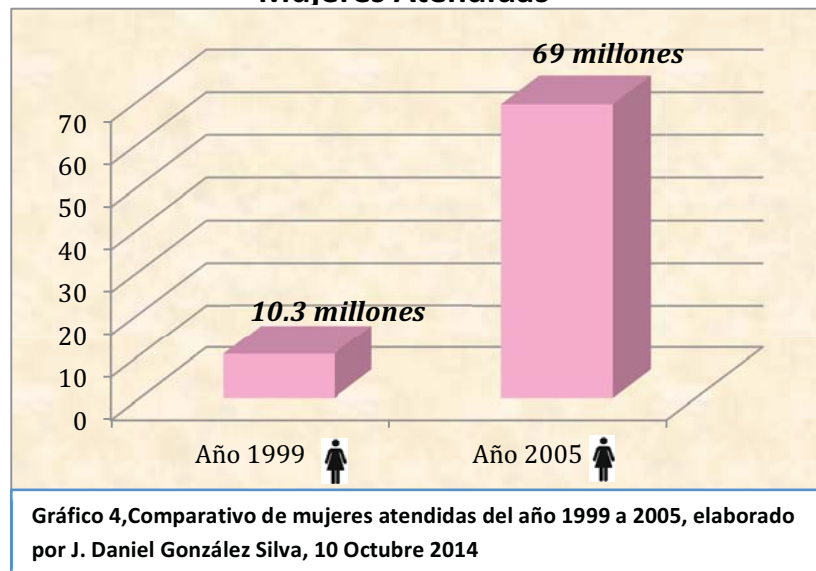
Si supiéramos que el tamaño medio de estas familias es de cinco miembros, significaría que los microcréditos están alcanzando y mejorando las condiciones de vida de 410 millones de personas en todo el mundo.

Según los últimos datos de la Cumbre Mundial del Microcrédito, de los 81.9 millones de clientes que durante el año del 2005 estaban recibiendo microcréditos, el 84.2%, es decir 69 millones, son mujeres. Durante estos años el crecimiento en el número de mujeres pobres beneficiarias pasó de 10.3 millones en 1999 a 69 millones a finales del 2005.

### Cientes



### Mujeres Atendidas

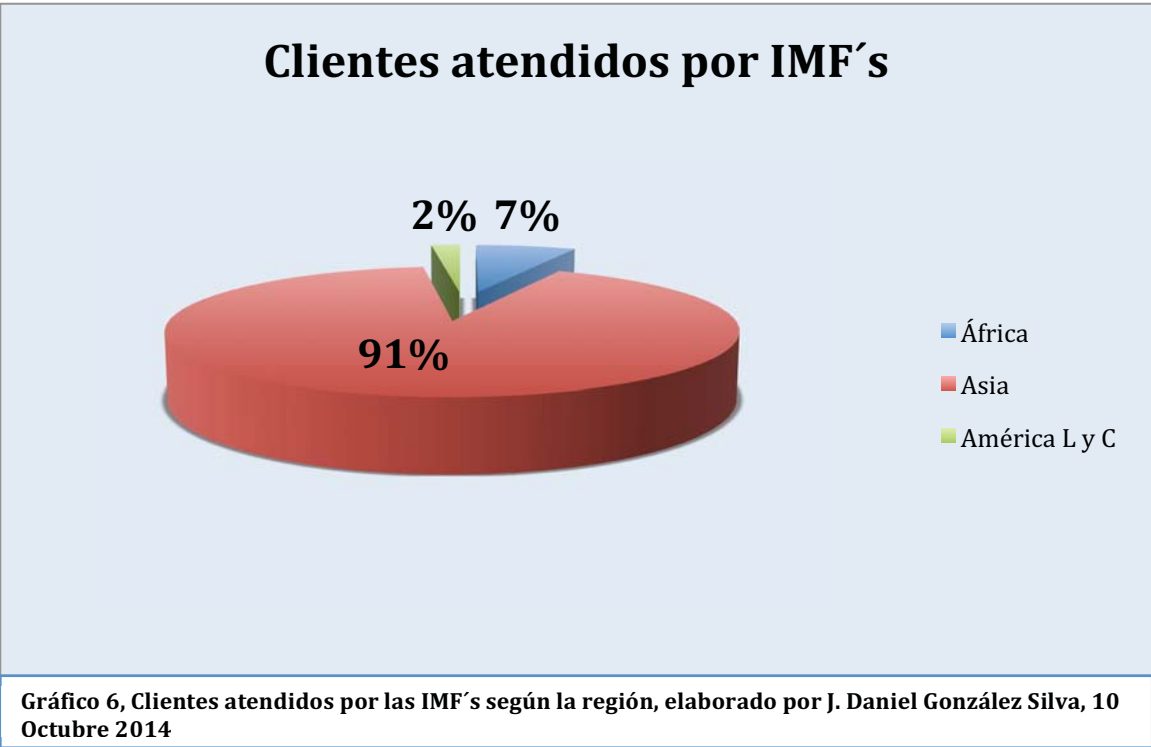
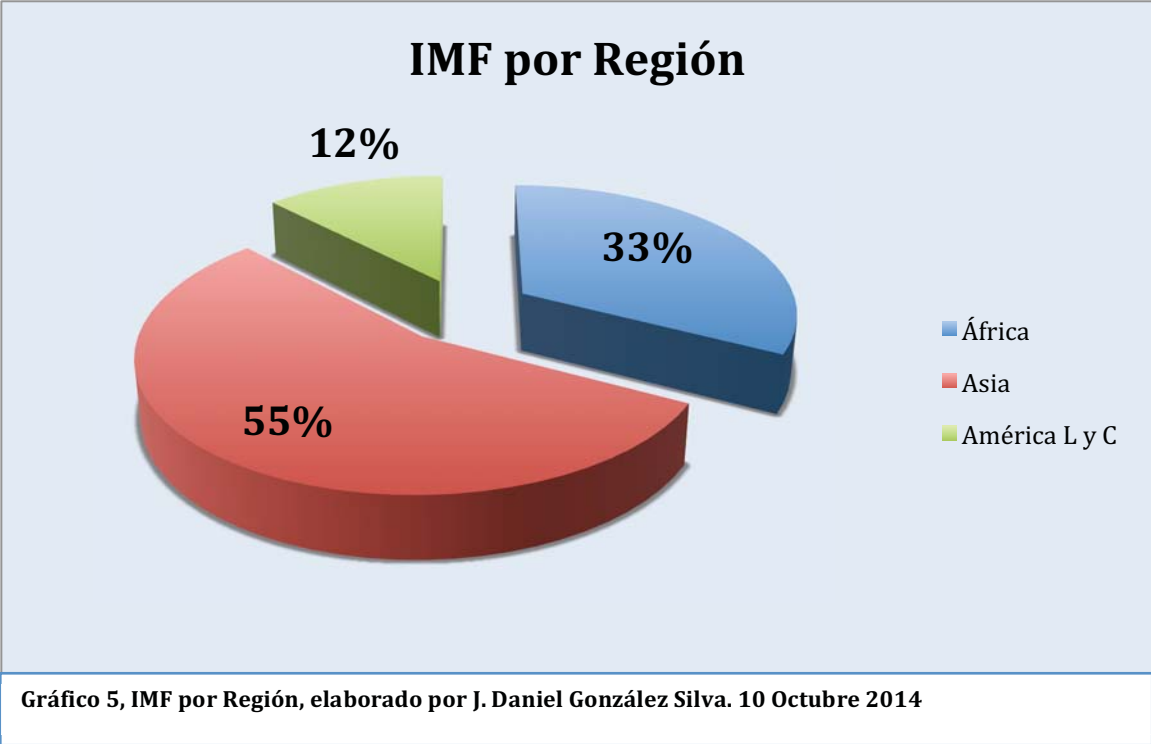


Analizando el crecimiento de los créditos a nivel regional, podremos observar grandes diferencias en las tasas de cobertura entre una región y otra. Concretamente se puede observar en el **cuadro 2** y en los **gráficos 5 y 6**, que las 3,133 instituciones de microfinanciamiento existentes en el año 2005, 1652 (el 55%) se encuentran localizadas operando en el continente asiático. Estas instituciones alcanzan a 74.3 millones de los clientes servidos, es decir, al 90.7% del total de clientes de microcréditos que existen en el mundo. Mientras tanto, las 959 IMF que existen en África tan solo alcanzan al 6.6% de estos clientes y en América Latina al 2.1% de los mismos.

### **Cuadro 2 Microcréditos por Regiones**

<b>Región</b>	<b>No. de Instituciones</b>	<b>No. de clientes servidos</b>		<b>No. de clientes servidos &lt;más pobres&gt; servidos</b>	
		<b>Clientes</b>	<b>%</b>	<b>No. Total</b>	<b>%</b>
África	959	7,429,730	6.6%	5,380,680	6.6%
Asia	1,652	96,689,252	85.4%	74,330,516	90.7%
Latinoamérica y el Caribe	439	4,409,093	3.9%	1,760,405	2.1%
Oriente medio y África del Norte	30	1,287,318	1.1%	387,951	0.5%
<b>Total del mundo en desarrollo</b>	<b>3,080</b>	<b>109,815,393</b>	<b>97%</b>	<b>81,859,552</b>	<b>99.9%</b>
Norteamérica y Europa Oc.	35	55,707	0%	13,318	0%
Europa Oriental y Asia C.	18	3,390,290	3%	76,166	0.1%
<b>Total del mundo desarrollado</b>	<b>53</b>	<b>3,445,997</b>	<b>3%</b>	<b>89,484</b>	<b>0.1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3,133</b>	<b>113,261,390</b>	<b>100%</b>	<b>81,949,036</b>	<b>100%</b>

Fuente: Informe sobre la Campaña de la Cumbre Global del Microcrédito, 2006



Fuente: Informe sobre la Campaña de la Cumbre Global del Microcrédito, 2006

Por último, si en cada región del mundo consideramos el número total de personas pobres que viven con menos de un dólar al día y el número total de esas personas que están siendo alcanzadas por los microcréditos, se puede calcular la tasa de cobertura, que se define como el cociente entre estos dos indicadores, tal como se muestra en el **cuadro 3**.

**Cuadro 3 Tasa de cobertura de los microcréditos por regiones**

<b>Región</b>	<b>No. de familias muy pobres (en millones)</b>	<b>Alcance de los microcréditos (en millones de dólares )</b>	<b>Tasa de cobertura (%)</b>
<b>África y oriente medio</b>	61.5	5.8	9.4%
<b>Asia</b>	157.8	74.3	47.1%
<b>Latinoamérica y el C.</b>	12.1	1.8	14.9%
<b>Europa y Norteamérica</b>	3.5	0.8	2.3%

Fuente: Informe sobre la Campaña de la Cumbre Global del Microcrédito, 2006

## Cumbre Global del Microcrédito: metas conseguidas y nuevos compromisos

En febrero de 1997, más de 2,900 delegados de 137 países se reunieron en Washington DC, para celebrar la primera Cumbre Global del Microcrédito. Fue una cumbre organizada por la sociedad civil con un fuerte compromiso en la lucha contra la pobreza a través de microcrédito para el autoempleo y otros servicios microfinancieros. Durante dicha reunión se suscribió la siguiente declaración de compromiso:

*Nuestro propósito como asamblea es lanzar una campaña global para llevar el crédito para el autoempleo y otros servicios financieros y comerciales a 100 millones de las familias más pobres del mundo, especialmente a las mujeres, para el año 2005. Nos comprometemos al desarrollo de instituciones sustentables que ayuden a las mujeres pobres y a sus familias a salir de la pobreza con dignidad. (Declaración de Apoyo de la Cumbre de Microcrédito, 1997).*



**Mercado Municipal San Martín Texmelucan, Puebla, México, Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014**

Años después durante la Cumbre del Microcrédito, celebrada en Halifax en noviembre del 2006, Sam Daley-Harris, director de la cumbre, reconoció públicamente lo siguiente:

*Si bien es cierto que a finales del 2005 no se había conseguido la meta de alcanzar a 100 millones de las familias más pobres del mundo, podemos estar orgullosos de haberlo conseguido unos meses después. Durante el año 2006. (Sam Daley-Harris, durante la ceremonia de inauguración de la Cumbre del Microcrédito 2006).*

Basándose en el logro de las metas anteriores, durante la Cumbre 2006 en Halifax, se establecieron dos nuevas metas:

### **1ª. Meta**

*Asegurar que 175 millones familias pobres del mundo, especialmente las mujeres, estén recibiendo microcréditos para el autoempleo y otros servicios empresariales y de negocios para finales del 2015. El alcance de esta meta, supone que, 875 millones de miembros de las familias tendrán acceso a servicios financieros y empresariales (todo ello teniendo en cuenta que el tamaño de la familia sea de cinco miembros).*



**Comerciante Mercado Municipal San Martín  
Texmelucan, Puebla, México, Foto: J. Daniel González  
Silva, 24 Octubre 2014**

### **2ª. Meta**

*Asegurar que 100 millones de esas familias superen el umbral de la pobreza (un dólar diario ajustado a la paridad del poder adquisitivo) para el 2015. Esta segunda meta, aunque más difícil de cumplir, es definitivamente la más importante en relación con las Metas de Desarrollo del Milenio ya que, manteniendo el tamaño familiar de 5 miembros, esta meta supone que, para 2015, 500 millones de personas que actualmente se encuentran sumidas en la pobreza extrema, alcanzándose así la Primera Meta de Desarrollo del Milenio de reducir a la mitad la pobreza absoluta en el mundo.*

# Apartado II: América Latina, México y el fin de la pobreza



Imagen América Latina bajada de [www.adhilacbrasil.org/Imagens/Logo.jpg](http://www.adhilacbrasil.org/Imagens/Logo.jpg) acceso 26  
Febrero 2015



# Arribo del modelo a América Latina

---

El desarrollo de las Microfinanzas en América Latina es parte de la historia de servicios financieros. Los académicos señalan las operaciones mercantiles de los templarios como la primera institución bancaria.



**Los académicos señalan las operaciones mercantiles de los templarios como la primera institución bancaria.**

En respuesta a las necesidades de clientes particulares acaudalados y de importantes clientes institucionales, los templarios ofrecían un abanico de servicios financieros, entre los que incluían seguros, transferencias, cambio de divisas, préstamos, ahorros e hipotecas y así sentaron las bases de la banca moderna. Este movimiento a lo largo de los siglos fue “exportado” a América Latina con distintos grados de éxito y, en algunos lugares, dio paso a la formación de sólidas instituciones financieras, que atienden las necesidades de la población de menores ingresos.



Imagen Sucursal Banamex bajada de [www.banamex.com](http://www.banamex.com) acceso 10 Noviembre 2014

A mediados del siglo XX, los gobiernos de los países desarrollados y los organismos internacionales para el desarrollo de todo el mundo comenzaron a implementar iniciativas de gran escala destinadas a conceder crédito a la población de ingreso bajo en lugares rurales.

A partir de 1972 y hasta 1979, *Projeto Uno*, en Recife, Brasil, comenzó a ofrecer préstamos de capital de trabajo a microempresas con la consigna de que un proceso ágil de aprobación y desembolso de los préstamos era más importante para estos

clientes que la tasa de interés. Proyecto Uno también introdujo la idea de incluir oficiales de crédito jóvenes y proactivos, que forjaban relaciones personales con los clientes y eran responsables de todos los aspectos del ciclo del préstamo, desde concesión hasta la recuperación.

De igual manera entre otros precursores de la industria microfinanciera en América Latina, cabe citar un fondo de préstamos destinados a los *tricicleros* en República Dominicana (hombres que utilizaban grandes triciclos con cestos para la venta de mercancía), que fue la antesala de la creación del Banco Ademi en ese país; y de Fedecrédito, en El Salvador, una cooperativa que ofrecía préstamos a sus miembros, usando garantías colectivas e incentivos financieros a su personal en función de la recuperación de préstamos.

El movimiento femenino también contribuyó a impulsar el desarrollo de las Microfinanzas, especialmente en Asia y América Latina. En 1974, durante la preparación del Año Internacional de la Mujer, que sería en 1975, 100 mujeres se reunieron en Ghana para debatir sobre los temas que preocupaban. En esa oportunidad, insistieron que el acceso al crédito era su principal inquietud, por encima de la educación, la vivienda o la atención médica pues, según sostenían, al adquirir un crédito podrían mejorar sus ingresos y satisfacer otras necesidades.

En la conferencia de las Naciones Unidas sobre las Mujeres, realizada en 1975 en la Ciudad de México, un grupo de diez mujeres comenzó a planificar la institución Women's World Banking, que posteriormente abrió filiales en todo el mundo, incluidas República Dominicana y Colombia.

En los años ochenta, las Microfinanzas evolucionaron más allá de la etapa experimental. Para ese entonces, Grameen durante su fase de crecimiento realizó una serie de aportes metodológicos importantes en este campo, tales como utilizar grupos de referencia como mecanismo para la selección de prestatarios y garantías; adaptar los importes y las condiciones de los préstamos a las necesidades

estacionales, promover la visión de un banco proactivo “que llega hasta la gente”, y utilizar el ahorro y el seguro como parte importante de la combinación de productos, que brinda protección al cliente en épocas de shock y crisis.

En América Latina, tras los primeros experimentos en Brasil y en otros países, siguió un periodo de esfuerzos concentrados y aprendizaje, fundamentalmente en Colombia y República Dominicana.

A finales de los ochenta Colombia fue precursora del modelo de instituciones de segundo piso para el financiamiento del crédito a microempresas. De acuerdo con este enfoque, el sector público volvió a participar no como minorista de crédito, sino como mayorista. Con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Colombia y otros países entre ellos El Salvador, Paraguay y Perú crearon programas destinados a canalizar fondos y asistencia técnica hacia bancos comerciales e instituciones de microfinanzas especializadas, con el fin de ayudarlos a incrementar el acceso al crédito para micro y pequeñas empresas.



Imagen mujeres microempresarias bajada de [www.radiouchile.cl](http://www.radiouchile.cl) acceso 11 Noviembre 2014

En los últimos 20 años las microfinanzas han pasado de ser un experimento en la región a convertirse en una empresa multimillonaria que lleva servicios bancarios a millones de personas. Si bien la industria ha crecido en todo el mundo, en América Latina sobresale por su integración al sistema financiero formal y por sus admirables indicadores de crecimiento, cobertura y rentabilidad.

El camino para llegar hasta este punto no ha sido fácil y la industria de las microfinanzas está lejos de alcanzar su apogeo en la región. De hecho enfrenta continuos retos, fundamentalmente llevar el servicio a las poblaciones desatendidas, mantener la rentabilidad en un contexto de creciente competencia y atraer más inversión privada.

En la mayoría de los países de la región, los formadores de políticas, los donantes y el público opinan que las instituciones de microfinanzas realizan un aporte importante al desarrollo financiero y socioeconómico. Más aún las entidades que financian emprendedores, tienen mucho que enseñar a la industria bancaria del mundo sobre cómo trabajar con un nuevo segmento de clientes y cómo gestionar los riesgos.

La industria de las microfinanzas en América Latina tiene algunas características que la diferencian de la actividad en Asia y África u otras economías en transición de Europa del Este. La mayoría de los precursores en esta región comenzaron siendo entidades privadas, sin fines



**Clientas Credicomún Atlacomulco, Estado de México, Foto: J. Daniel González Silva, Febrero 2012**

de lucro, con presencia en los mercados urbanos. Si bien la mayoría se preocuparon por el grupo poblacional de ingreso bajo, la característica distintiva de las Microfinanzas en América Latina no ha sido un enfoque exclusivo en los pobres, como sucede en muchas instituciones asiáticas y africanas, en Latinoamérica se ha hecho especial hincapié en prestar servicios a empresas sin suficiente acceso al mercado crediticio y al público no bancarizado en general.

### **Características del modelo latinoamericano**

Muchos sostienen que no existe un solo modelo latinoamericano de Microfinanzas. En realidad, existe una multiplicidad de modelos, enfoques y formas en que las instituciones responden a la demanda de servicios financieros de pequeña escala. Las diversas modalidades operativas tienen en cuenta las circunstancias de cada país o mercado, como el grado de desarrollo de los mercados financieros locales, las condiciones macroeconómicas, el marco regulatorio y el capital humano disponible.

### **Aspectos clave de las Microfinanzas en América Latina**

Un elemento clave que distingue a la industria microfinanciera en América Latina es su adaptabilidad y capacidad de respuesta a las demandas de los clientes, una mayor concentración en áreas urbanas y la diversidad de su clientela. Además, el mercado ha crecido entre el 30% y el 40% en los últimos cinco años, e incluso a tasas más altas en países como Brasil, Perú y México.



Cientas CrediComún Cuautla, Morelos, Foto: J Daniel González Silva, Marzo 2012

## Los clientes de las Microfinanzas en América Latina

La industria microfinanciera latinoamericana provee servicios de crédito a un amplio espectro de clientes y de ahorro a un sector aún mayor. Determinadas metodologías basadas en la homogeneidad de los prestatarios como el sistema de bancos comunales, no son tan frecuentes en América Latina como en otras regiones. Aunque revisten importancia en las áreas rurales, hay modelos exitosos como Compartamos en México y la red Finca en toda la región.



Las microfinanzas en la región no se centran exclusivamente en los pobres, si bien la mayoría de las instituciones en la región tuvieron orientación en un comienzo, la industria está más orientada a empresas con acceso insuficiente a los servicios financieros.

Un aspecto asociado con la diversidad de clientes, en términos de condición de pobreza, es la naturaleza más urbana y la menor orientación hacia la mujer que caracterizan a la industria en América Latina. Cabe mencionar que tres cuartas partes de la población mundial viven en zonas urbanas. La industria ha hecho grandes avances en las áreas rurales en los últimos años, pero sigue manteniendo un sesgo predominantemente urbano. En Asia, especialmente en los países con alta densidad de población rural, como Bangladesh e Indonesia, las microfinanzas comenzaron un fenómeno en el campo; hoy en día sigue imperando esa concepción, aunque también está cambiando.

Hay ejemplos a su vez de instituciones orientadas hacia la mujer en AL, entre las que se incluyen la financiera regulada Compartamos, algunas filiales de Women's World Banking y la red Pro Mujer. Las comparaciones entre regiones indican que las mujeres son apenas el 38% en AL, mientras que representan el 60% de la base de clientes de Asia y África. La razón de esta diferencia puede obedecer, en parte, a la mayor proporción de instituciones latinoamericanas que no están orientadas fundamentalmente a la mujer.

La situación económica en América Latina es relativamente mejor que en otras regiones y, por lo tanto, el tamaño promedio del préstamo es mayor. Sin embargo, cuando se le considera la relación con el PIB per cápita, los préstamos tienen un tamaño similar al de Asia. El tamaño del préstamo promedio suele utilizarse como barómetro de las características del cliente y de los prestamistas antes que en el alivio a la pobreza. Por lo tanto, no es sorprendente que se sepa poco sobre las características socioeconómicas de los clientes en la región. No obstante que algunas instituciones realizan investigaciones de mercado para identificar necesidades de los clientes y desarrollar nuevos productos, la mayor parte de esa indagación tiene un carácter privado.

Investigaciones indican que el grado en que las microfinanzas llegan a los pobres y a los grupos de riesgo bajo varía enormemente de un país a otro y en función del tipo de institución financiera. Las Organizaciones no Gubernamentales siguen concentrando sus carteras en el nivel más bajo del espectro microempresario. En los tres tipos de IMF que operan en la región (bancos, financieras y ONG) la mayor parte de los préstamos otorgados oscilan entre US\$1 y US\$800. Pero las ONG tienen una distribución más uniforme de los préstamos en términos de tamaño, con una mayor proporción en el rango entre US\$1 y US\$500, y una simetría mucho menor en el rango superior a US\$1,600.

Si se tiene en cuenta la cantidad de clientes a los que presta servicio, se comprueba que los bancos y las financieras especializadas ostentan una cuota mucho mayor del

mercado del microcrédito que las ONG. También generan una mayor cantidad de créditos de pequeña cuantía, lo que indica que tienen un papel muy importante en el nivel inferior del mercado microfinanciero en la actualidad.

Algunos observadores han criticado a las IMF de América Latina por su limitada cobertura en los sectores más necesitados, sostienen que está rezagada con respecto a Asia y África, en cuanto a la inserción de las poblaciones de ingreso bajo en el sector bancario. El problema es atribuible a la definición de la línea divisoria entre clases sociales, dado que los clientes del sector microfinanciero tienden a estar agrupados en torno a la misma (por encima y por debajo).

### **Experiencia latinoamericana.**

Muchos factores se conjugan en el éxito de la industria en América Latina, en su mayoría se trata de factores surgidos al interior de las instituciones que prestan servicios microfinancieros. Así, una de las primeras lecciones es que la capacidad interna de estas instituciones es suficiente para asegurar el éxito y el desarrollo. Las IMF con una buena gestión pueden sobreponerse a dificultades que presentan un entorno normativo desfavorable, a las condiciones económicas poco alentadoras e incluso competencia desleal.

Las empresas exitosas recurren a la innovación, la flexibilidad y el servicio al cliente para superar las barreras en el sector microempresario de ingreso bajo, que suelen limitar la penetración de productos bancarios estándar. Los detalles de estas lecciones generales, son las verdaderas razones de éxito de las IMF en América Latina.

A continuación se muestran los factores que contribuyen al éxito de las IMF, en la región:



**Factores externos:**

- Magnitud y concentración del sector microempresario y del sector que no tiene acceso a servicios bancarios.
- Condiciones macroeconómicas (especialmente, estabilidad de precios o niveles de inflación previsible, que permitan a las instituciones de Microfinanzas y a sus clientes soportar los ciclos económicos con mayor facilidad).
- Un entorno regulatorio favorable (que incluya una regulación/supervisión prudencial y sólida en términos generales, normas que posibiliten que las Microfinanzas sean rentables, y una participación limitada del gobierno en los préstamos minoristas).
- Niveles de competencia razonables (que ofrezcan incentivos para prestar mejor servicio a costos más bajos, sin llegar a ser predatorios).
- Contactos políticos (pueden ser útiles, pero no es un requisito obligatorio).

Gráfico 7, Factores externos del éxito de las IMF's, *El boom de las Microfinanzas; el modelo latinoamericano visto desde adentro*, Berger Marguerite. Elaborado por J. Daniel González Silva, 14 Noviembre 2014.

**Factores internos:**

- Una misión que haga hincapié en la cobertura del grupo de destino y en un sólido desempeño financiero.
- Conocimiento del mercado (de la demanda y la competencia)
- Productos (de depósito y de crédito) diseñados específicamente para las necesidades del mercado destino.
- Tecnología crediticia eficiente, que permita controlar el riesgo.
- Sistemas de gestión de información y controles internos sólidos.
- Liderazgo fuerte y visionario.
- Personal motivado con experiencia específica en Microfinanzas y sistemas de recursos humanos que premien el desempeño.
- Un gobierno corporativo que se caracterice por su transparencia, su responsabilidad y por ajustarse a la misión, además de establecer funciones claramente definidas para la administración y el directorio.
- Estructuras de propiedad que incluya inversionistas, pacientes del sector privado, que no dependan de donantes.
- Financiamiento proveniente de divisas fuentes( que comprendan recursos propios, depósitos y préstamos, no solo donaciones).

**Gráfico 8, Factores internos del éxito de las IMF's, *El boom de las Microfinanzas; el modelo latinoamericano visto desde adentro*, Berger Marguerite. Elaborado por J. Daniel González Silva, 14 Noviembre 2014.**

# Más de 20 años de microfinanciamiento en México

---

La economía mexicana y su sistema financiero han experimentado importantes transformaciones en los



**En la década de 1990 empezó un cambio estructural caracterizado por la privatización**

últimos quince años que traen como consecuencia una reestructura tanto del empleo como de los servicios financieros. En efecto, luego de una acelerada reducción en la tasa de crecimiento económico y una mayor volatilidad durante el periodo de 1976-1988, a principios de la década de 1990 empezó un cambio estructural caracterizado por la privatización, una mayor apertura al comercio internacional de bienes, servicios y capitales, y el saneamiento de las finanzas públicas. Dichos cambios trajeron consigo alteraciones en los precios relativos que generaron una reasignación de los recursos.

Durante la década de los noventa la participación del empleo en el sector manufacturero aumentó un 8% y en el sector de las comunicaciones incrementó un 5% dentro del producto interno bruto

Asociado a este proceso de cambio estructural, el sistema financiero también experimentó alteraciones. Además de privatizar el sistema bancario, el Estado eliminó una serie de restricciones que enfrentaban las entidades participantes de dicho sistema y que habían tenido por objeto asignar fondos a precios “módicos” para sectores que el Estado consideraba “estratégicos”. En este sentido, se eliminaron los controles a las tasas de interés y los cajones selectivos de crédito. A la par que esto sucedía, se intentó transformar a la banca de desarrollo en un conjunto de entidades que operarían en el segundo piso.



Clienta Efectivísimo, San Martín Texmelucan, Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014

Resulta difícil poner en duda los beneficios macroeconómicos que acarrió la liberación financiera, ya que existen indicios que sugieren que no hubo un cambio significativo en el acceso de las poblaciones de escasos recursos a los servicios bancarios.

En la medida que el sector productivo fue reaccionando al nuevo entorno económico

aumentó de manera considerable la demanda por fondos de los sectores empresariales más modernos y las familias más pudientes del país. A la par de estos aumentos en la demanda crediticia, el ahorro privado disminuía en razón de las expectativas favorables que había generado el nuevo rumbo económico.

Tomando en cuenta que la población más desprotegida demandaban fondos de bajo monto y carecían por lo general de garantías que pudieran ser notariadas a un bajo costo, los mismos podían resultar riesgosos y generar pocas utilidades. Dadas estas características, los incrementos en la demanda crediticia condujeron a un contexto poco propicio para observar aumentos significativos en la probabilidad de los sectores de bajos ingresos que ofrecía el sistema bancario.

Los sectores menos pudientes vieron descender sus posibilidades de alcanzar cuentas bancarias que pagaran tasas reales positivas. Inicialmente esto fue el resultado del proceso inflacionario que experimentó el país durante la década de los ochenta, pues éste condujo a una mayor rotación de las cuentas de ahorro y mermo aún más su valor. Dado que estas características tienden a elevar los costos medios

de ofrecer tales servicios, la banca disminuyó la rentabilidad de dichas cuentas e impuso montos mínimos para mantenerlas exentas de cargos diversos. Así pues, el entorno macroeconómico y las políticas bancarias condujeron a una situación donde el volumen y valor de las cuentas de ahorro decayó de manera significativa.

Todo parece indicar que en el caso particular del precio, la calidad y cantidad de los servicios bancarios, las bondades de las políticas económicas instrumentadas en el país no permearon entre la gran mayoría de la población.

Ante ello no es casual que a principios de la década de los noventa irrumpiera un conjunto de entidades no bancarias que buscaban tener por nicho de mercado a aquellos individuos y empresas que habían sido dejadas de lado por la banca comercial.

Al principio estuvieron abandonadas a su propia suerte, posteriormente el gobierno mexicano entendió que era necesario auspiciar dichas organizaciones como forma de neutralizar algunos efectos negativos que acarreaban las transformaciones económicas que ocurrían en el país. De este modo se crearon las sociedades de ahorro y préstamo y las sociedades financieras de objeto limitado (**SOFOL**) y a través de la banca de desarrollo se destinaron recursos públicos a las uniones de crédito. Sin embargo, debido al discurso político que había detrás de tales auspicios y a un marco regulatorio y supervisor con muchas imperfecciones, varias de esas entidades no bancarias ya no existen y la reputación de las pocas que hay, dificultaría su expansión.

## **FINANCIERA COMPARTAMOS (BANCO COMPARTAMOS)**

Es una de las primeras Microfinancieras de México creada en 1982, después en una primera etapa piloto (1990-1993) inicia con experiencias de crédito,

aplicando la metodología de “bancos comunales”. Y se consolida en un producto estandarizado denominado “generadoras de ingreso”. Se empieza a trabajar en el sureste de México principalmente en los estados de Chiapas y Oaxaca.



El resultado está en su autosuficiencia operativa y financiera, se logra que los ingresos obtenidos por los intereses cubran no solamente los costos operativos, sino también los costos financieros reales o imputados, incluyendo el subsidio de los fondos y el costo de la inflación. Después se consolida en una Sociedad Financiera de Objeto Limitado, se integra el capital privado al patrimonio de la sociedad, como fuente de solvencia, vigilancia y dirección; se accede a fuentes de financiamiento nacionales e internacionales. El impacto de esta microfinanciera se refleja al atender a más de 160,000 clientes en 15 estados con una cartera superior a los \$445,855,000 MXN. Esto la ha convertido en la empresa líder de las Instituciones de microfinanciamiento comercial y llega a comunidades rurales remotas, que carecen de acceso a los servicios financieros.

Compartamos intenta ser una empresa comprometida y con responsabilidad social orientada a llevar servicios financieros adecuados a la gente emprendedora que vive en condiciones desfavorables generando oportunidad desde crecimiento económico, personal y social.

## Productos ofrecidos por la Financiera Compartamos:

- **Producto Uno.**- Es dirigido a las mujeres que deben de estar organizadas en un grupo de por lo menos 15 integrantes, lo cual les permite tener una garantía solidaria. El monto de financiamiento es desde \$900 hasta \$14,000.
- **Producto Dos.**- Es dirigido a hombres y mujeres que deben de estar organizadas en un grupo de por lo menos 3 integrantes hasta un máximo de 8, lo cual les permite tener una garantía solidaria. El monto de financiamiento es desde dos mil hasta dieciséis mil pesos .
- **Producto Tres.**- Es un crédito individual dirigido para hombres y mujeres. El monto de financiamiento es desde siete mil quinientos hasta cincuenta mil pesos.
- **Producto Cuatro.**- Es un crédito paralelo, y para acceder a él debe de contarse con un crédito vigente; la garantía es un aval con un crédito activo en el mismo grupo; el monto del crédito va desde los \$600 hasta los \$4,200.

Con  
Tu Crédito **Mujer**  
impulsamos a mujeres  
emprendedoras  
como tú



Imagen Banner Banco Compartamos  
bajada de  
[www.compartamosbanco.com.mx](http://www.compartamosbanco.com.mx)  
acceso 11 Nov. 2014

La empresa emplea a más de 500 promotores y asesores de crédito, que viajan por las calles y comunidades construyendo la cartera y sirviendo a las necesidades financieras de sus clientes.

La metodología de crédito desarrollada es un claro ejemplo de la factibilidad de proveer servicios financieros en un nicho de mercado muy grande en el país, con un riesgo de crédito controlado, recuperación excepcional y una forma rentable y sostenible.



Imagen Banner Publicitario Banco Compartamos bajada de [www.compartamosbanco.com.mx](http://www.compartamosbanco.com.mx) acceso 11 Nov. 2014



## FINCA

En 1984 John Hatch economista y experto en desarrollo internacional, concibió un nuevo método para la prestación de asistencia a los pobres. Llamó a la idea "bancos comunales".



FINCA®

Imagen Logotipo Finca bajada de [www.finca.org](http://www.finca.org) acceso 16 Nov. 2014

Este enfoque dio a los pobres la oportunidad de obtener préstamos **sin garantía**, siendo el principal obstáculo para acceder al crédito.

Hatch tuvo que convencer a un grupo de oficiales de la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID por sus siglas en inglés) que su organismo podría pagar los primeros proyectos. Cabe destacar que a los funcionarios les gustó su idea innovadora y proporcionaron una subvención inicial de \$ 1 millón de dólares. Hatch y su socio peruano, Aquiles Lanoa, pusieron en marcha el programa en cinco áreas geográficas separadas y el plazo de cuatro semanas, que habían creado los fondos en 280 aldeas, ayudaron a 14.000 familias con préstamos por valor de \$ 630.000 dólares.



Imagen Página Finca Internacional bajada de [www.finca.org](http://www.finca.org) acceso 16 Nov. 2014

Su capacidad para lograr la sostenibilidad financiera permitió a FINCA hacer expansiones considerables entre los años 1980 y 1990 en América Latina, el Caribe, África y los Nuevos Estados Independientes de la antigua Unión Soviética. En 1995, entró en la antigua Unión Soviética, mediante el establecimiento de un programa de banca comunal en Kirguistán. En 1997, co-patrocinó la primera Cumbre de Microcrédito, con más de 2.000 responsables políticos, profesionales, y donantes discutiendo maneras de ampliar los programas de microcrédito. En la década del 2000, continuó su penetración en los nuevos Estados independientes mediante el establecimiento de nuevos programas en Asia Central. Sus programas más recientes se iniciaron en Afganistán, en 2004, y Jordania en 2007 - En abril de 2009, FINCA Kirguistán se convirtió en el segundo programa para superar la marca de 100 mil clientes.

## FINCOMÚN

FinComún, Servicios Financieros Comunitarios, S.A. de C.V. Unión de Crédito, es una institución financiera privada con vocación social, y goza de la autorización



Imagen Logotipo Fincomún bajada de [www.fincomun.com](http://www.fincomun.com) acceso 16 Nov. 2014

para operar en los términos de la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares del Crédito. Se puede decir que es la primera Unión de crédito que trabaja en el microfinanciamiento.

Tiene por objeto principal proveer servicios financieros a comunidades que no tienen acceso a este tipo de productos, como una vía para combatir las causas estructurales de la pobreza.

Inicia operaciones el 15 de septiembre de 1994 por iniciativa de la Fundación Juan Diego y abre su primera oficina de servicio en el barrio de San Miguel Teotongo, Iztapalapa, en la Ciudad de México.



Imagen Sucursal Fincomún bajada de [www.fincomun.com](http://www.fincomun.com) acceso 16 Nov. 2014

A partir de ese momento, la demanda creció, lo que permitió extender su radio de acción geográfica y aumentar rápidamente su número de sucursales y socios.

La filosofía parte del convencimiento que la eficiencia y rentabilidad

son atributos sustantivos de la acción empresarial y que ambas características no están reñidas con el desarrollo social y la oferta de satisfactores.

Se define a sí misma como una empresa con vocación social y que su tarea se establece como una respuesta imaginativa al reto de proporcionar, en forma rentable y eficiente, servicios financieros de ahorro y crédito a la economía popular.

La clave del éxito de una institución financiera con vocación social reside en su capacidad para servir a sus socios y abatir sus costos de intermediación. Para responder a ello, FinComún ha sido concebida como una organización flexible e innovadora, orientada al socio, austera en los gastos, simple en su estructura y eficientemente soportada por las nuevas tecnologías bancarias.

Los servicios para socios han sido diseñados de tal forma que sean eficientes en su funcionamiento, rentables en su operación, simples en su tramitación, fáciles en su manejo por parte del socio, accesibles en monto y condiciones para estos mercados, y eficaces para incrementar el ahorro y apoyar las actividades productivas de los microempresarios.

El crédito FinComún constituye una opción para que un microempresario obtenga un préstamo cuyo monto (desde 500 pesos), plazo y forma de pago se adecuan a las condiciones de este tipo de empresas. El otorgamiento de un crédito queda siempre sujeto a la viabilidad del proyecto para el que se solicita, al ritmo de recuperación de la inversión hecha mediante este, a la capacidad del beneficiario para comprometerse con su propio negocio y con la institución y al historial de la relación que, en su caso, el solicitante haya tenido con el propio FinComún.

# Apartado III:

## Del sueño a la realidad

### ¿Cuál es la clave del éxito para un microempresario?



Leopoldina Benítez, Pintora. Foto: J. Daniel González Silva 24 Octubre 2014

# Capacitando al microempresario

---

La capacitación está considerada como un proceso a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado, sistemático y organizado,



**Es un proceso a corto plazo el cual utiliza un procedimiento planeado.**

el personal de una empresa u organización, adquirirá los conocimientos y las habilidades técnicas necesarias para acrecentar su eficacia en el logro de las metas que se haya propuesto.

La capacitación se obtendrá sobre dos pilares fundamentales, por un lado el adiestramiento y conocimiento del propio oficio y por el otro, a través del bienestar por aquello que hace, esto es muy importante, porque jamás se podrá exigir ni pretender eficacia y eficiencia de parte de alguien que en definitiva no se encuentra satisfecho.

Existen dos tipos de capacitación, la inherente y la inducida. La primera se origina propiamente dentro del grupo, es el producto del intercambio de las experiencias o fruto de la creatividad de alguno de los integrantes que luego será transmitida al resto de sus compañeros. Y en el caso de la inducida, la enseñanza proviene de alguien ajeno, por ejemplo, los cursos.

Entre los principales objetivos que se buscan lograr a través de la capacitación se cuentan los siguientes: productividad, calidad, planeación de los recursos humanos, salud y seguridad, desarrollo personal, entre otros.

Conociendo un término ampliamente divulgado pero en ocasiones pocas veces aplicado debemos entender que en el sector de las microfinanzas es de vital importancia capacitar a los posibles clientes que obtendrán un crédito con el fin de

administrar el recurso otorgado y se pueda por consiguiente tener éxito en el negocio que emprende el microempresario.

Por consecuencia es necesario conocer el grado de capacitación que se le brinda a las acreditadas en las empresas de microfinanzas, por lo cual los expertos en el tema señalan que en México aún es muy poco aplicada y difundida esta cultura.

En entrevista con el Mtro. Emilio Illianes Díaz Rivera, director ejecutivo del Consorcio Latinoamericano para Capacitación en Microfinanciamiento (COLCAMI) señala la renuencia de las empresas en invertir en temas de capacitación, cursos y talleres para el público objetivo.

Por otro lado, comenta que COLCAMI trabaja arduamente para capacitar al personal de las IMF con la finalidad de contar con empleados altamente calificados en el otorgamiento de créditos. Al respecto señala: “queremos contribuir preparando a los ejecutivos de las microfinancieras para que realicen su labor de apoyo y asesoramiento a los microempresarios, y eso lo hacemos con distintos cursos”.



**Mtro. Emilio Illianes Díaz Rivera, director ejecutivo COLCAMI. Foto: J. Daniel González Silva , 4 nov. 2014**

Asimismo, deja en claro que COLCAMI realiza cursos y talleres para la formación de los posibles clientes; por lo cual, da asesorías y pláticas a la población objetivo, ya que considera que la cultura financiera y los conocimientos empresariales son esenciales para elevar la probabilidad de éxito. “Proporcionamos talleres y

seminarios en planes de negocios, administración, contabilidad y finanzas, mercadotecnia y ventas, cursos muy *ad hoc* para este mercado”.

Señala que las empresas los contratan mediante recursos brindados por el Gobierno; ya que hay microfinancieras interesadas en impartir estos cursos. Se desplazan a las comunidades donde tiene presencia la institución, y ya sea en salones de fiesta, o en las instalaciones de la empresa se dan los talleres. “La demanda aún es mínima, apenas se implementaron estos talleres en el 2013, antes no existían apoyos para estos programas”, añadió.



Lic. Gerardo López Castillo, Gte. Capacitación SMB Rural, Microfinanciera. Foto J. Daniel González Silva, 5 Nov. 2014

Para Gerardo López Castillo, gerente de Capacitación en SMB Rural Microfinanciera, el rubro de la capacitación hacia la clientela es un tema delicado puesto que llevará tiempo, mismo que en la mayoría de las ocasiones los ejecutivos no están dispuestos a esperar, y de igual manera comenta que el Gobierno pide a las IMF requisitos difíciles de cumplir.

Con respecto a la magnitud que tiene la capacitación, habla sobre la problemática imperante en el sector señalando que es

casi nula la posibilidad de la clientela para recibir una oportunidad de contar con asesoramiento adecuado. “El alcance es limitado, han habido muchos intentos **Compartamos** tenía el interés de capacitar en administración del dinero y temas de salud; tenía una revista, pero se fue descuidando y se centraron solamente en la capacitación al personal e informar como iba la empresa a la clientela”.



Hace falta aumentar esfuerzos de las partes involucradas tanto del sector Gobierno, como de las empresas. Para el ingeniero Alfredo García González, director general de Inspira Comunidad, las clientas no reciben una capacitación previa al otorgamiento del crédito. Se ha pensado en hacerlo, pero la realidad es que actualmente la operación de algunas empresas no lo permite. “Siendo claro, vemos como un gasto el que se pudiera llevar a cabo, pero quizás si valdría la pena porque el tener clientes con conocimiento nos llevaría a mejorar el sector y el propio mercado”.

Por lo tanto, se debe considerar la opinión de las clientas, ya que al no contar con un asesoramiento crediticio los expertos en capacitación señalan que es causante del mal uso del crédito, lo que contribuye a la cartera vencida de las instituciones.

En San Martín Texmelucan Puebla, la señora Guadalupe Cortés Limón (artesana) quien utiliza microcréditos desde hace 22 años con varias empresas, refiriéndonos específicamente al tema de capacitación y formación por parte de las distintas Instituciones, comentó: “No he

tenido esa suerte, el otra vez(sic) nos iban a dar un curso en **ConMás**, pero no llegué a la reunión, porque tengo mi negocio y se me hizo muy difícil poder asistir, trabajo de 8 a 5 de la tarde y ese día la junta de microempresarios fue a la una”.

Al igual que la señora Guadalupe, Gloria Sansón Aguilar comerciante en Santa María Moyotzingo en el estado de Puebla, menciona que en temas de capacitación, solo existe el hincapié de los asesores de crédito en hablar sobre la responsabilidad para



Ing. Alfredo García González, Director General Inspira Comunidad, Microfinanciera. Foto: J. Daniel González Silva 31 Oct. 2014

destinar su crédito en proyectos productivos, pero no se habla sobre una formación integral para ellas.



**Guadalupe Cortés Limón, Artesana. Foto. J. Daniel González Silva 24 Oct. 2014**

Sin lugar a dudas la capacitación de las instituciones de microfinanzas en el país hacia su clientela debería ser un tema importante, ya que permitiría especializar, orientar y gestionar los recursos de una manera mucho mas adecuada, con la finalidad de lograr relaciones productivas donde ambos actores resulten beneficiados.

Para Georgina Chávez de la Cruz, supervisora comercial de la microfinanciera Efectivísimo, asegura que sería de suma importancia contar con clientas cada vez

más preparadas en el sector para disminuir la cartera vencida de las IMF.

“La realidad es que no todas las microfinancieras se preocupan, lo consideran un gasto y el costo es muy elevado, debemos tomar en cuenta la cartera en mora, es obvio que representa un problema para las empresas la falta de capacitación hacia las clientas, no existe un ganar-ganar” Aseveró al ser entrevistada.

La capacitación a las clientas es un tema delicado el cual debe ser tratado con seriedad y compromiso, tal como lo señalan los expertos, ver las necesidades de las



**Georgina Chávez de la Cruz, Supervisora Comercial, Efectivísimo. Foto: J. Daniel González Silva, 28 Oct 2014**

acreditadas tomando en cuenta que dicha formación debe de ir acompañada de una cultura y educación financiera, no solo del sector microfinanciero del país, sino que debe ser una labor por parte de diversos organismos gubernamentales que le den a la población una mejor posibilidad de salir adelante, brindándoles conocimientos cada vez más especializados en el tema.

# Cultura y educación financiera

---

Diversos especialistas señalan que la educación financiera debería iniciarse desde los niveles de secundaria (aunque algunos países ya lo hacen



**La educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes.**

desde el nivel primario) con lo que se podrá tener conglomerados poblacionales, independientemente de sus posibilidades económicas, más preparados en temas financieros y poder acceder a todos y cada uno de los servicios ofrecidos por el Sistema Financiero Mexicano.

Educar en este terreno podrá dar el poder de decisión y disponibilidad de hacerse de recursos monetarios que habrán de ayudarles a crecer, tener mejor nivel de vida, diferenciar entre lo que es “comprar por comprar”, y lo que debiera ser consumir con conciencia de satisfacer una necesidad familiar.

Si por otro lado, llegáramos a transmitir educación financiera, podríamos lograr que los consumidores se conviertan en grandes compradores de bienes y servicios financieros a un costo inferior, y a su vez tener las bases que provean herramientas de cómo poder optimizar su presupuesto financiero familiar o personal. La educación financiera permitirá a los mexicanos aprender también, a elaborar presupuestos familiares, iniciar planes de ahorro, administrar sus deudas, y en su momento a tomar decisiones de inversión en forma estratégica.

En el campo de la educación financiera, deberán involucrarse a los gobernantes (de preferencia en los tres niveles de gobierno) y todo tendrá que hacerse sin fines de lucro; por el contrario buscando generar esa cultura financiera.

Al respecto Gerardo López Castillo, gerente de Capacitación en SMB Rural, explica que éste es un tema poco difundido, y tocado superficialmente por los actores que participan en el sector microfinanciero en el país.

“La legislación es importante, a la par los requerimientos de las propias fondeadoras gubernamentales deben tomar un papel protagonista, ya que al momento de bajar recursos para estas instituciones se les pide que un porcentaje de los recursos se destinen en capacitar a los clientes en cuestiones financieras, pero al auditar y ver que no se cumplen, solo emiten recomendaciones de lo que se debería de hacer”.

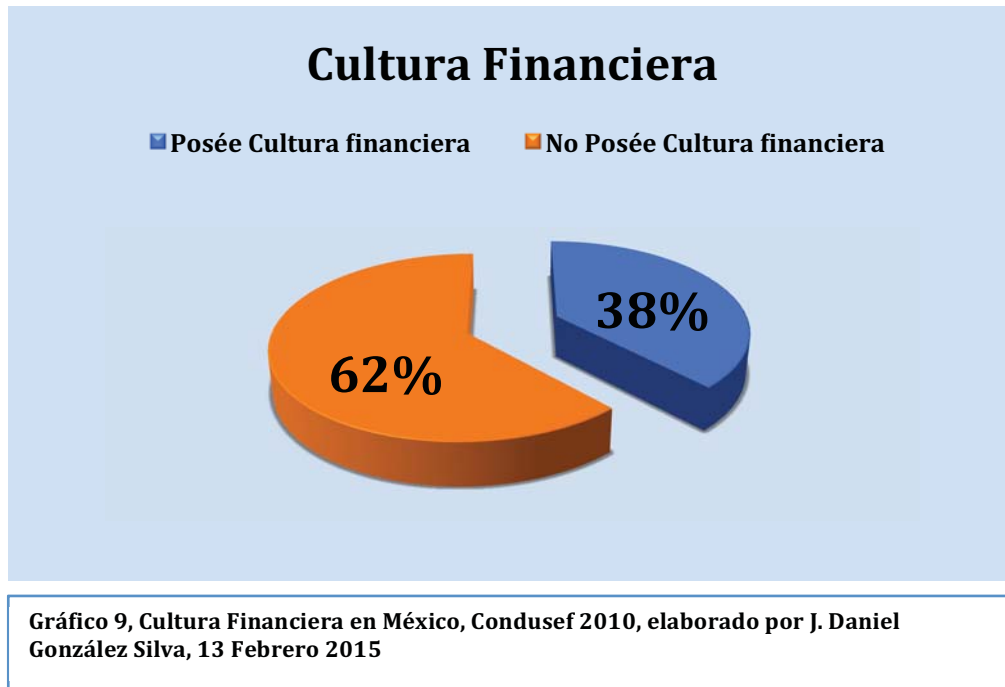
Al preguntar a Juan Carlos Espejel Amozor gerente de Efectivísimo en San Martín Texmelucan, sobre el tema, comenta que es casi nula, debido a que se ha pervertido el sector, “hay quien si se preocupa por la clientela y revisa su historial crediticio (Buró de crédito) pero hay otras empresas que les dan el financiamiento y no se preocupan en como van a pagar, mucho menos se inquietan en la Educación Financiera de sus clientes”.



Juan Carlos Espejel Amozor, Gerente SMT Efectivísimo. Foto: J. Daniel González Silva, 24 Oct. 2014

Para conocer el panorama actual del nivel de educación financiera en la población mexicana, es pertinente señalar las últimas cifras que presentaron instituciones como **Condusef**, **SHCP** y **SEP** durante el 3er. Encuentro de Educación Financiera Nacional. Entre las más importantes destacan:

**a) Nivel de cultura financiera.** De acuerdo a la **Condusef**, cerca de 62 de cada 100 mexicanos carece de Educación Financiera, lo cual se traduce en malos hábitos al momento de utilizar productos y servicios financieros; aunado el desconocimiento que existe de los derechos y obligaciones frente a las instituciones financieras.



**b) La cultura del ahorro.** En México hay 23.4 millones de mexicanos adultos que cuentan con un servicio financiero, pero tienen una deficiente educación financiera, según la Condusef, el 80% de las familias ahorran fuera del sistema financiero, o más bien, desconocen los beneficios que dan los instrumentos del sistema bancario y sociedades de inversión, lo cual refleja la carencia de la cultura financiera.

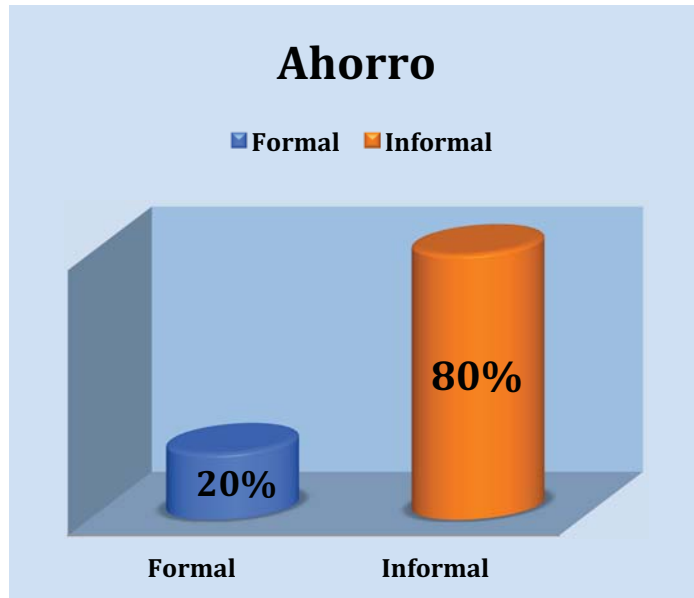


Gráfico 10, Ahorro formal e informal en México, elaborado por J. Daniel González Silva, 13 Feb. 2015

**c) Acceso a servicios financieros.** En octubre de 2010 la CNBV señaló que el 90% de la población tiene acceso a los servicios financieros pero únicamente el 60% los utiliza; y de este porcentaje, sólo el 49% conoce y sabe como emplear de forma correcta. En el informe de la institución se mencionó un ejemplo de contar con una mala educación financiera: que el total de usuarios de tarjeta de crédito (22 millones de personas), sólo 30% no genera intereses al banco; mientras que el 70% restante sí lo hace.

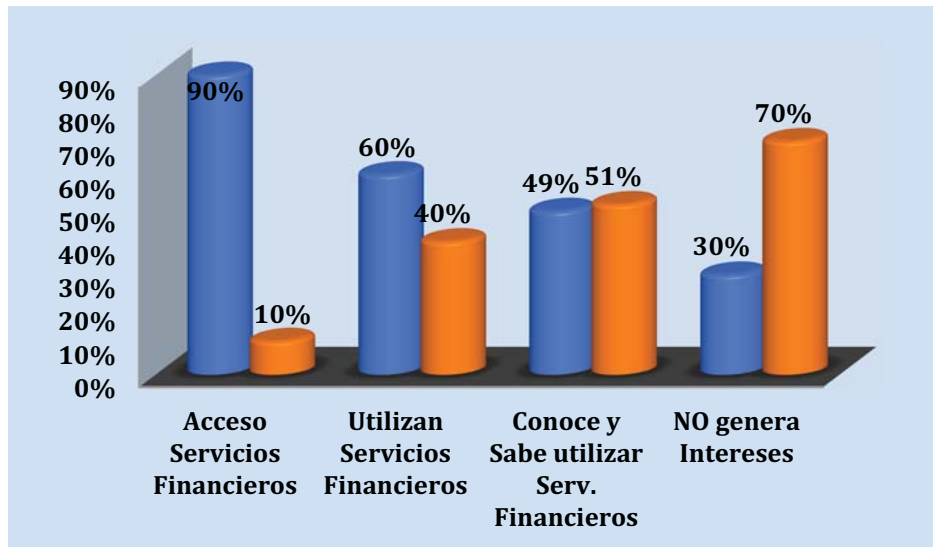


Gráfico 11, Acceso Servicios Bancarios (CNBV 2010), elaborado por J. Daniel González Silva, 13 Feb. 2015

**d) Cultura de prevención.** El 31% de los mexicanos gastan más de su nivel de ingreso o de sus posibilidades económicas; y este porcentaje aumenta a menor nivel socioeconómico, lo cual refleja una falta de previsión y organización de las finanzas personales.

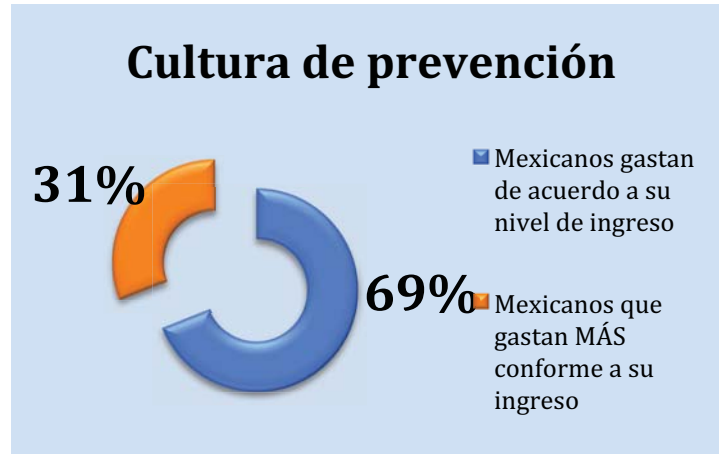


Gráfico 12, Cultura de prevención en México, elaborado por J. Daniel González Silva, 13 Feb. 2015

**e) Planeación y presupuesto.** De acuerdo a una encuesta realizada por la UNAM en 2010, sólo el 18.5% de los mexicanos realizan algún tipo de planeación y presupuesto de sus recursos.



Gráfico 13, Planeación y presupuesto encuesta UNAM 2010, elaborado por J. Daniel González Silva, 13 Feb. 2015



Por un lado, estas cifras muestran la situación actual de la educación financiera en México, donde un alto porcentaje de la población vive una realidad económica difícil y carece de posibilidades para superar esta condición y se vuelve cada vez más complicada cuando existe baja planeación que permita construir mejores condiciones de vida.

Además se puede distinguir un factor endógeno (producto del mismo sistema financiero) que frena la inclusión financiera. Éste se refiere a la incorporación de los servicios y productos financieros cada vez más sofisticados, que se traduce en la falta de entendimiento por parte de los usuarios, y en consecuencia significa una barrera de acceso para la población en general.

A pesar de no contar en el país con una educación financiera adecuada (que en algunos casos resulta hasta preocupante) existen a su vez organismos como BANSEFI (Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financieros) quien en los últimos años ha diseñado y proporcionado talleres, cursos y apoyo en cuestiones de educación financiera para la población en general, si bien este esfuerzo representa un gran desafío, debemos de tomar en cuenta que existen en el país entidades ocupadas en esta gran labor.

Para BANSEFI, la Educación financiera se resume en la siguiente premisa:

La educación financiera es un proceso de desarrollo de habilidades y actitudes que, mediante la asimilación de información comprensible y herramientas básicas de administración de recursos y planeación, permiten a los individuos:

- a) Tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana.
- b) Utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza.

En un breve lapso de tiempo BANSEFI ha logrado posicionarse como uno de los actores clave de la educación financiera en México. La tarea consiste en consolidar y extender el potencial educativo para hacer llegar a la mayor cantidad de personas posible esta cultura , a través de instrumentos diversos, innovadores y efectivos.



Las líneas de acción en la materia son las siguientes:

- Talleres para el Sector de Ahorro y Crédito Popular (destinados a capacitar capacitadores que replican los cursos de educación financiera con los usuarios).
- Unidades móviles donde se imparten talleres directamente a usuarios e interesados potenciales del sector.
- Alianzas con instituciones académicas que permiten hacer llegar los cursos a comunidades marginadas.

Como parte de la estrategia de Educación Financiera, BANSEFI creó el micro sitio [www.finanzasparatodos.org.mx](http://www.finanzasparatodos.org.mx) en donde pueden encontrarse cápsulas educativas sobre planificación financiera, ahorro, crédito, seguros y servicios financieros.

# Ahorrando para mejorar

---

Los investigadores que trabajan en el campo del desarrollo han señalado la importancia relativa de los



**El ahorro es un instrumento importante para la administración y liquidez de las personas**

servicios de depósitos y los préstamos, creen que el ahorro es más importante, a menudo subrayan que el crédito es una deuda y no representa rendimiento alguno para el prestatario.

Ayudar a reducir la pobreza probablemente no sea con el crédito o el ahorro, sino el establecimiento de un sistema financiero sostenible que ofrezca préstamos pequeños y oportunos, servicio de depósito y seguros. Si se ofrece una amplia gama de productos no solo se atenderán mejor las necesidades de los clientes, sino que también habrá fuentes de financiamiento para las instituciones de microfinanzas.



**Grupo "Triunfadoras" Orizaba, Veracruz, CrediComún/Finclusión, Foto: J. Daniel González Silva, Marzo 2012**

Los depósitos de ahorros muestran la capacidad de los clientes para ahorrar, sin embargo muchas ONG's e instituciones de microfinanzas no están autorizadas para movilizar ahorros, por lo cual resulta difícil proporcionar estos servicios en el sector.

Se sabe por experiencia que las condiciones inadecuadas de los servicios financieros, obstaculizan el ahorro, más que el comportamiento de la gente frente al hecho de poder ahorrar.

Existen varios estudios sobre instituciones de microfinanciamiento, los servicios y tecnologías de ahorro en pequeña escala y los resultados muestran:



Los servicios y tecnologías de ahorro deben de estar correctamente estructurados a fin de que respondan a las características de distintos segmentos de mercado.



Se debe de ofrecer una amplia gama de servicios de ahorro con distintos grados de liquidez y rendimiento.



Los servicios de ahorro voluntario individual atraen más depositantes y un volumen de ahorros mayor que el ahorro obligatorio.



La movilización del ahorro es una actividad mucha más competitiva que el crédito, de modo que las instituciones financieras deben de ser más atractivas y ofrecer tasas de interés competitivas para atraer depósitos.



El saldo mínimo inicial debe ser bajo a fin de que los pobres no tengan barreras tan grandes para abrir una cuenta de ahorro

En varios países se ha observado una gran demanda de servicios de depósito, ¿pero son mas eficaces los servicios de ahorro que los propios préstamos para reducir la pobreza? Algunos analistas afirman que se disminuye la vulnerabilidad, mientras que el crédito la aumenta, y que las inversiones autofinanciadas son menos riesgosas.

Sin embargo, los servicios de ahorro y crédito pueden usarse para los mismos fines, y la selección de uno u otro depende de la estrategia de la familia para majear el riesgo y sobrellevar la situación.

Algunos observadores afirman que el ahorro y los préstamos son sustitutos, porque el reembolso de un préstamo equivale al ahorro, se acumulan sumas pequeñas para

crear una suma global más grande en el futuro; con el crédito se recibe una suma total que se paga en pequeñas cuotas más adelante.

A continuación se muestran algunas de las conclusiones más relevantes con respecto al ahorro.



**Gráfico 14, Conclusiones sobre el ahorro, elaborado por J. Daniel González Silva, 20 Febrero 2015**

# Llegando a la meta

---

## ¿Cómo tener éxito?

Será importante escuchar a los especialistas quienes con su experiencia han conseguido cosechar



**Hacer un estudio sobre la actividad que va a realizar y ver que demanda tiene.**

frutos, tal es el caso de Emilio Illianes Díaz Rivera, Director Ejecutivo del COLCAMI, quien cuenta con una trayectoria en la banca Comercial y en el sector microfinanciero del país. Con 30 años de experiencia, lo convierte en un referente en el campo de la capacitación, al ser cuestionado sobre como una clienta puede ser exitosa comenta:

“Primero debe hacer un estudio sobre la actividad que va a realizar y ver que demanda tiene, hacer un plan de negocios pequeño, y llevarlo a cabo, y el microfinanciamiento potencializará sus posibilidades de crecimiento, porque como microempresario, te dará inventario si va a ser una tienda por ejemplo, o herramientas si serás un carpintero”.

Hablamos entonces del microcrédito como generador para las personas, ya que les permite explotar todo su potencial, puesto que si tienen experiencia y conocimientos, pero no tiene capital sería difícil salir adelante.

Para Gerardo López Castillo con experiencia en el sector de microfinanzas 12 años el factor clave es la capacitación, la cohesión social y un adecuado asesoramiento.



**Mtro. Emilio Illianes Díaz Rivera, Director Ejecutivo COLCAMI, Foto: J. Daniel González Silva , 4 Nov. 2014**



Gerardo López Castillo, Gte.  
Capacitación SMB Rural Foto: J.  
Daniel González Silva Dic. 2014

“En experiencia propia aquellos que han recibido una capacitación previa, los que tuvieron un asesoramiento por parte del personal de la institución, y que no se sobre endeudan, son los clientes que sobresalen”, señala.

Además comenta que otro factor a tomar en cuenta, es el seguimiento a la evolución del crédito, ya que se tiene a personas con escasa formación académica, “no es lo mismo prestarle a un restaurantero que ha tenido cursos de administración y sabe trabajar solo, que a personas que van comenzando a vender algo”.

Asimismo, comenta que la cohesión social es un tema importante, porque en comunidades donde todavía vale la palabra, les da pena quedar mal, “prefieren no comer, que fallarle a todos los compañeros de grupo”.

Si bien es importante el punto de vista de los especialistas, de igual manera es relevante conocer el de las personas responsables de la colocación y recuperación de los créditos, al platicar con personal de Efectivísimo en San Martín Texmelucan, el Gerente de la sucursal así como la asistente administrativa coinciden en la importancia de la correcta aplicación de la metodología institucional, ya que sin ella el objetivo de alcanzar el éxito tanto de la empresa como de la clienta no podría llegar.

Para que un cliente sea exitoso según Juan Carlos Espejel Amozor gerente de la sucursal de Efectivísimo en San Martín Texmelucan es clave darle seguimiento al negocio y que el dinero que invertirá lo destine para ese fin, recibir un buen asesoramiento y no sobre endeudarse “muchas veces las clientas se engolosinan con tanto dinero, sabemos de casos en donde piden en un lugar para pagar en otro, y así sucesivamente, es vital tener una cultura financiera y evitar que se “endroguen” las clientas”.

Para Beatriz Adriana Reyes Calderón, asistente administrativa de la sucursal, el apoyo y asesoramiento por parte de la empresa son esenciales, el seguimiento adecuado por parte del personal de la empresa, apoyarlas en todo momento y darle un buen servicio son factores clave que intervendrán en la consecución del éxito deseado.



**Beatriz Adriana Reyes Calderón, Asistente SMT Efectivísimo. Foto: J. Daniel González Silva, 24 Oct 2014**

Alfredo García González, director general de Inspira Comunidad, considera que los puntos clave para que una clienta sea exitosa son los valores inculcados y aprendidos desde la casa.

“Lo más importante es la honestidad y responsabilidad, considero que es factor determinante para alcanzar el éxito, que realmente una clienta sea responsable y que utilice el financiamiento en lo que realmente nos dijo que lo destinaria. También creo que debe ser muy cuidadosa en saber cuánto dinero esta pidiendo para no sobre endeudarse y este consiente de la capacidad de pago que tenga”.

Para Georgina Chávez de la Cruz, supervisora comercial de Efectivísimo, los datos son mucho más fríos, ya que con su experiencia profesional, comenta que tan sólo un 60% de las clientas llegan a ser exitosas en sus negocios siempre y cuando destine el dinero para invertir en el negocio.

Pese a que las instituciones de microfinanzas dirigen sus créditos a mujeres emprendedoras, y como lo comenta nuestra entrevistada, no podemos generalizar y dar por sentado que todas las clientas cuentan con altos estándares de probidad moral. Los datos son contundentes, y sólo 6 de cada diez mujeres cumplen sus compromisos financieros y por ende logran prosperar en sus negocios.



Será importante entonces, conocer las dificultades a las que se enfrentan las acreditadas de las distintas empresas microfinanciamiento en México.

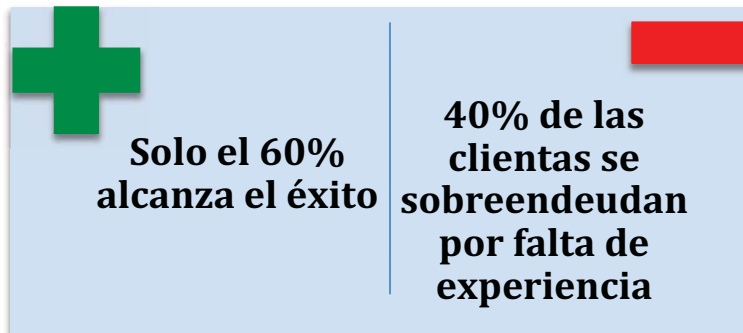
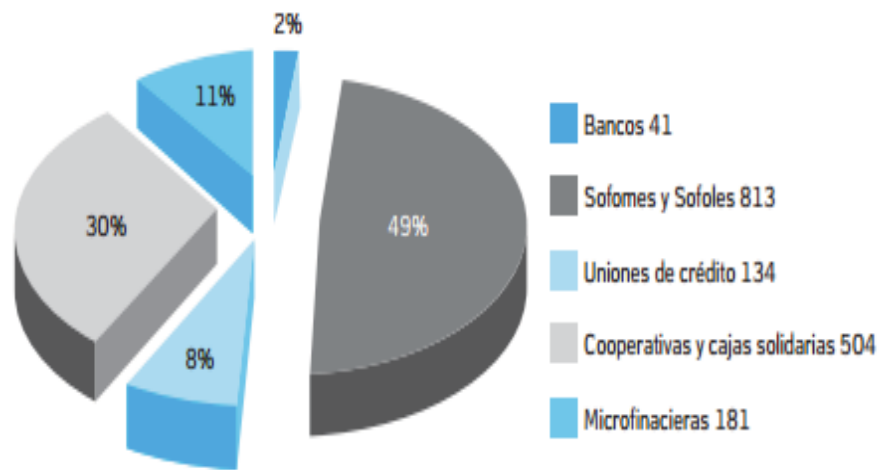


Gráfico 15, Clientas que alcanzan el éxito, elaborado por J. Daniel González Silva, 20 Febrero 2015

## Sobreendeudamiento: Un factor de Riesgo

El sobreendeudamiento es un fenómeno que actúa sobre la deuda en el hogar, y a su vez es un obstáculo para la estabilidad económica de un país. En México afecta a la economía nacional. Es importante destacar que los propios empresarios se han dado cuenta del enorme riesgo que conlleva el otorgamiento de un crédito, no tanto por la metodología, sino por la gran competencia que existe en las empresas que se dedican a éste mismo rubro.

**ProDesarrollo** red Nacional de Instituciones proveedoras de servicios financieros, es encargada de la medición y estándares de calidad de dichas empresas de microfinanciamiento en México al 2010 engloba a aproximadamente 900 empresas entre **SOFOLES, SOFOMES y SOFIPO**. Dichas empresas atienden solo a un 20% del público meta, lo cual conlleva a sobre explotar a la clientela y por ende a sobreendeudarla.



Instituciones Proveedoras de Servicios Financieros  
ProDesarrollo, Informe anual 2012

## ¿A qué se debe el fracaso de una clientela al emprender un negocio?

Alfredo García González, Director General de Inspira Comunidad al ser cuestionado sobre el tema, expresó que son diferentes factores los que entran en juego, por ejemplo, que en últimas fechas son muchas empresas las que se dedican a este negocio, es decir a otorgar créditos, por ende la gran mayoría de las clientas están sobre endeudadas, coincidiendo con las cifras mostradas por **ProDesarrollo**.

Por su parte **Emilio Illianes Díaz Rivera, Director Ejecutivo del COLCAMI**, opina que el sobreendeudamiento se debe a tres factores claves además de más indicadores que muestra la economía mexicana en la actualidad los cuales se muestran en el siguiente gráfico:



**Gráfico 16, Factores de Sobre endeudamiento, elaborado por J. Daniel González Silva, 20 Febrero 2015**

No hablamos entonces de fracaso al no conseguir en primera instancia el éxito deseado. Muchas son las personas que arriesgan en ocasiones el patrimonio familiar para obtener bienestar económico pese a pagar créditos con altos intereses, una mala asesoría por parte de los otorgantes del préstamo, o simplemente por la falta de experiencia.

Tal es el caso de Evelyn Yáñez Camacho comerciante de ropa en el mercado municipal de San Martín Texmelucan, quien nos comparte las dificultades por las que ha pasado.

**—¿Qué problemas has tenido al trabajar con microcréditos?**

—Ahorita...pues muchos, porque en ocasiones no completo para los pagos, pero pues damos el estirón en todo y trato de reunir el dinero, y dificultades como en cualquier negocio en ocasiones las ventas son bajas.

**—¿A qué riesgos te enfrentas en tu negocio?**

—En ocasiones los modelos no se venden y las ventas no son buenas, en cuestión de la mercancía no todos los modelos “jalan”, tenemos que buscar los mejores para que se pueda vender, estar a la moda, yo vendo ropa de niña, la gente no te compra cualquier cosa.

**—¿Te has sobre endeudado?**

—Hace dos años, porque en los locales como el de Oaxaca nos piden una cuota fija al año de \$50,000, más lo que nos solicitan para poder vender unos \$45,000 aproximadamente, y sino se cubre, no podríamos abrir en temporada.



Evelyn Yáñez Camacho, Comerciante Foto: J. Daniel González Silva ,28 Oct 2014

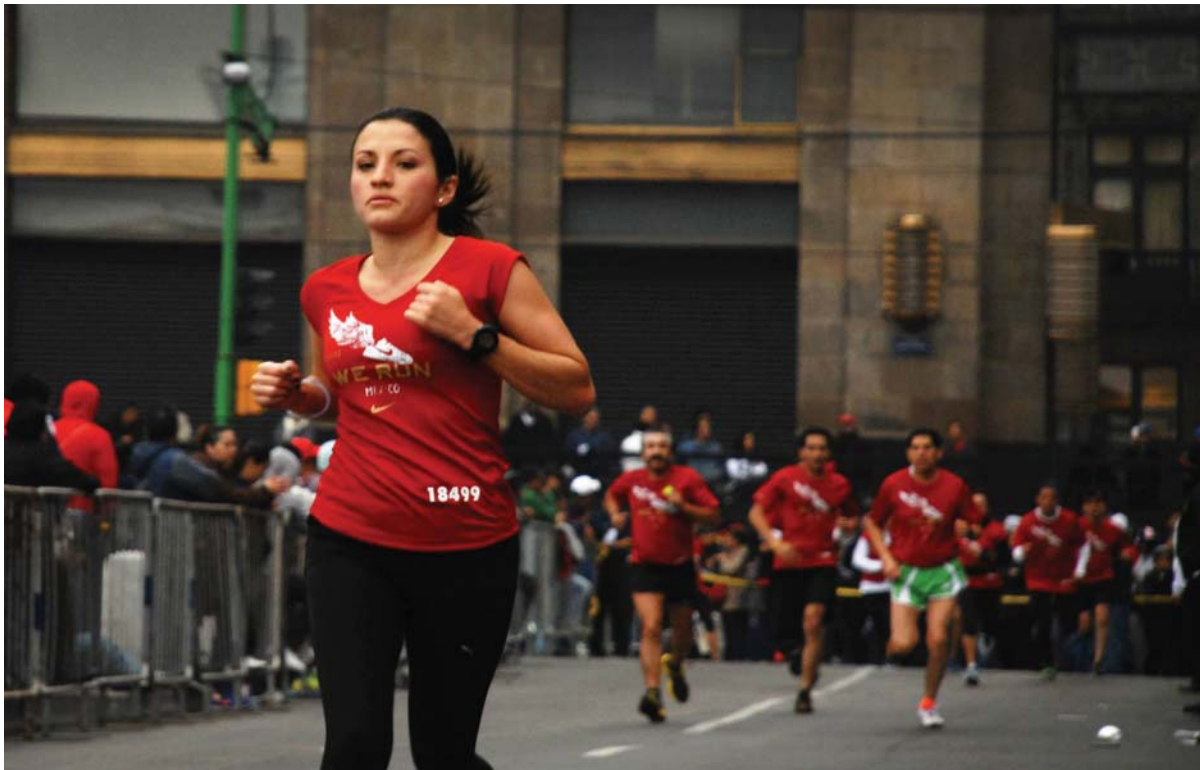


Imagen de mujer corriendo bajada de <http://araizcorre.com/category/cronicas-de-carreras/page/2/>  
acceso 20 Febrero 2015

La carrera del éxito en poner un negocio emprender un sueño y conseguirlo, será importante tomar en cuenta las recomendaciones y consejos de las personas expertas, pueden ser catedráticos, personal de microfinancieras, etc; debemos conocer de igual manera nuestras capacidades y contar con una capacitación adecuada, es por eso que muchos nos preguntamos ¿cómo conseguir el éxito?, ¿qué hacer para poder llegar a la meta?.

Y quién mejor que las propias clientas nos compartan sus consejos para emprender un negocio y lograr cosechar frutos.

El conocer la vida de las clientas es una sensación inigualable, ver en sus ojos, esa mirada que denota lucha, perseverancia y ganas de salir adelante, reconforta y hace creer la posibilidad de que no todo en la economía del país se encuentra perdido; si bien tienen que hacer uso de créditos, son más los ánimos de ver a su familia salir adelante.



Leopoldina Benítez, Pintora, Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014

Al entrar a casa de doña “Pola” como nos pide que la llamemos, artista plástica de la localidad de San Martín Texmelucan se pueden observar los lienzos que tratan de irse llenando de colores, mismos que serán los artífices de las futuras ventas.

Doña Pola, cuenta con más de 10 años de experiencia en el uso de microcréditos, ha pasado por diversas dificultades, pero a su vez éstas han servido para que el día de hoy pueda mirarnos y decirnos, soy una microempresaria exitosa.

—**¿Cómo surge la posibilidad de trabajar con un microcrédito?**

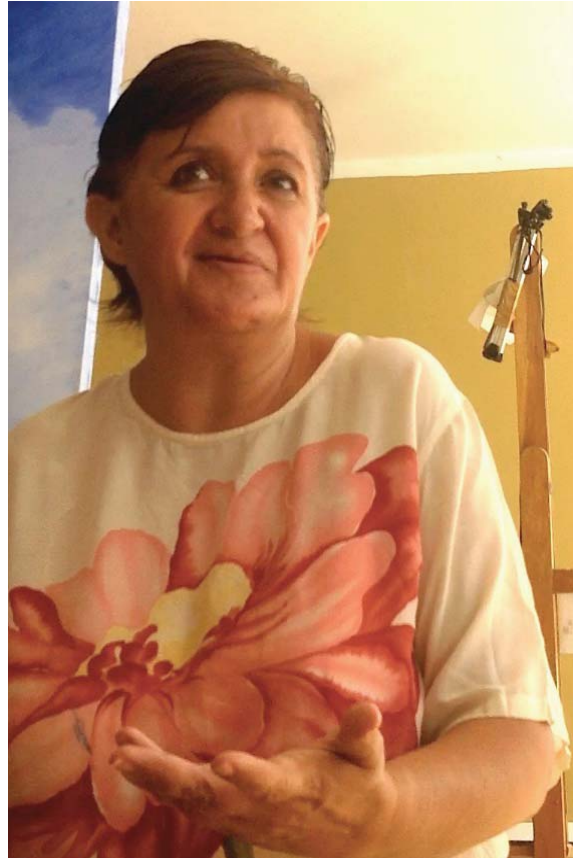
—¡Ah! Porque varias amigas necesitábamos un financiamiento, empezamos con cuatro y así otras dos, y también invitando a la gente que si trabaja, mujeres con negocios reales.

—Soy integrante del grupo caritas, es un grupo exitoso, hasta ahorita nadie se a atrasado, ¿por qué? Porque todos los días las ve uno trabajando, me preguntan ¿cómo las encontraste? Y es fácil porque una amiga me lleva a otras y en ese compromiso de que la que recomienda paga por la que invito, entonces tratan de invitar a la que saben que si trabaja, no estamos salvas que nos llegue a pasar algo, pero no por flojera.

**—¿Qué ha hecho para ser una mujer exitosa?**

—Comprometerme a trabajar y a ser responsable, porque aún siento que me falta mucho por crecer, no decir “no se puede”, y eso se ha aprendido a través de estos créditos; a lo mejor sin esa presión (la de tener que pagar semana tras semana) ahora digo, de que puedo ¡puedo!, es dar un poquito más para tener mayores responsabilidades.

—Es importante para ser exitosa en los microcréditos, fijarse que no sean amas de casas, es elemental que tengan un negocio, porque sino es un riesgo, ya que no tienen conocimiento de cómo administrarlo.



**Leopoldina Benítez, Pintora, Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014**

—Así mismo es primordial seguir las recomendaciones que nos da la financiera para organizar un grupo, que realmente sean mujeres que conozcamos, que tengan un negocio. También planear y alcanzar metas, anotar en una libreta los objetivos para lograrlos, decir ¿qué quiero hacer?, ¿con qué dinero? Hacer un plan bien estructurado.

Doña Pola nos comparte tres claves para ser una empresaria exitosa:



Primero analizar su negocio, saber bien que es lo que quieren, que tengan a fuerza una planeación, y que si la lleven a cabo.



Segundo, ser responsables, no decir, ya me voy a ver la novela porque ya me cansé, tener reglas.



Tercero, fijarse que el grupo no tenga amas de casa, que sea gente responsable, que no sean conflictivas, que sepan y estén consientes de que pertenecen a un grupo.

Gráfico 17, Consejos para el éxito Pola Benítez, elaborado por J. Daniel González Silva, 20 Febrero 2015

¿Quién no ha entrado a una tienda, ha pedido un refresco, agua, frituras y demás productos?, se han preguntado ¿Cuánto dinero es necesario para iniciar una tienda?.

La señora Gloria Sansón Aguilar nos habla sobre sus inicios y la forma en que un negocio personal se ha convertido en la fuente de ingresos de toda la familia.

—¿Con cuánto dinero comenzó usted el negocio?

—Con dos mil pesos, porque inicie con poquito, ¿y en la actualidad a cuánto asciende su inventario? ¡Ah! pues si subió, como a unos \$40,000 porque ya compre refrigeradores.



**—¿Cómo fue el inicio de su negocio?**

—Solo vendía cosas que no se echaran a perder, frijol, materias primas, aproveche que habían cerrado una recaudería, y comencé a vender frutas y verduras. Las cosas comenzaron a ir mejor, ya no me daba abasto, llegó el momento en que le dije a mi esposo que no me daba tiempo en surtir la tienda, entonces le propuse que dejara de trabajar, así fue como él comenzó a trabajar conmigo y compramos una pequeña camioneta, ahora él se encarga ahora de surtir el negocio.



Gloria Sansón Aguilar, Comerciante. Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014

**—¿Cuál fue la clave del éxito para que su negocio prosperara?**

—Un factor importante fue el que mi esposo y yo comenzáramos a trabajar juntos, y además que el dinero de los créditos no fuera para gastarlo, sino para invertirlo, también algo importante fue contar con personas que me ayudarán, que fueran de mi entera confianza.

**—¿Nos podría dar algún consejo a una mujer emprendedora que quiera iniciar un negocio?**

—Que invierta en su negocio, porque hay muchas personas que no ocupan el dinero en él, unas lo utilizan para alguna fiesta, y es ahí donde se endeudan porque no hay de dónde para pagar y no verán algún provecho del dinero.

Se puede preguntar ¿Qué hacer con \$40,000?, y las posibles respuestas puedan ser para pagar deudas, un viaje, la fiesta de XV años de su hija, el enganche de un auto, o quizá piense en ahorrar para cualquier contingencia a la que pudiera estar expuesto. Así mismo ¿cuánto tiempo tardaría en reunir esa cantidad de dinero, o bien ¿qué haría para conseguirlo? ¿A quién recurrir? Probablemente con algún familiar, a cualquier banco, haciendo una tanda o quizá recurrir a una microfinanciera.

La señora Guadalupe Cortes Limón, platica cómo fue posible llegar a obtener un crédito por \$40,000, a qué se dedica, y también da consejos para ser un empresario exitoso.

**—Doña Guadalupe nos podría decir ¿A qué se dedica?**

—Soy artesana, hago sombreros de paja, sopladores y demás artículos que pueda hacer, hay mucha variedad, pero también me dedico a vender productos de temporada, por ejemplo en navidad, hacemos piñatas, en semana santa hacemos cruces, en fin siempre tratamos de hacer cosas que sabemos que se venderán en cada temporada.



Guadalupe Cortés Limón, Artesana. Foto: J. Daniel González Silva, 24 Octubre 2014

**—Su primer crédito ¿por cuánto dinero fue?**

—Antes lo manejaban de \$2,000, en la actualidad con Efectivísimo tengo \$5,000, pero he estado otros créditos y he sacado mucho más, lo máximo ha sido \$40,000.

**—¿Cuál fue la clave para poder llegar a pedir \$40,000?**

—Ser una persona puntual en realizar mis pagos, ser muy responsable y también ser humanitaria, ya que algunas ocasiones me dicen algunas compañeras del grupo,

“fulanita” no trajo su pago, y pues debemos ser solidarias, es decir apoyarlas. Y a raíz de eso las conocidas y compañeras saben que soy una persona de fiar, ellas lo notan, éstos son créditos de palabra, la “palabra” es lo que usted empeña.

**—¿Qué consejo le daría a una mujer que desee iniciar un negocio?**

—Le diría que le eche ganas, que no todo en la vida es la flojera y nunca echarse para atrás, contar con seriedad y que cumpla su palabra, y decir ¡voy a salir adelante!, porque eso de “a ver si puedo” nada más no, mi dicho es “vamos a vender, y ¡vamos a vender!”.

—Otra de las sugerencias es pedir lo que realmente voy a pagar, porque tampoco se pueden endrogar sabiendo que su negocio no da “pa’ más”, y no ocupar el dinero en pagar deudas personales o comprar cosas, sino invertirlo en realidad en el negocio.

Podríamos concluir diciendo, que a pesar de la oferta excesiva para la utilización de un crédito en México, hay personas que trabajan arduamente dejando muy en claro el precepto original de éste sistema económico a nivel mundial, creemos entonces que es posible ser exitoso en cualquier actividad que uno emprenda, tomando en cuenta los consejos de aquellos que han conseguido salir adelante, tener una excelente administración, y sobre todo ganas de sobresalir para ser una persona exitosa.

# Conclusiones

Las microempresas enfrentan muchos problemas y no todos ellos pueden atribuirse a la falta de crédito. No solo de pan vive el hombre... y un comercio necesita algo más que servicios financieros para desarrollarse. Aunque muchas veces se menciona el financiamiento como una restricción clave, el factor limitante real es la falta de acceso permanente al espectro de servicios financieros, no únicamente el crédito. En este sentido, las personas están demandando programas de desarrollo de servicios empresariales, así como educación financiera.

Este tipo de programas son esenciales para el desarrollo de las capacidades que el sector necesita a fin de brindar un mejor servicio a más clientes. Además, persistirá el desafío de adaptar los proyectos a las necesidades específicas de cada institución.

El servicio al cliente de todas las IMF continúa teniendo un nivel bajo, pero está mejorando rápidamente. Se deberán extender los esfuerzos para ampliar los servicios sostenibles a las poblaciones pobres. Habrá que promover las iniciativas de los bancos comerciales, cada vez con más determinación. Las instituciones privadas dispuestas en ampliar los servicios financieros para el sector de microempresas son socios naturales de los organismos multilaterales como el BID, cuyo mandato incluye brindar apoyo a planes innovadores para empresas pequeñas y microempresas.

Las áreas rurales en las que vive una porción significativa de la población y donde pueden encontrarse algunos de los sectores más pobres, constituyen la frontera que habrá de conquistar en los años venideros. Las limitaciones de la infraestructura física, la baja densidad de población y el riesgo de las actividades rurales requieren nuevos enfoques e innovaciones. Las ONG y las organizaciones sin fines de lucro que no movilizan depósitos del público en general tienen alta tolerancia al riesgo; por ello son un vehículo excelente para la investigación y la experimentación de nuevos

modelos y servicios financieros. Estas instituciones también cumplen un papel importante en la prestación de servicios no financieros, tales como la capacitación y el desarrollo de habilidades de negocio. Las relaciones estrechas con sus clientes y la capacidad de adaptarse al mercado local les permitirán especializarse en nichos que han sido de poco interés para los intermediarios financieros integrales.

Sin lugar a dudas los servicios financieros permiten a los pobres diversificar sus fuentes de ingresos, “suavizar” sus patrones de consumo a lo largo del tiempo y protegerse de emergencias y hechos inesperados. El acceso al financiamiento es importante no solo porque ofrece oportunidades a las empresas de tomar préstamos para crecer, sino también porque permite ofrecer a los hogares pobres mecanismos de seguridad para gestionar riesgos y reducir su vulnerabilidad.

En la lucha para evitar la pobreza y lograr equidad social, es importante reconocer funciones y limitaciones de los servicios financieros. La pobreza se reduce promoviendo servicios puntuales, como microcréditos y flujos de remesas. Lo que se necesita son instituciones sólidas con capacidad de facilitar la intermediación financiera y la acumulación de capital en los nichos de las unidades económicas más pequeñas.

No es el suministro de un único producto, sino más bien un enfoque integrado y a la disponibilidad de una gama de opciones financieras lo que incrementará las posibilidades de que los hogares-empresas del sector informal puedan aprovechar proyectos productivos. En la medida que también las remesas puedan transferirse entre las cuentas bancarias de quien las envía y los beneficiarios, los costos de transferencia podrán reducirse y el flujo creciente de remesas se moverá con más eficiencia por el sistema financiero. En casos como éstos los efectos positivos de las microfinanzas para los pobres pueden ser muy significativos.

Las instituciones de microfinanzas en México tienen un futuro de reflexión, de reducirse para asegurar su sobrevivencia, ya se vio hace años el crecimiento explosivo, se conocieron los riesgos y ya lo están viendo en sus carteras.

Si quieren sobrevivir, habrá que frenar la operación desmedida, fortalecer sus carteras, dedicarse a la recuperación de lo colocado incorrectamente que además es costoso, y después ver cómo se puede crecer, ya no con el mismo ritmo; se puede salir adelante cuidando sus operaciones.

Se deberán diversificar los productos, ya se observó que dar solo tres variantes de crédito rebasó al sector, se necesita ser versátil e incorporar el ahorro en su gama de productos, aquellas que tengan la posibilidad de administrarlos tendrán que voltear hacia esa posibilidad porque les traerá recursos y a la gente le ayudará a ir trabajando sus propias finanzas, para después recibir créditos acordes a sus posibilidades de financiamiento, y de igual forma recibir una capacitación adecuada por parte de las empresas de microfinanciamiento en México.

# Fuentes de consulta

## BIBLIOGRÁFICAS

- Armendáriz, Beatriz y Jonathan Morduch, *Economía de las microfinanzas*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica y Centro de Investigación y Docencia Económicas, México 2011.
- *Benchmarking* de las microfinanzas en México: Desempeño y transparencia en una industria creciente.
- Berger, Marguerite, *El boom de las Microfinanzas; el modelo latinoamericano visto desde adentro*, Miller-Sanabria Editores, México 2007.
- Conde Bonfil, Carol, *Realidad, mitos y retos de las Microfinanzas en México*, El colegio Mexiquense AC, La colmena milenaria, México 2009.
- Cotler, Pablo, *Las entidades Microfinancieras del México urbano*, Universidad Iberoamericana Ciudad de México, México 2003.
- Fernández, Fernando, *Historia y evolución de las microfinanzas y el sector de finanzas populares en México*, manuscrito no publicado, Escuela Superior de Economía, Instituto Politécnico Nacional-Proyecto AFIRMA, México, 2007.
- Hernández Romero, Oliverio, *Las Microfinanzas En México, Tendencias Y Perspectivas*.
- Lacalle Calderón, Maricruz, *Microcréditos y pobreza de un sueño al nobel de la paz*, Turpial, España 2010.

- Ledgerwood, Joanna, *Manual de Microfinanzas: Una perspectiva Institucional y Financiera*, Banco Mundial, Estados Unidos 2000.
- Ruiz Durán, Clemente, *Microfinanzas: mejores prácticas a nivel nacional e internacional*, UNAM Facultad de Economía, México 2000.
- Zapata Martelo, Emma, *Microfinanciamiento y pobreza*, Plaza y Valdés Editores, México 2004.

## **CIBERGRAFÍA**

- ProDesarrollo, Benchmarking: [http://www.prodesarrollo.org/fileadmin/documentos/CentroDocumentacion/Benchmarking de las microfinanzas en Mexico\\_09.pdf](http://www.prodesarrollo.org/fileadmin/documentos/CentroDocumentacion/Benchmarking_de_las_microfinanzas_en_Mexico_09.pdf) acceso el 3 de julio de 2014.
- <https://politicaynacion.wordpress.com/tag/pobreza/> acceso 26 Febrero 2015.
- <http://revistadelconsumidor.gob.mx> acceso 8 Noviembre 2014.
- [http://www.avizora.com/publicaciones/biografias/textos/textos\\_y/0002\\_y\\_unus\\_mohammed.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/biografias/textos/textos_y/0002_y_unus_mohammed.htm) acceso 8 Nov. 2014.
- <http://www.grameen.org>, acceso 2 Septiembre 2014.
- <http://www.adhilacbrasil.org/Imagens/Logo.jpg> acceso 26 Febrero 2015.
- <http://www.banamex.com> acceso 10 Noviembre 2014
- <http://www.fedecredito.com.sv> acceso 11 Nov. 2014.
- <http://www.ademi.com.do> acceso 11 Nov. 2014.
- <http://www.radiouchile.cl> acceso 11 Noviembre 2014.
- <http://www.compartamosbanco.com.mx> acceso 11 Nov. 2014.
- <http://www.womensworldbanking.org> acceso 13 Nov. 2014.
- <http://www.finca.org> acceso 16 Nov. 2014.
- <http://www.fincomun.com> acceso 16 Nov. 2014.
- <http://www.finanzasparatodos.org.mx> acceso 18 Feb 2015.



- <http://www.finanzasparatodos.org.mx/finanzasv2/public/> acceso 18 Feb. 2015.
- <http://araizcorre.com/category/cronicas-de-carreras/page/2/> acceso 20 Febrero 2015.

## **VIVAS**

- Emilio Illianes Díaz Rivera, Director Ejecutivo Consorcio Latinoamericano para Capacitación en Microfinanciamiento (COLCAMI), entrevista personal 4 Noviembre 2014.
- Gerardo López Castillo, Gerente de Capacitación SMB Rural Microfinanciera, entrevista personal 5 Noviembre 2014.
- Alfredo García González, Director General Inspira Comunidad, Microfinanciera, entrevista personal 31 Octubre 2014.
- Georgina Chávez de la Cruz, Supervisora Comercial Microfinanciera Efectivísimo, entrevista personal 28 Octubre 2014.
- Juan Carlos Espejel Amozor, Gerente Sucursal San Martín Texmelucan, Puebla. Efectivísimo, entrevista personal 24 Octubre 2014.
- Beatriz Adriana Reyes Calderón, Asistente Administrativa sucursal San Martín Texmelucan, Puebla. Efectivísimo, entrevista personal 24 Octubre 2014.
- Guadalupe Cortés Limón, Artesana, San Martín Texmelucan, Puebla, entrevista personal 24 Octubre 2014.

- Gloria Sansón Aguilar, Comerciante, San Martín Texmelucan, Puebla, entrevista persona 24 Octubre 2014.
  
- Leopoldina Benítez, Pintora, San Martín Texmelucan, Puebla, entrevista personal 24 Octubre 2014.
  
- Evelyn Yáñez Camacho, Comerciante, San Martín Texmelucan, Puebla, entrevista personal 28 Octubre 2014.