



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE ECONOMÍA ♦ DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO

PROGRAMA ÚNICO DE ESPECIALIZACIONES EN ECONOMÍA

*La evolución de los microcréditos en México, posibles
causas de su desaceleración (2013-2017)*

ENSAYO

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:
Especialista en Microfinanzas

PRESENTA:
Karla Lilia Marcelino Rendón

TUTOR:
Esp. Jorge Tonatiuh Martínez Aviña

CIUDAD DE MÉXICO, JUNIO DE 2018



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

La evolución de los microcréditos en México, posibles causas de su desaceleración (2013-2017)

Karla Marcelino

Resumen

El objetivo del presente trabajo es arrojar algunas luces sobre las causantes de la desaceleración del mercado de microcréditos en México en el último lustro. Las explicaciones pueden ser varias y hará falta un estudio más profundo para confirmalas, pero es posible que las elevadas tasas de interés que ofrecen las Instituciones de Microfinanzas, la escasa oferta de valor que diferencia entre clientes de menor riesgo, así como la concentración de servicios microfinancieros en algunos estados de la República Mexicana sean razón de esta pérdida de ritmo. Si bien es cierto que en la metodología microfinanciera están justificadas las altas tasas de interés, hoy en día el precio de los microcréditos no está reflejando el menor riesgo que representan aquellos acreditados que fueron incluidos financieramente hace tiempo y que ya tienen experiencia crediticia y, por tanto, es probable que las Instituciones de Microfinanzas que no cuentan con una atractiva oferta de valor para este tipo de clientes los estén perdiendo y como consecuencia estén estimulando la desaceleración del mercado, situación que se agrava aún más dada la posibilidad de que no están llegando a nuevos clientes. Esta argumentación concluye que si no llegan a más clientes y se pierden los que tienen, lo razonable es que el mercado esté sufriendo un reajuste que deriva en su desaceleración.

Palabras Clave: *microcrédito, microfinanzas, evolución, oferta de valor.*

Abstract

The purpose of this paper is to shed some light on the causes of the slowdown in the microcredit market in Mexico in the last five years. There may be several causes for this and a deeper study will be needed to confirm them, but it is possible that the high interest rates proposals by Microfinance Institutions, the scarce value proposition that differentiated for clients of lower risk, as well as the concentration of microfinance services in some states of the Mexican Republic are the reason for this loss of pace. While it is true that high interest rates are justified in microfinance practices, currently the price of microcredit is not reflecting the lower risk represented by those borrowers who are financially included from long time ago and who already have credit experience and, therefore, it is likely that Microfinance Institutions that do not have an attractive value proposition for this type of clients are losing them and as a consequence they are stimulating the slowdown of the market, a situation that is further aggravated given the possibility that these Institutions are not arriving to new customers. The argument concludes that if they do not reach more customers and lose those they have, the reasonable thing is that the market is undergoing a readjustment that results in its slowdown.

Key words: *microcredit, microfinance, evolution, value proposition.*

Clasificación JEL: *G19, G29, C81, D01.*

Contenido

Introducción	5
Capítulo 1. Microcréditos: oferta de valor y perfil del cliente.....	7
Capítulo 2. Evolución del mercado de microcréditos (2013-2017).....	15
2.1. Clientes	17
2.2. Cartera	20
2.3. Cobertura	21
2.4. Promotores.....	23
2.5. Tasas de Interés.....	25
Capítulo 3. La desaceleración del mercado de microcréditos.....	29
Conclusiones	34
Referencias Bibliográficas.....	36

Introducción

Prodesarrollo¹ (2017), en su último reporte anual, abordó el tema de la evolución del microcrédito en el país y concluyó, con base en información reportada por las Instituciones Microfinancieras (IMF) afiliadas a su red, que al cierre del 2016 el crecimiento de la cartera bruta se había desacelerado notoriamente al no alcanzar una tasa de dos dígitos; creciendo 6% respecto al año anterior para alcanzar 54 mil 855 millones de pesos, mientras que el crecimiento de 2014 a 2015 había sido de 14% y el de 2013 a 2014 de 18%. Por su parte, el número de clientes con créditos activos presentó un débil crecimiento anual al cierre del 2016 de tan solo 1% al pasar de 7.06 millones a 7.16 millones.

Esta situación significa un parteaguas en la historia de las microfinanzas en México ya que durante años el mercado ha crecido a tasas de dos dígitos, siendo uno de los países en el mundo con mayor auge. Por tal, es momento de revisar lo que se está haciendo, lo que no se está haciendo y lo que ha dejado de hacerse para identificar cuáles son las causas del problema y proponer medidas que contrarresten la desaceleración, de tal modo que los microcréditos puedan mantenerse como una herramienta de inclusión financiera y de contribución para la mejora del nivel de ingresos de los acreditados.

¹ ProDesarrollo, Finanzas y Microempresa, A.C. se autodefine como “la red nacional de instituciones proveedoras de servicios financieros que buscan contribuir al desarrollo económico y al combate de la pobreza, mediante la asignación de créditos eficientes, servicios de ahorro, asesoría y capacitación de la población que vive en condiciones de pobreza como parte de un proceso de apoyo para un desarrollo sostenible”.

Así, partiendo de la hipótesis de que el mercado de microcréditos está sufriendo un problema de desaceleración en su ritmo de crecimiento y considerando el mismo periodo de tiempo al que hace referencia Prodesarrollo, solo que extendido al 2017, el objetivo de este estudio es comprobar la presencia de dicha desaceleración e identificar cuáles son las posibles causas que pudieran haberla desencadenado. Para ello, sustentado el método descriptivo, se desarrollarán tres capítulos.

En el capítulo 1 *“Microcréditos: oferta de valor y perfil del cliente”* se desplegará una descripción de los microcréditos, sus usos, características y el perfil del cliente al que van dirigidos.

En el capítulo 2 *“Evolución del mercado de microcréditos (2013-2017)”* a través de la exploración de variables como número de clientes, tamaño de la cartera, cobertura, número de promotores y tasas de interés de una muestra del mercado conformada por las 18 Instituciones de Microfinanzas más grandes del país, se desarrollará un análisis de la evolución del mercado.

En el capítulo 3 *“La desaceleración del mercado de microcréditos”* se buscará identificar cuáles son las Instituciones de Microfinanzas que crecieron y decrecieron durante el último año y entonces poder determinar si existe correlación entre su situación de crecimiento y la oferta de valor de los microcréditos que están ofreciendo en el mercado.

Finalmente, en las conclusiones, con base en los resultados obtenidos, se tratará de explicar cuáles podrían ser las posibles causas de la desaceleración del mercado de microcréditos, o bien, que el mercado no haya desacelerando su ritmo de crecimiento como lo afirmó Prodesarrollo en su informe anual.

Capítulo 1. Microcréditos: oferta de valor y perfil del cliente

La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) define al microcrédito como un préstamo que debe ser utilizado como capital de trabajo y, en consecuencia, debe ser pagado con los ingresos obtenidos de dicha actividad productiva. Por tanto, un microcrédito es un préstamo productivo dirigido a personas que quieren poner un pequeño negocio o que ya tienen uno y quieren hacerlo crecer.

La razón de ser de estos créditos es que las personas que los usan participen activamente en la economía y generen sus propios ingresos, por lo que son considerados con una herramienta que permite contribuir a la disminución de la pobreza. Muhammad Yunus, quien es considerado como el padre de las microfinanzas y creador del microcrédito, durante su discurso de aceptación del Premio Nobel de la Paz 2006, otorgado a él y al Banco Grameen, expresó:

“La paz debería entenderse desde una perspectiva humana, es decir, desde un enfoque social, político y económico de gran amplitud. La paz se ve amenazada cuando se enfrenta a un orden económico, social y político injusto, a la ausencia de democracia, a la degradación medioambiental y al desamparo de los derechos humanos.

La pobreza supone, de hecho, la ausencia de derechos humanos. Las frustraciones, la hostilidad y la ira que genera la pobreza más absoluta no pueden ser sostén de la paz en ninguna sociedad. Para construir una paz estable, debemos hallar modos de ofrecer oportunidades a las personas para que éstas vivan unas vidas dignas.

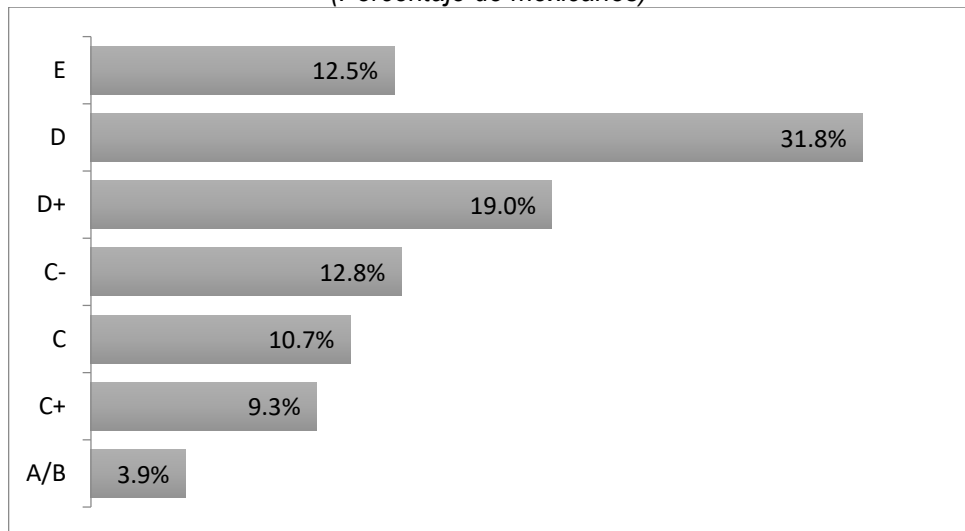
Ese objetivo – la creación de oportunidades para las personas pobres, que constituyen la mayoría de la población – es el motivo central al que nos hemos dedicado durante los últimos treinta años”.

En este sentido, el mercado potencial de los microcréditos se ubica en la Base De la Pirámide (BDP) que es donde se concentra la pobreza.

El término BDP fue acuñado en 1998 por C.K. Prahalad quien la definió como un grupo socioeconómico compuesto por un grupo de personas que viven con menos de dos dólares diarios.

Actualmente, en México la BDP, de acuerdo al Banco Interamericano de Desarrollo (BID), está compuesta por los hogares cuyos miembros ganan hasta \$10 USD per cápita al día. Así, este segmento poblacional está conformado por los Niveles Socioeconómicos (NSE) C-, D+ y D², es decir, por 81.88 millones de mexicanos que representan al 66.3% de la población total. (ver gráfica 1)

Gráfica 1. Niveles Socioeconómicos de México
(Porcentaje de mexicanos)



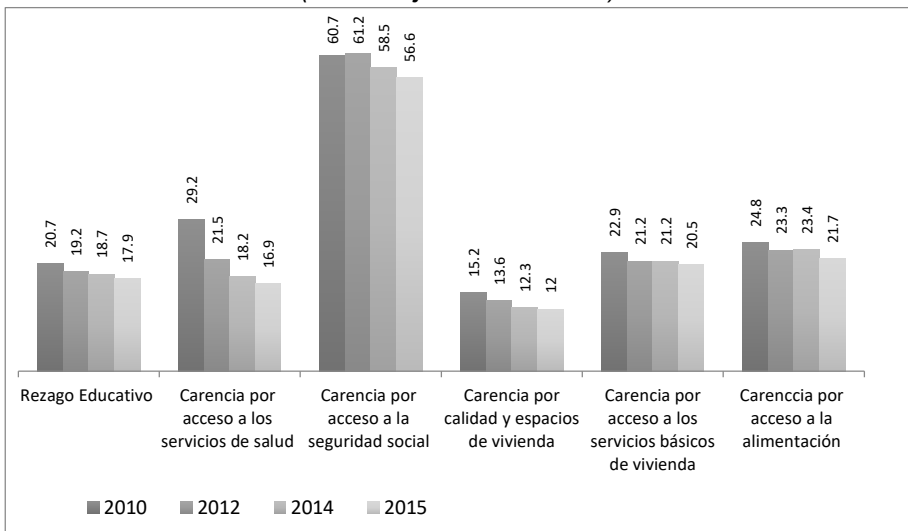
Fuente. AMAI, con datos de la ENIGH 2014

² Para este análisis dejaremos fuera de la base de la pirámide al nivel socioeconómico E a razón que los que pertenecen a este nivel socioeconómico viven en pobreza extrema y sus condiciones requieren de otro tratamiento social, como programas gubernamentales.

Cabe mencionar que, el nivel socioeconómico es una estructura jerárquica basada en la acumulación de capital económico y social donde la dimensión económica representa el patrimonio de bienes materiales y la dimensión social representa el acervo de conocimientos, contactos y redes sociales (AMAI, 2008).

En consecuencia, los bajos niveles de ingresos son la característica principal de quienes conforman la BDP. Aunque es preciso destacar que la medición de la pobreza también ha evolucionado, el CONEVAL mide la pobreza a través de las carencias sociales de la población, en 2015 el 46.2% de la población mexicana sufría algún tipo de pobreza, mientras que otro 9.5% vive en pobreza extrema. Segmentado por carencias, la situación de pobreza se ve como en la siguiente gráfica.

Gráfica 2. Evolución de las carencias sociales, México 2010-2015 (Porcentaje de mexicanos)



Fuente: Coneval 2017. Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social 2016, principales hallazgos

Un estudio de la BDP en México realizado por el BID en 2015 señala datos concretos de las características de las personas que conforman este segmento. Entre otros, muestra resultados como que el 44% de los jefes del hogar trabaja por su cuenta, el 38% están afiliados al IMSS o al ISSSTE, además de que hasta el 75% solo estudio máximo hasta la secundaria. Respecto al uso de servicios financieros, 50% tiene un crédito informal, 36% tiene un crédito formal, mientras que el 14% restante cuenta con crédito formal e informal.

De esta forma, dadas las características de este segmento, es posible decir que las personas que la conforman carecen de capital económico y social. Por tanto, una gran parte de ellos deben emplearse por su cuenta en el mercado informal, lo que además significa que, dado que carecen de comprobantes de ingresos, es poco probable que puedan acceder a un crédito de la banca tradicional y, por tanto, en su mayoría tengan que recurrir a otro tipo de fuentes de financiamiento.

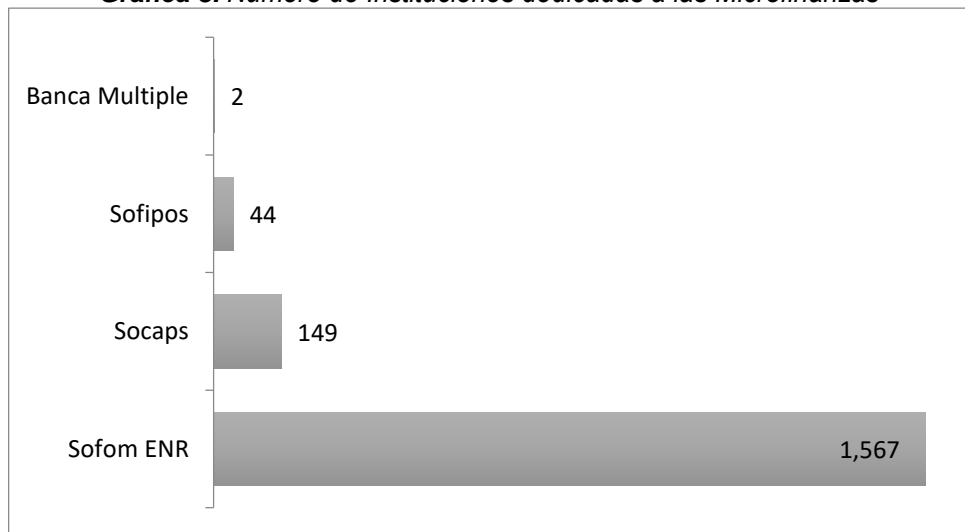
En virtud de ello, la metodología crediticia utilizada por las IMF hace factible que individuos sin historial crediticio o un sueldo fijo pueda acceder a financiamiento. En general, su objetivo es brindar acceso a servicios financieros a los mexicanos de este mercado, primeramente, a través de un microcrédito que les habilite la posibilidad de iniciar o hacer crecer su negocio, que a su vez les permita mejorar su calidad de vida y el de sus familias.

Así, de acuerdo a la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios Servicios Financieros (Condusef):

“Las entidades financieras que ofrecen microcréditos cuentan con características específicas para el otorgamiento de un financiamiento, por ejemplo, no prestan grandes cantidades de dinero a sus clientes y tienen metodologías detalladas para conceder créditos; esto debido a que en el caso de México, la mayoría de las microfinancieras se enfocan a zonas rurales con baja densidad de población o a sectores vulnerables, particularmente mujeres, por lo que se tienen que adaptar a las necesidades de la comunidad a la que ofrecerán sus servicios”.

Las IMF pueden tomar la figura de Instituciones de Banca Múltiple³ (bancos), Sociedades Financieras Populares (Sofipos), Sociedades Cooperativas de Ahorro y Crédito Público (Socaps) y Sociedades Financieras de Objeto Múltiple, sobre todo las no reguladas (Sofom ENR). En conjunto, con base en datos a marzo de 2017 de la Condusef, suman 1,762 las IMF que pueden ofrecer microcréditos.

Gráfica 3. Número de Instituciones dedicadas a las Microfinanzas



Fuente: Elaboración propia con información de la Condusef a marzo 2017

³ De las Instituciones de Banca Múltiple solo consideraremos dos entidades que son las que practican microfinanzas de manera pura, estas son Banco Compartamos y Banco Forjadores.

La CNBV reconoce dos tipos de microcréditos, los de metodología grupal y metodología individual. La Condusef establece que el microcrédito otorgado bajo la metodología grupal, está dirigido a personas que no cuenta con garantías reales (tangibles), el financiamiento se otorga a grupos de personas (más de cinco) de la misma comunidad, y cada individuo será responsable por el crédito de los miembros del grupo, así si uno de los miembros incumple y no hay restitución del capital otorgado, todo el grupo deberá ser reportado al Buró de Crédito; el periodo de amortización del crédito es semanal o quincenal. El crédito individual, se otorga bajo un esquema similar al de la banca tradicional, es necesario que los acreditados tengan garantías reales, el periodo de pago y el monto del capital otorgado son superiores al crédito grupal.

Actualmente, el que una persona pueda optar por un microcrédito grupal o individual dependerá en primera instancia de su capacidad para cubrir los requisitos que le soliciten las IMF para acceder a uno u otro tipo de préstamo. Sin embargo, según revela un estudio de segmentación realizado en 2016 por el Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (Pronafim), para perfilar a los acreditados también debería ser considerado su nivel de entendimiento, tanto del negocio como del microcrédito.

Los resultados de este estudio arrojan que, si bien es cierto que las personas de la BDP comparten características, existen ciertas diferencias en cuanto al nivel de educación, actividad económica, monto del crédito, tamaño del negocio, etc., entre los usuarios de microcréditos, y sin embargo, los créditos que reciben son muy similares, sin condiciones mejores para personas más experimentadas. Por ello, en el estudio se definen cuatro grupos

homogéneos diferenciados por su nivel de desarrollo y necesidades de crédito y capacitaciones (ver cuadro 1).

Cuadro 1. Grupos de microacreditados identificados

Area de influencia de PRONAFIN					
		Menor desarrollo	En crecimiento	Pre-Graduados	Mayor desarrollo
Personales	Edad (años)	Entre 30 y 60	Entre 30 y 60	Entre 30 y 60	Entre 30 y 60
	Formación				
	Interés en cursos	Sin interés	Algunos (e.g. ventas)	Ventas y administración	Ventas, técnicos y administración
Negocio	Actividad principal	Comercio	Comercio	Comercio	Comercio
	Ventas semanales	\$1,000 a \$2,500	\$2,500 a \$10,000	\$10,000 a \$20,000	Más de \$20,000
	Tipo de local	Casa, ambulantes, puerta en puerta	Algunos con local fijo o semifijo	Mayoría con local fijo o semifijo	Local fijo
	Registro contable	Sin registro	Sin registro o libreta	En libreta	Algunos con contador
	Tiene empleados	No	No	Si	Si
	Entendimiento				
Crédito	Tipo de crédito	Grupal	Grupal	Grupal	Individual
	Uso del crédito	Capital de Trabajo	Capital de Trabajo e Inversión	Capital de Trabajo e Inversión	Capital de Trabajo e Inversión
	Monto del crédito	\$1,000 a \$10,000	\$10,000 a \$20,000	\$20,000 a \$25,000	Más de \$25,000
	Entendimiento				

Fuente: Pronafim con datos de la ENAMIN, entrevistas y encuestas con microacreditados de Pronafim entre el 7 y el 14 de abril

Los grupos identificados muestran una progresión respecto al grado de formalidad y conocimiento del negocio, lo que significa también una progresión en sus ingresos, inversiones y activos del negocio y, por tanto, también debería significar una evolución en los montos y condiciones de los microacreditados. Así, la recomendación es establecer cuatro perfiles de microacreditados según su desarrollo y nivel de apoyo: supervivencia, en crecimiento, pre-graduados y en consolidación, de tal modo que la oferta de microcréditos pueda ser diferenciada y responda adecuadamente a las necesidades de cada uno de los perfiles identificados. En razón de la

selectividad propuesta es que debe expresarse la oferta de valor de cada individuo, siendo mejor conforme se acerque a la consolidación.

De acuerdo con esto, las IMF deberían reconocer que las personas que incluyeron en el pasado han entendido el esquema de crédito y son responsables con sus deudas, es decir, han evolucionado a través de la experiencia, y representan un riesgo de impago menor, que se ve impactado directamente en la hoja de balance de las IMF y debería ser compensado con productos financieros diferenciados.

Capítulo 2. Evolución del mercado de microcréditos (2013-2017)

Prodesarrollo (2017), en su reporte anual, abordó el tema de la evolución del microcrédito en el país y concluyó, con base en información reportada por las IMF afiliadas a su red, que al cierre del 2016 el crecimiento de la cartera bruta se había desacelerado notoriamente al no alcanzar una tasa de dos dígitos; creciendo 6% respecto al año anterior para alcanzar 54 mil 855 millones de pesos, mientras que el crecimiento de 2014 a 2015 había sido de 14% y el de 2013 a 2014 de 18%. Por su parte, el número de clientes con créditos activos presentó un débil crecimiento anual al cierre del 2016 de tan solo 1% al pasar de 7.06 millones a 7.16 millones.

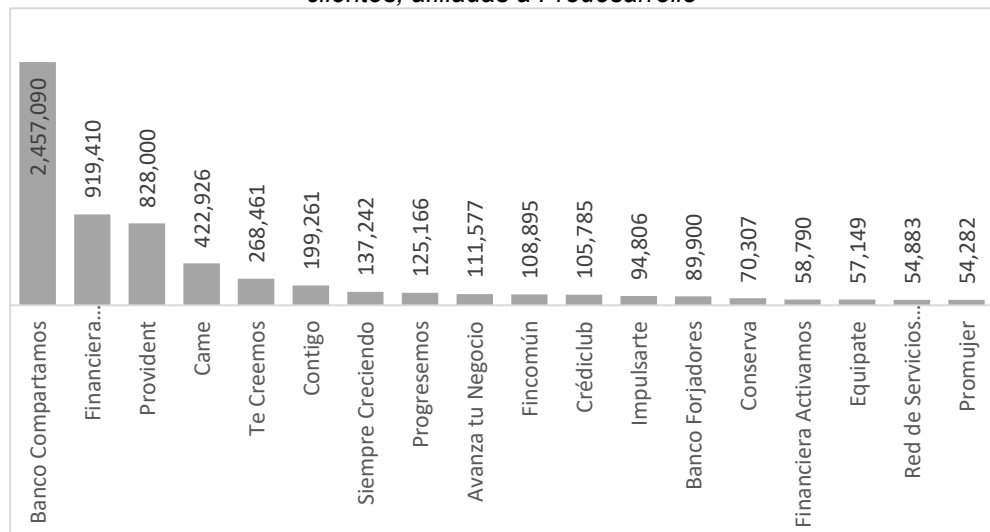
Con base en los datos anteriores pareciera muy evidente que del año 2013 al 2016 el mercado del microcrédito ha sufrido una desaceleración en su ritmo de crecimiento, sin embargo, no podríamos aseverarlo del todo si contemplamos que para sus informes Prodesarrollo solo considera a las IMF afiliadas a su red, las cuales no permanecen constantes de un informe a otro. Es decir, durante un año, mientras algunas IMF se afilian, otras se dan de baja, lo cual no necesariamente significa que dichas IMF estén iniciado operaciones o que hayan dejado de operar o de ofrecer microcréditos y, por tanto, los comparativos del tamaño de cartera y número de clientes pueden resultar inconsistentes.

En este sentido, con la finalidad de verificar el comportamiento de desaceleración del mercado, a continuación, se desarrollará un análisis de la evolución del microcrédito de 2013 a 2017. Se considera como una muestra del mercado a aquellas IMF que al cierre del 2017 reportaron más de 50 mil clientes y que han permanecidos afiliadas de manera constante a Prodesarrollo durante el periodo de estudio.

Las IMF a considerar son Banco Compartamos, Financiera Independencia, Provident, Came, Te Creemos, Contigo, Siempre Creciendo, Progresemos, Avanza Tu Negocio, Fincomún, Crediclub, Impulsarte, Banco Forjadores, Conserva, Financiera Activamos, Equípate, Red de Servicios Financieros y Promujer.

Al 2017, estas 18 IMF atienden a 6 millones 163 mil 930 clientes, de los cuales el 39.86% se encuentran concentrados en Banco Compartamos.

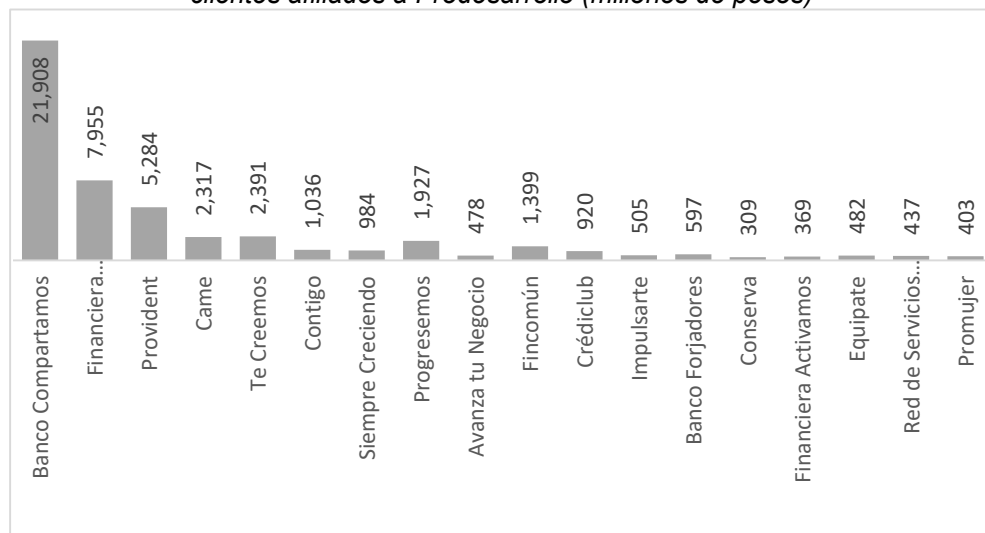
Gráfica 4. Número de clientes al cierre 2017 de las 18 IMF, con más de 50 mil clientes, afiliadas a Prodesarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo al 4T2017

Por su parte, el tamaño de la cartera asciende a 49,701 millones de pesos, de la cual el 44% está concentrada, de igual manera que los clientes, en Banco Compartamos.

Gráfica 5. Tamaño de cartera al cierre 2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo (millones de pesos)



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo al 4T2017

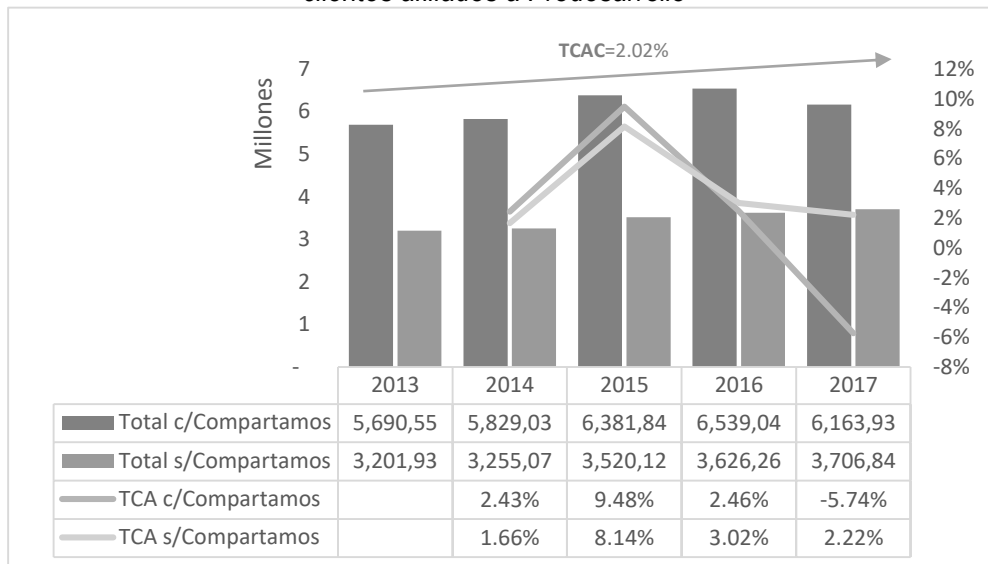
Así, asumiendo en adelante a estas IMF como el mercado, se procederá al análisis.

2.1. Clientes

De 2013 a 2017 el mercado creció en clientes a una Tasa de Crecimiento Anual Compuesta (TCAC) del 2.02%, de tal modo que al cierre del 2017 hay 473,380 más clientes respecto al cierre del 2013. Sin embargo, si revisamos el comportamiento histórico de la Tasa de Crecimiento Anual (TCA) podemos observar (ver gráfica 6, serie Total c/Compartamos y TCA c/Compartamos) que esta no ha sido constante pues, después de mostrar un crecimiento acelerado de 2013 a 2015, en 2016 comenzamos a observar un ritmo más lento, de sólo el 2.46%, 7.02 puntos porcentuales menos a la tasa registrada un año anterior, e incluso para 2017 podemos percibir que el

mercado presenta una tasa de crecimiento negativa del 5.74; es decir que en un año el decrecimiento fue de 473,380 clientes, lo que representa poco más del 40% de los 848,497 clientes que el mercado creció de 2013 a 2016.

Gráfica 6. Evolución del número de clientes 2013-2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo⁴



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2013 al 4T2017

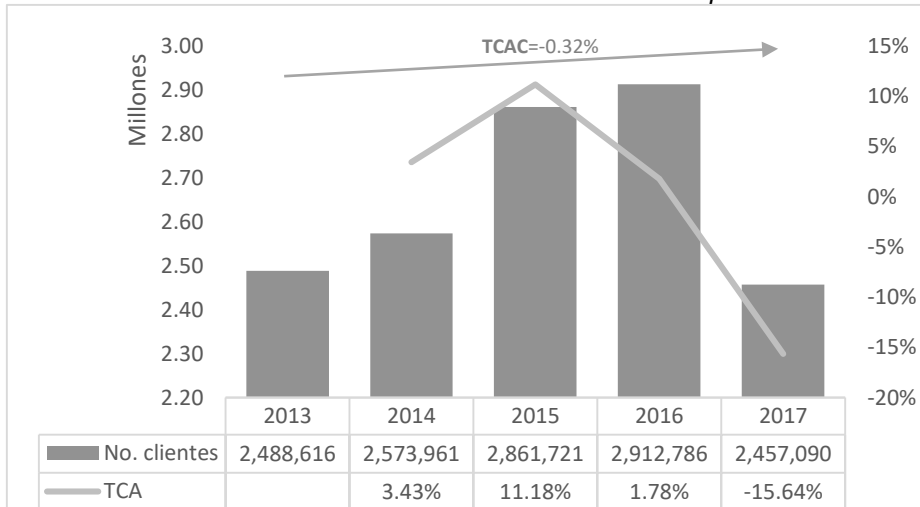
Ahora bien, considerando que al cierre del 2017 el 39.86% de los clientes del mercado están concentrados en Compartamos Banco, resulta importante analizar el comportamiento de los clientes de esta IMF y ver qué tanto influye en el del mercado.

Después de mantenerse en crecimiento, de 2016 a 2017 (ver gráfica 7) Compartamos Banco decreció en un 15.64%, que en números absolutos significa la pérdida de 424,170 clientes en un año para cerrar en 31,526

⁴ En el caso de Te Creemos, con el objetivo de mantener un comportamiento orgánico, al número de clientes del año 2013 al 2016 se sumaron los clientes de las instituciones que compro en este periodo, las cuales son: Finclusión (a su vez considera clientes de Apoyo Económico Integral), Financiera Felicidad y Finca México.

menos que en 2013. De este modo es evidente que la tendencia del mercado está correlacionada positivamente con el comportamiento de la IMF más grande del país.

Gráfica 7. Evolución del número de clientes 2013-2017 de Compartamos Banco



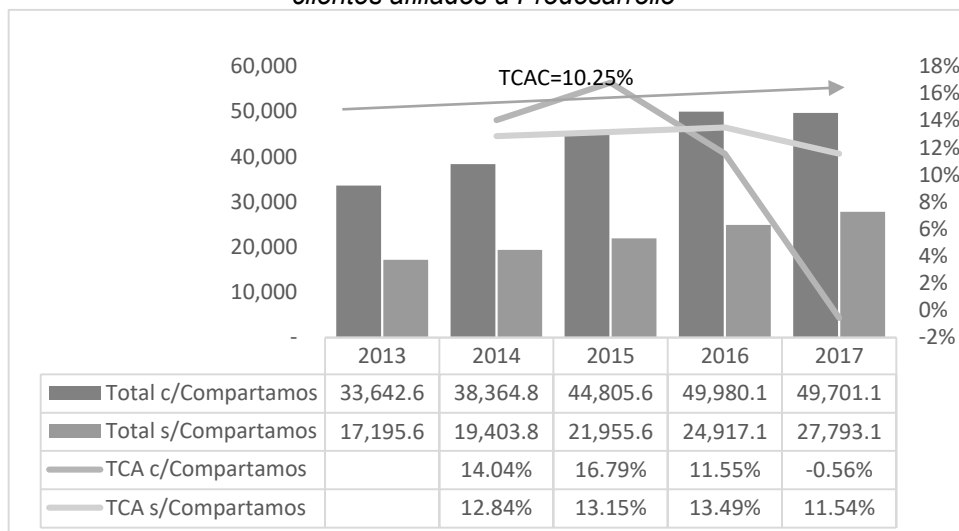
Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2013 al 4T2017

Así, sin Compartamos (ver gráfica 6, serie Total s/Compartamos y TCA s/Compartamos) el mercado no presenta una tasa de crecimiento negativa para 2017, sin embargo, si puede observarse una desaceleración en el ritmo de crecimiento de los clientes dado que el crecimiento fue solo del 2.22%, una tasa 5.92% y 0.8% menor que en 2015 y 2016 respectivamente.

2.2. Cartera

El mercado ha mostrado un interesante comportamiento de la cartera dado que la TCA se ha mantenido por arriba del 10% salvo para el 2017 cuando decreció en 0.56% (ver gráfica 8, serie Total c/Compartamos y TCA c/Compartamos), una caída influenciada por la pérdida del 12.59% de la cartera de Banco Compartamos (ver gráfica 9).

Gráfica 8. Evolución del tamaño de cartera 2013-2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo⁵



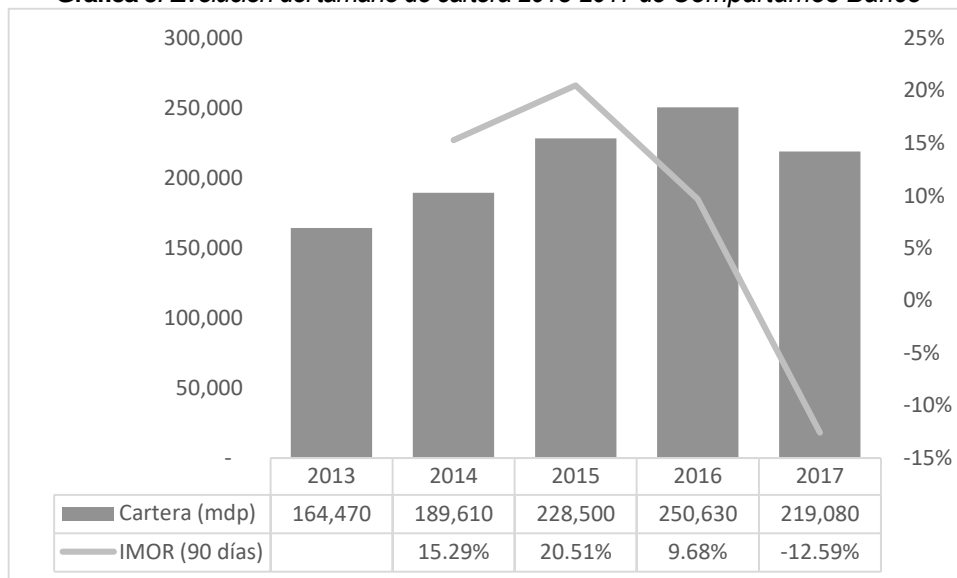
Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2013 al 4T2017

En promedio, el mercado ha crecido a una TCAC del 10.25%, para alcanzar poco más de 49 mil 701 millones de pesos al cierre del 2017.

Por su parte, sin el efecto Compartamos, la cartera del mercado crece en promedio a una TCAC del 12.75% y se mantiene en crecimiento constante incluso al cierre del 2017 cerrando en 11.54% comparado con el año previo.

⁵ Ídem.

Gráfica 9. Evolución del tamaño de cartera 2013-2017 de Compartamos Banco



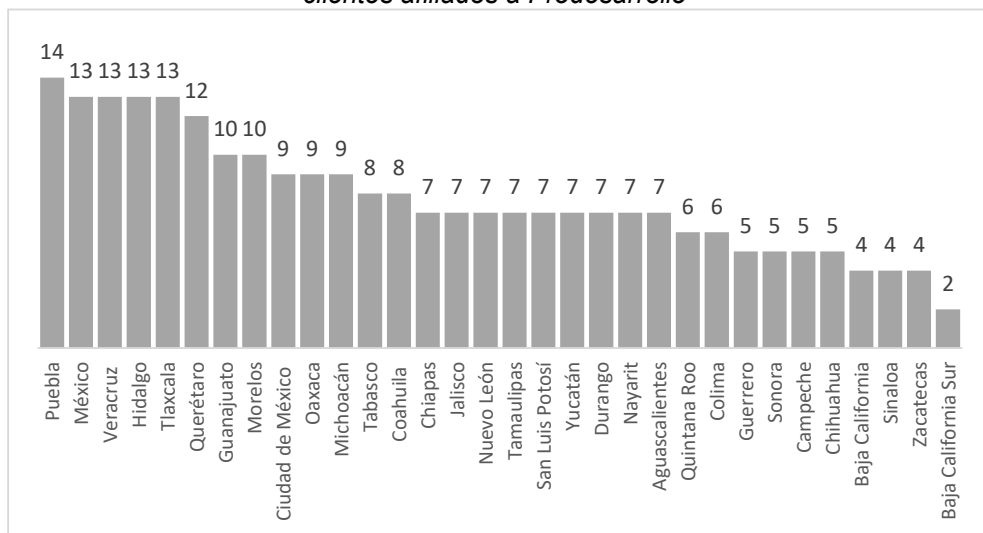
Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2013 al 4T2017

2.3. Cobertura

Las IMF que conforman nuestro mercado de estudio suman en conjunto 2 mil 077 sucursales distribuidas a lo largo de los 32 estados de la República Mexicana.

Por número de competidores, Puebla es el estado más competido ya que en él están presentes 14 diferentes IMF: Compartamos Banco, CAME, Crediclub, Contigo, Te Creemos, Siempre Creciendo, Banco Forjadores, Avanza tu Negocio, Promujer México, Red de Servicios Financieros, Impulsarte, Financiera Independencia, Equípate y Fincomún.

Gráfica 10. Número de IMF por estado al 4T2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo⁶



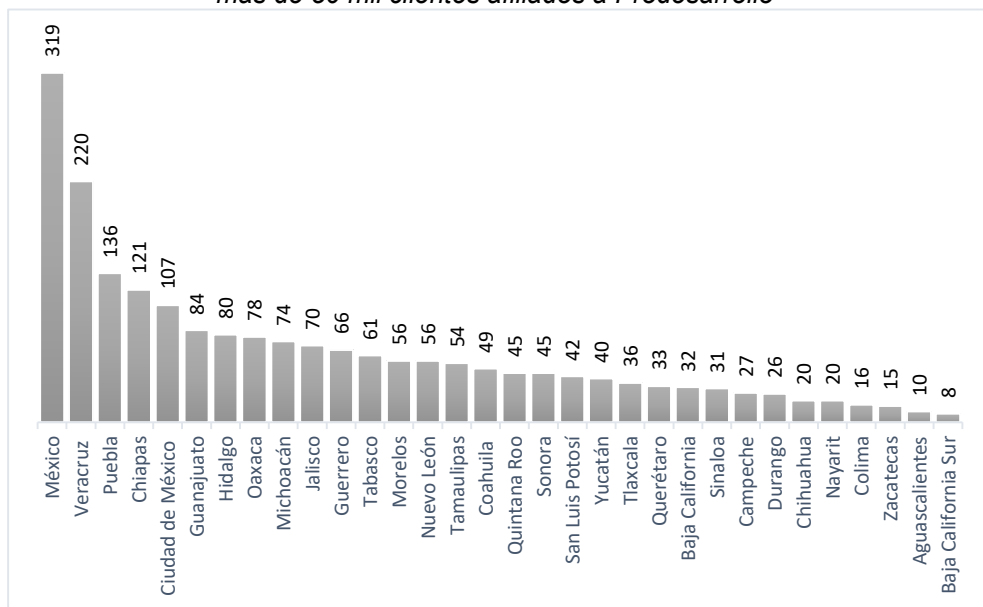
Fuente: Elaboración propia con datos de los sitios web de la IMF

Por su parte, el estado menos competido es Baja California Sur quien cuenta con la presencia de solo 2 IMF que son Compartamos Banco y Financiera Independencia.

Medido por número de sucursales el estado más saturado es el Estado de México con 319 sucursales de 13 diferentes IMF, seguido por Veracruz con 220, Puebla con 136, Chiapas con 121 y Ciudad de México con 107 sucursales.

⁶ No considera información de Provident dado que el modelo de negocio de esta IMF, a pesar de tener cobertura en la mayoría del territorio nacional, no contempla la atención a clientes bajo la modalidad de sucursales.

Gráfica 11. Número de sucursales de las IMF por estado al 4T2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo⁷



Fuente: Elaboración propia con datos de los sitios web de la IMF

Los estados con menor número de sucursales son Baja California sur con 8, Aguascalientes con 10, Zacatecas con 15, Colima con 16 y Nayarit con 20.

Cabe mencionar que entre los estados con más número de sucursales y los estados con menor número existe una brecha importante. El 43.48% de las sucursales están concentradas en 5 estados del centro y sur del país.

2.4. Promotores

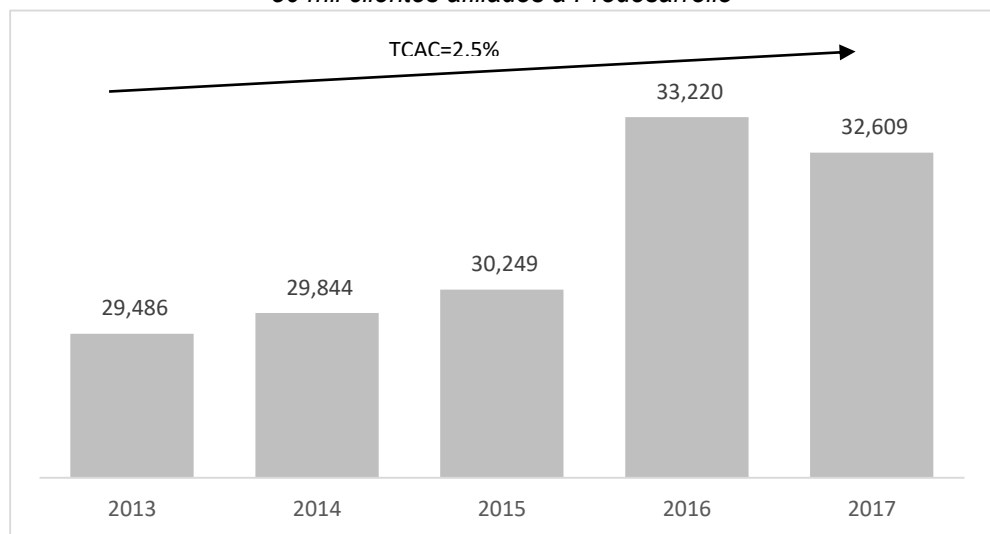
Los promotores juegan un papel fundamental en el éxito de las IMF. En la mayoría de los casos, sobre todo cuando se trata de créditos grupales, son los promotores

⁷ Ídem.

quienes se desplazan hasta donde están los clientes y, por tanto, el comportamiento del número de promotores puede mostrarnos como está evolucionando el mercado.

Al 2017 hay 32 mil 609 promotores en el mercado, los cuales atienden en promedio a 189 clientes cada uno. Esto significa una disminución en la productividad respecto a 2013 cuando había 29 mil 486 promotores atendiendo en promedio a 193 clientes cada uno.

Gráfica 12. Evolución del número de promotores 2013-2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2013 al 4T2017

Así, el número de promotores ha crecido en promedio a una TCAC del 2.5%, sin embargo, su productividad se ha visto disminuida dado el escenario de desaceleración en el crecimiento del número de clientes. Además, la misma desaceleración produjo que de 2016 a 2017, 611 promotores perdieran su trabajo.

2.5. Tasas de interés

La tasa de interés es quizá el tema más controversial en microfinanzas, mucho se habla de qué si son justas o no. Metodológicamente CGAP⁸ indica que:

“en el caso de los microcréditos, las tasas de interés suelen ser mayores que aquellas que pagan las personas más ricas. El problema está en gran medida relacionado con el costo ya que el costo administrativo de un préstamo pequeño es mucho mayor como porcentaje del tamaño del préstamo, además de que las decisiones crediticias correspondientes a clientes sin garantías o salarios no pueden tomarse sobre la base de una clasificación del crédito automática, por lo que exigen un nivel sustancial de participación de un oficial de crédito, que debe determinar el riesgo de cada préstamo. Así, para no dejar de ser sostenibles, las instituciones deben determinar precios que permitan cubrir sus costos”

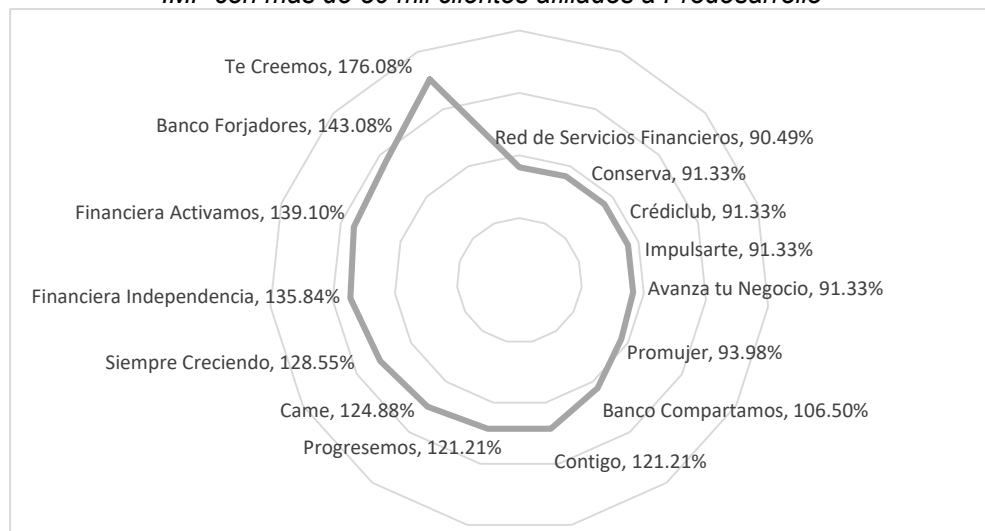
Sin embargo, pese a que es admisible que las tasas de interés deben ser altas, un Estudio sobre las Tasas de Interés de Microcrédito en México, realizado en mayo 2017 por Corporación Financiera Internacional (CFI) junto con TRIPLE JUMP, FOMIN-BID Y PRONAFIN, concluye que las tasas de interés en el país permanecen entre las más altas de América Latina, y aun cuando presentan una tendencia decreciente, la disminución es poco significativa y una de las razones es que el crecimiento del mercado se ha propiciado por el dominio de la metodología grupal cuya gestión del riesgo descansa en el capital social por lo que el crédito está limitado por la capacidad colectiva de pago del grupo, resultando un crédito promedio bajo, con altos costos de operación por peso otorgado en préstamo.

Medido por institución y por metodología, las tasas de interés de las IMF que conforman nuestro mercado, a diciembre 2017, se comportan de la siguiente manera.

⁸ CGAP (Consultative Group to Assist the Poor) es una asociación global con más de 30 organizaciones que buscan mejorar las condiciones de la gente de escasos recursos a través de la innovación y profundización de la inclusión financiera

La tasa anual sin IVA⁹ de los microcréditos de las 15 IMF con metodología grupal para clientes nuevos van del 90.49% al 176.08%.

Gráfica 13. Tasa anual sin IVA de los microcréditos grupales para clientes nuevos de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo¹⁰



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada en las sucursales de las IMF

La IMF que ofrece la tasa anual sin IVA más baja es Red Servicios Financieros y la más alta corresponde al microcrédito de Te Creemos y entre ambas hay una diferencia de poco más de 85 puntos porcentuales, una brecha que sugiere una gran disparidad entre la oferta de valor de las diferentes IMF de nuestro mercado.

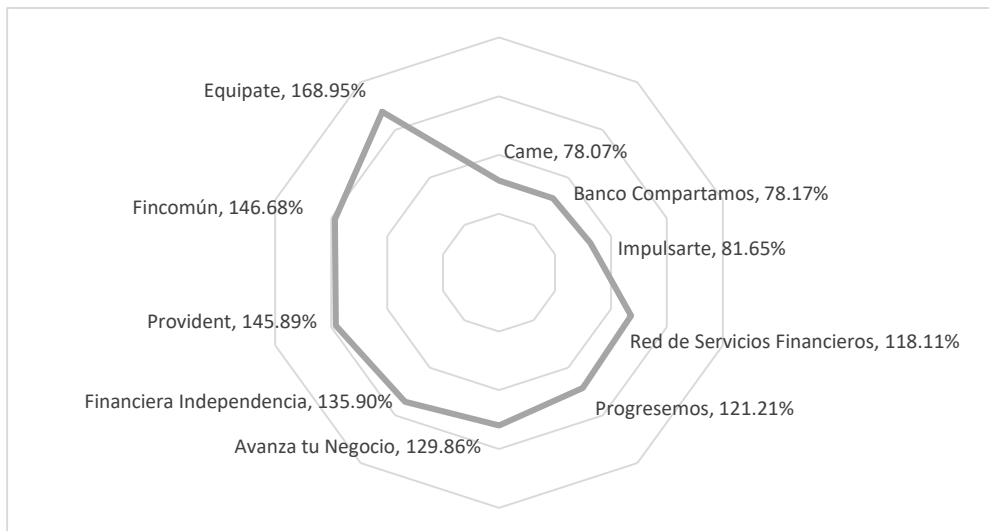
⁹ La tasa anual sin IVA corresponde a la tasa efectiva anualizada descontando el IVA y el cálculo se realizó con base en los datos de monto inicial, cuota y número de cuotas proporcionada en las IMF para un microcrédito grupal.

¹⁰ No considera información de Provident, Fincomún y Equípate dado que estas IMF no ofrecen microcréditos grupales.

Además, más del 50% de las IMF ofrecen tasas todavía por arriba del 100%, entre ellas Compartamos Banco, Financiera Independencia, Came y Te Creemos, cuatro de las IMF más importantes y grandes del país.

Por su parte, la tasa anual sin IVA¹¹ de los microcréditos de 10 IMF con metodología individual para clientes nuevos van del 78.07% al 168.95%.

Gráfica 14. Tasa anual sin IVA de los microcréditos individuales para clientes nuevos de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo¹²



Fuente: Elaboración propia con información proporcionada en las sucursales de las IMF

Came es quien ofrece la tasa anual sin IVA más barata la cual es del 78.07%, mientras que Equipate es quién registra la más alta al alcanzar una tasa de 168.95%. La diferencia entre ambas tasas es de 90.88%, una brecha muy amplia que, de igual

¹¹ La tasa anual sin IVA corresponde a la tasa efectiva anualizada descontando el IVA y el cálculo se realizó con base en los datos de monto inicial, cuota y número de cuotas proporcionada en las IMF para un microcrédito individual.

¹² No considera información de Conserva, Contigo, Crediclub, Promujer y Siempre Creciendo dado que estas IMF no ofrecen créditos individuales. Tampoco de Banco Forjadores, Financiera Activamos y Te Creemos por no contar con la información necesaria para realizar el cálculo de la tasa.

manera que en el caso de la metodología grupal, sugiere una disparidad en la oferta de valor de los microcréditos individuales de las distintas IMF.

Pese a que la metodología individual implica un menor riesgo que la metodología grupal, la diferencia de las tasas de los microcréditos individuales y grupales no refleja claramente esa situación, es decir que, las tasas de ambas metodologías se mantienen en niveles similares, cuando la lógica nos diría que las tasas de los individuales deberían ser un tanto más baratas que las tasas de los grupales.

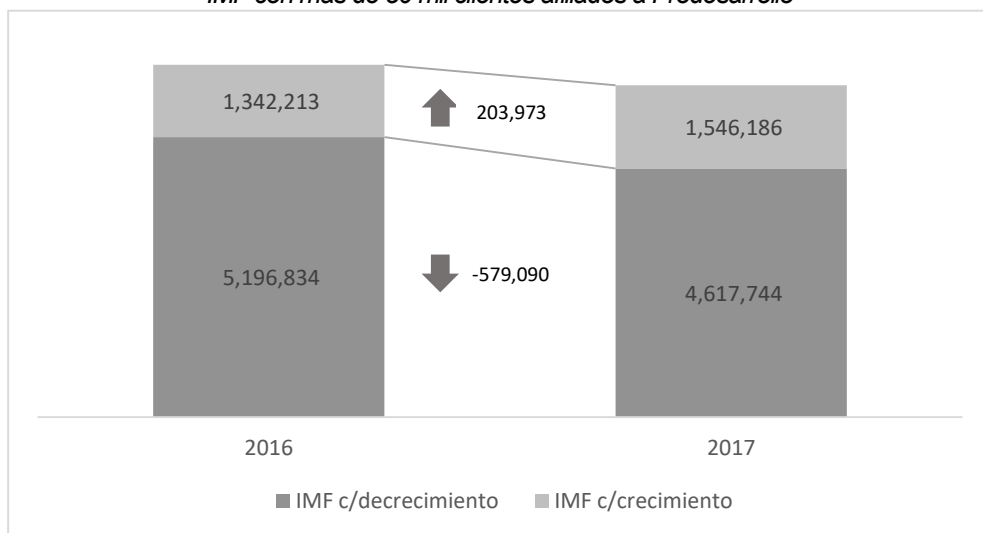
Así, aunque las tasas son las más altas de América Latina, podemos decir que dentro de la oferta de las IMF existen unas más caras que otras y que es notoria la diferencia de precios que se ofrecen en el mercado, situación que posiblemente está reflejando la evolución de algunos de los ofertantes de microcréditos que comienzan a considerar las ventajas de tener clientes con experiencia, e incluso puede implicar un punto de inflexión en la recomposición que se está observando del mercado. Quizá en el corto plazo podamos observar un desplazamiento de IMF que son menos económicas, a tasas de interés que reflejen menor riesgo.

Capítulo 3. La desaceleración del mercado de microcréditos

Con base en el análisis de la evolución del mercado de microcréditos en México que se desarrolló en el capítulo anterior, es claro que el mercado medido por número de clientes se está desacelerando y es más evidente si consideramos lo sucedido en 2017 cuando el mercado sufrió por primera vez un decrecimiento del 5.74%.

Una de las causas fue la influencia que ejerce Compartamos en el mercado. Al ser la IMF más grande del país y perder el 15.64% de sus clientes en tan solo un año, propició que el mercado siguiera la misma tendencia. Sin embargo, no fue la única IMF que decreció. Entidades como Financiera Independencia, Te Creemos, Red de Servicios Financieros, Provident y Banco Forjadores también experimentaron en conjunto con Compartamos la pérdida de 579 mil 090 clientes en 2017 respecto a 2016.

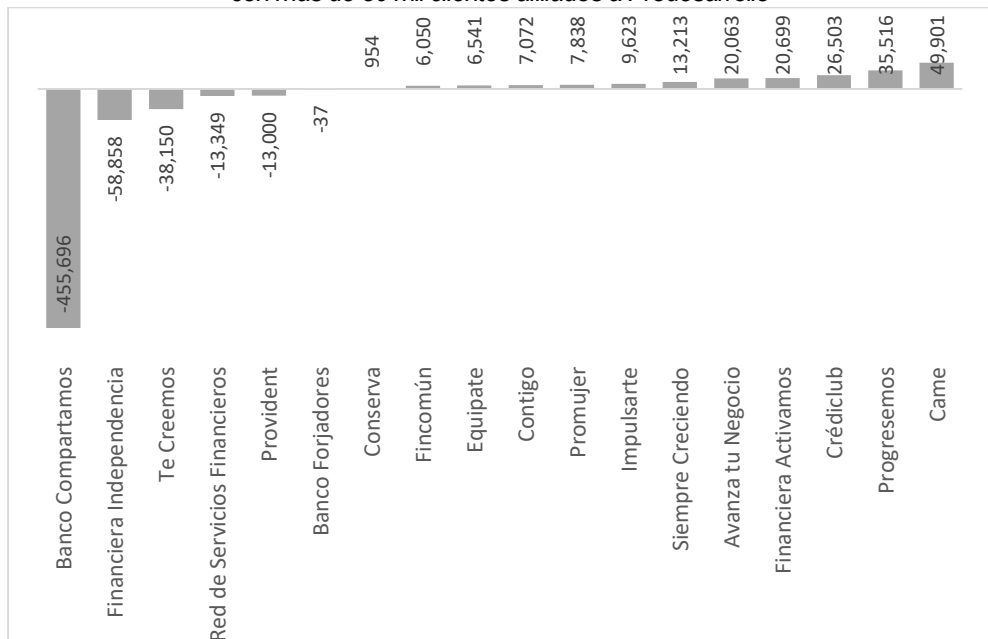
Gráfica 15. Número de clientes por categoría de crecimiento 4T2016 vs 4T2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2016 y 4T2017

Contrariamente, el resto de las IMF de nuestro mercado que son Conserva, Fincomún, Equipate, Contigo, Promujer México, Impulsarte, Siempre Creciendo, Avanza tu Negocio, Financiera Activamos, Crediclub, Progresemos y Came mostraron un crecimiento y en conjunto sumaron 203 mil 973 clientes. Sin embargo, esto no alcanzó para contrarrestar la caída del resto de los competidores.

Gráfica 16. Crecimiento absoluto del número de clientes 4T2016 vs 4T2017 de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo



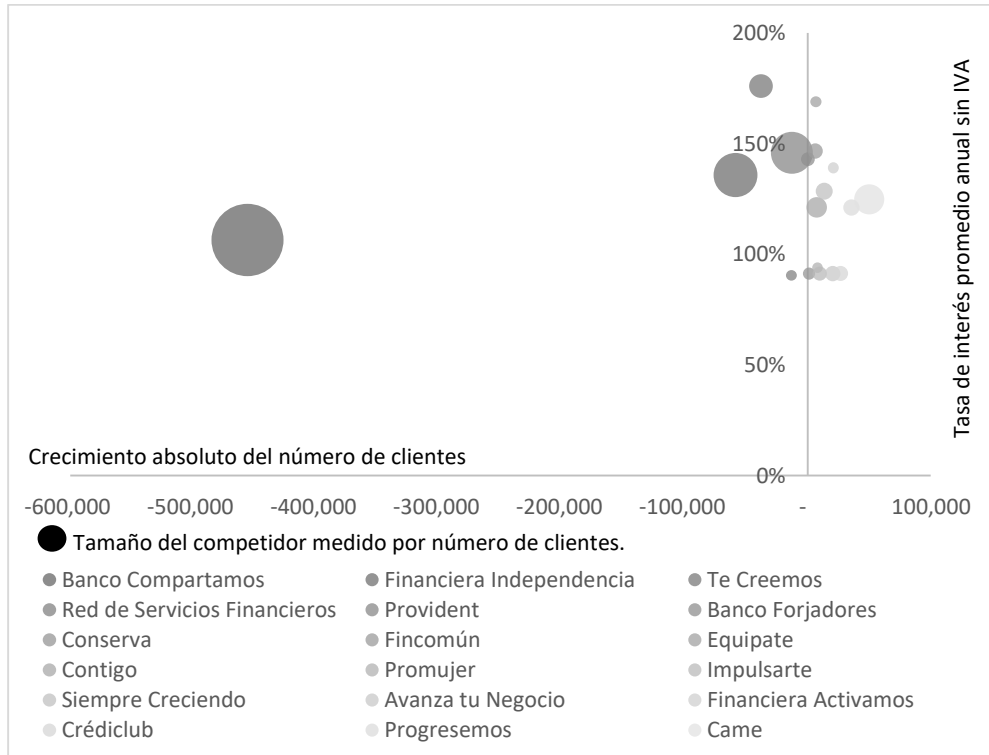
Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo del 4T2016 y 4T2017

Ahora bien, se analizará si el comportamiento del crecimiento de los clientes está relacionado directamente con la oferta de valor de los microcréditos, específicamente con el precio de los mismos.

Se observa (ver gráfica 17), que Banco Compartamos, Financiera Independencia, Te Creemos y Provident a pesar de ser cuatro de las cinco

IMF con más clientes del país, durante 2017 experimentaron un decrecimiento y coinciden en que tienen una tasa de interés mayor al 100%.

Gráfica 17. Correlación entre el crecimiento absoluto del número de clientes 4T2016 vs 4T2017 y la tasa de interés anual sin IVA de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo¹³



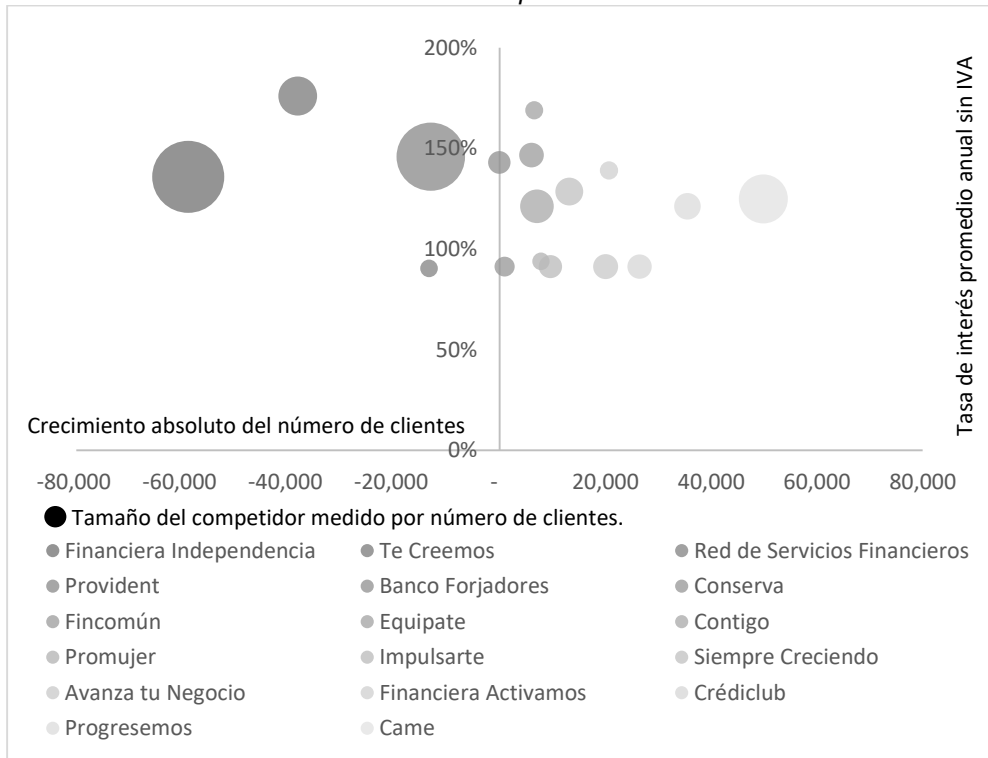
Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo al 4T2017

Si hacemos zoom a la gráfica anterior (ver gráfica 18) para analizar a las IMF que mostraron crecimiento, podemos ver que Came fue la institución que más ganó al sumar casi 50,000 clientes de 2016 a 2017 y aunque mantiene una tasa de interés por arriba del 100% es una entidad que ha buscado diferenciar su oferta de valor otorgando bonificaciones a sus

¹³ En caso de que la IMF cuente con microcrédito grupal e individual, la tasa que se considera para esta gráfica es la que resulta del promedio de ambas.

clientes las cuales consisten en regresar hasta el 35% de los intereses + IVA que se paguen durante el microcrédito grupal, esto después de que se el acreditado haya mostrado un buen comportamiento en sus pagos, por lo que en términos reales la tasa de interés es inferior al 100% para este segmento de clientes.¹⁴

Gráfica 18. Correlación entre el crecimiento absoluto del número de clientes 4T2016 vs 4T2017 y la tasa de interés anual sin IVA de las 18 IMF con más de 50 mil clientes afiliados a Prodesarrollo sin Compartamos Banco¹⁵



Fuente: Elaboración propia con datos de Prodesarrollo al 4T2017

¹⁴ Información disponible en el sitio <https://www.came.org.mx/prestamo-grupal>

¹⁵ En caso de que la IMF cuente con microcrédito grupal e individual, la tasa que se considera para esta gráfica es la que resulta del promedio de ambas.

Entre otras de las IMF que ganaron clientes se encuentran Crediclub, Avanza tu Negocio, Impulsarte y Conserva, las cuatro IMF que ofrecen una tasa anual sin IVA del 91.33%, la segunda más baja del mercado para microcréditos grupales, además de que algunas entidades al igual que Came están implementando estrategias de diferenciación.

Por ejemplo, Crediclub, segmenta a sus clientes en cuatro clasificaciones con base en la experiencia crediticia que han adquirido de otros créditos grupales, el número de integrantes del grupo y el monto del crédito, de tal modo que ha mayor categoría menor la tasa de interés anual que pagan¹⁶. Además, según la categoría, ofrece desde el primer ciclo un descuento permanente en el pago de la ficha semanal para las integrantes del comité¹⁷ y a partir del segundo ciclo para el resto de las integrantes. De esta forma, aunque la tasa de interés de Crediclub ya es una de las más baratas del mercado, esta se ve disminuida un poco más cuando se aplican los descuentos permanentes.

De este modo, se advierte la posibilidad de aquellas instituciones que están creciendo en número de clientes (como CAME o Crediclub) también tienen mejores tasas de interés u oferta de valor. Por tanto, es probable que la razón por la que algunas IMF no lograron crecer en 2017 se deba al hecho de ofrecer microcréditos con altas tasas de interés o de no contar con una oferta de valor que permita diferenciar sus créditos y posicionarlos entre las preferencias de los clientes.

¹⁶ Información disponible en el sitio web: <http://www.crediclub.com/mujeractiva/>

¹⁷ Los créditos grupales se manejan mediante Comités, cuya función es administrar y monitorear el sano desempeño del grupo acreditado. Por lo general son presididos por un Presidente, Secretario, Tesorero.

Conclusiones

Al inicio de este trabajo se estableció la hipótesis de que el mercado de microcréditos se encuentra en una etapa de desaceleración, la cual podemos aceptar ya que, como se ha visto a lo largo de este ensayo, el mercado medido por número de clientes ha mostrado desde 2016 una desaceleración en su ritmo de crecimiento.

Cada vez cuesta más a las IMF llegar a nuevos clientes y/o mantener los que ya tenían y quizá una de las posibles causas de esta situación es que las IMF están concentrando sus sucursales en ciertos estados y están dejando de llegar a localidades de otros estados donde podrían incluir financieramente a más población.

Podríamos decir entonces que, dado que el mercado objetivo se encuentra ocupado, las IMF se están enfocando en retener a los clientes que ya tienen y en atraer a otros más de la competencia. Es probable que los clientes estén dejando de formar parte de las IMF que no estén recibiendo un valor agregado en sus microcréditos y estén buscando nuevas opciones en aquellas IMF con tasas de interés más bajas o mejor oferta de valor.

También es probable que, para retener a los clientes, las IMF estén optando por otorgar créditos de mayor tamaño, una situación riesgosa que aumenta la posibilidad de que más créditos registren incumplimientos pero que explicaría muy bien que el tamaño de la cartera se esté incrementando considerablemente, aun cuando el número de clientes no está creciendo al mismo ritmo.

Otra posible causa de la desaceleración del mercado podría ser que aquellos clientes que ya tienen cierta experiencia y han avanzado en el conocimiento del crédito y de su negocio (como veíamos en el capítulo 1),

estén migrando del mercado de microcréditos para participar en el mercado de banca tradicional, donde es posible que puedan alcanzar montos mayores y mejores condiciones de crédito.

De este modo, se sugiere a las IMF revisar la oferta de valor de sus microcréditos, con la intención de hacerla más competitiva y permita así la atracción y el crecimiento en clientes.

Así mismo, como posible solución, las IMF deben buscar alternativas y realizar esfuerzos en cuanto a la innovación en la originación del crédito, de tal modo que puedan llegar a localidades más alejadas y puedan seguir cumpliendo con el objetivo de incluir financieramente a más mexicanos a través de microcréditos que les permitan emprender o hacer crecer su negocio, así como contribuir a mejorar su calidad de vida y la de sus familias.

Referencias Bibliográficas

- Armendáriz, Beatriz (2012). *“Economía de las Microfinanzas”*. México, Fondo de Cultura Económica.
- Banco Interamericano de Desarrollo (2015). *“La Base de la Pirámide en México”*. México, BID.
- Consejo Nacional de Evaluación de la Política de Desarrollo Social (2017). *“Informe de Evaluación de la Política de Desarrollo Social 2016, principales hallazgos”*. México, Coneval.
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (2014). *“Microcréditos, el costo de contratarlos”*. México, Condusef.
- Corporación Financiera Internacional (2017). *“Estudio sobre las tasas de interés de microcrédito en México”*. México D.F., IFC.
- Prahalad, C.K. (2006). *“The Fortune at the bottom of the pyramid”*. U.S.A, Pearson Education.
- Prodesarrollo (2017). *“Benchmarking de las Microfinanzas en México 2016-2017”*. México D.F., Prodesarrollo.
- Programa Nacional de Financiamiento al Microempresario (2016). *“Conocer a la microempresaria mexicana para atender mejor sus necesidades”*. México, PRONAFIM.
- Prodesarrollo
 - *“Informe trimestral 4T2013 (2013)”*. México, Prodesarrollo.
 - *“Informe trimestral 4T2014 (2014)”*. México, Prodesarrollo.
 - *“Informe trimestral 4T2015 (2015)”*. México, Prodesarrollo.
 - *“Informe trimestral 4T2016 (2016)”*. México, Prodesarrollo.
 - *“Informe trimestral 4T2017 (2017)”*. México, Prodesarrollo.

- "Muhammad Yunus - Nobel Lecture". Nobelprize.org.
http://www.nobelprize.org/nobel_prizes/peace/laureates/2006/yunus-lecture-en.html
- Niveles Socioeconómicos, Asociación Mexicana De Agencias De Inteligencia De Mercado Y Opinión Pública.
<http://www.amai.org/nse/>
- Portal de Microfinanzas. Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP).
<https://www.microfinancegateway.org/es>
- CNBV, Glosario de Términos.
<http://portafolioinfo.cnbv.gob.mx/Paginas/Glosario.aspx>
- Sitio web Compartamos Banco
<https://www.compartamos.com.mx/wps/portal/compartamos>
- Sitio web Financiera Independencia
<https://www.independencia.com.mx/>
- Sitio web Provident
<https://www.provident.com.mx/>
- Sitio web Came
<https://www.came.org.mx/>
- Sitio web Te Creemos
<http://tecreemos.com/>
- Sitio web Contigo
<https://www.fcontigo.com/>
- Sitio web Siempre Creciendo
<http://siemprecreciendo.com.mx/>
- Sitio web Progreseemos
<http://www.progreseemos.com.mx/>

- Sitio web Avanza Tu Negocio
<http://www.avanzatunegocio.com/>
- Sitio web Fincomún
<http://www.fincomun.com.mx/>
- Sitio web Crediclub
<http://www.crediclub.com/>
- Sitio web Impulsarte
<http://www.impulsarte.com.mx/>
- Sitio web Banco Forjadores
<http://www.impulsarte.com.mx/>
- Sitio web Conserva
<http://conserva.org.mx/>
- Sitio web Financiera Activamos
<https://www.financieraactivamos.com/>
- Sitio web Equípate
<http://www.equipate.com.mx/>
- Sitio web Red de Servicios Financieros
<http://rsfinancieros.com.mx/>
- Sitio web Promujer México
<https://mexico.promujer.org/>