



“Muchos ya quisiéramos tener la capacidad de hacer lo que las personas de bajos recursos hacen con las restricciones que tienen en educación y en acceso a servicios y productos”.

En sus zapatos

Todas las personas de cualquier nivel socioeconómico toman decisiones económicas y hacen uso de productos y servicios financieros durante prácticamente toda su vida, desde niños hasta que son adultos mayores. La diferencia está en que algunos tomarán decisiones con mucho más conocimiento que otros (algunos las tomarán de forma empírica).

Las personas de escasos recursos sí ahorran pero lo hacen a través de mecanismos informales, prevén ciertas situaciones que pudieran tener el día de mañana, por ejemplo: adquieren un animal, guardan grano, colocan tabiques debajo de sus muebles cuando esperan inundaciones, transforman su negocio según el producto que esté en temporada, ahorran en casa o mediante un intermediario irregular. “Muchos ya quisiéramos tener la capacidad de hacer lo que ellos hacen con las restricciones que tienen en educación y en acceso a servicios y productos”, expone Yerom Castro Fritz, Director de Inclusión Financiera y Control Interno de Compartamos Banco. “El problema es que no se puede asegurar el éxito de estos mecanismos informales de ahorro y previsión. De ahí la importancia de que intermediarios regulados y supervisados

ofrezcan productos y servicios financieros eficientes que se adecúen a las necesidades de este sector de la población”.

Las personas de escasos recursos se acercan a mecanismos financieros informales, pues bajo su perspectiva son los que tienen la puerta abierta. ¿Cómo convencer a estas personas que existen alternativas accesibles en la esfera formal? El directivo de *Compartamos Banco* responde que es un tema de confianza, de hablar el mismo idioma que ellos, de que el intermediario no sienta que es superior a ellos, por ejemplo “no puedes pedirle a un jornalero que está zafándose unas horas de su trabajo que se quite el sombrero, que se cambie de zapatos para entrar a tu sucursal. Se le debe tratar igual que a cualquier persona, y ese trato no muchos bancos tradicionales lo tienen”.

Ahorro y seguro de la mano

Los imprevistos como una enfermedad, un accidente o perder la principal fuente de ingresos pueden desbalancear el presupuesto de cualquier hogar, cuánto más el de aquellos que menos recursos tienen. Yerom comparte con nosotros dos mecanismos para aminorar sus efectos en cualquier nivel socioeconómico: el ahorro y el seguro. “El ahorro no sólo se trata de cuánto dinero tienes líquido en una inversión, también puedes tener ahorro patrimonial”.

Añade que la industria de microseguros se ha focalizado en el microseguro de vida, que es un

producto bien importante, que ayuda a solventar los gastos por fallecimiento. Algunos estudios que el banco ha realizado, revelan que una familia tarda entre dos y tres años en liquidar todos los gastos que trae consigo la muerte de un familiar y más aún si es la cabeza de la misma. También hay seguros de vida ligados a un crédito, en los cuales si el cliente muere la deuda se liquida automáticamente.

En el tema de seguros es fundamental la protección al cliente, afirma. “No debe existir una venta obligada, pues el seguro que se vende de esta manera o sin una capacitación adecuada, en vez de generar un bien social genera un daño. Primero

porque se puede estar vendiendo por cantidades arriba de lo que el cliente requiere, generándole un gasto adicional. Segundo, si no se educa al cliente sobre los beneficios de contratar un seguro, lo más probable es que tampoco esté consciente de que tenga que avisar a sus beneficiarios para que éstos puedan cobrarlo”.

Al respecto, Yerom Castro nos comenta que están conscientes de que para un cliente de bajos recursos es importantísimo que la indemnización del seguro se realice lo más pronto posible para que no tenga que recurrir al empeño o se vea obligado a vender sus instrumentos de trabajo. Sin embargo, expone que el principal

problema radica en el tiempo que los beneficiarios tardan en llevar la documentación necesaria.

La estrategia: crédito grupal

Un problema es que la familia tenga bajos recursos, y a esto puede sumarse que sus entradas sean irregulares o impredecibles, ¿cómo afecta esta situación la posibilidad de contratar un producto o servicio financiero? El entrevistado nos platica que la estrategia del banco es entender lo que la gente necesita,

creando productos adecuados para ellos, como el crédito grupal. Éste consiste en formar un grupo que apoye a quien entra en un problema de pago hoy para que no pierda el acceso

al crédito, y a su vez el día de mañana esa persona apoye a otras del mismo grupo.

Añade que la metodología tiene sus retos, pues si no la aplicas bien, no genera los beneficios que se esperan: “El grupo se tiene que autoseleccionar, es decir, los mismos integrantes tienen que escoger quién entra al grupo y quién no, pues de eso depende que funcione la metodología, además de obligarles a que paguen rápido el capital. Un requisito para otorgarles el crédito es que lo empleen en una actividad productiva, adicionalmente se hacen

vínculos comerciales, por ejemplo si doña Lupe es la que tiene la taquería, voy a comer tacos a su negocio pues es de mi grupo. Les pedimos también que en 16 semanas liquiden el 100% del crédito, para que cuando comience otro ciclo productivo, lo hayan ya pagado.

Continúa el entrevistado: “nuestra metodología además crea capacidades financieras en el cliente, transmitimos el uso responsable del crédito y los costos asociados a él, que no sólo se trata de la tasa de interés y de las comisiones asociadas, sino también de una serie de gastos indirectos que para el sector de menores recursos es importantísimo como son los costos transaccionales y el tiempo. Es decir, si una persona tarda de tres a cuatro horas para llegar a un punto y realizar una transacción, debe considerar

Dos mecanismos para aminorar los efectos de un imprevisto: el ahorro y el seguro



“ No hay inclusión financiera si no hay la creación de capacidad financiera. Y la educación financiera es ayudar a crear una capacidad financiera ”

Yerom Castro Fritz,
Director de Inclusión Financiera
y Control Interno de Compartamos Banco.



SÁCALE PROVECHO AL CRÉDITO

cuánto le costó trasladarse y tomar en cuenta el tiempo que implicó dejar su negocio.

Ante la afirmación de que un microcrédito puede resultar más caro que un crédito tradicional, el entrevistado argumenta: la respuesta está en los gastos de originación, de seguimiento y administración de la cartera. Yerom dice al respecto: “No es comparable un banco que maneja saldos promedio de \$5,000, que cobra a sus clientes una vez a la semana y que en 16 semanas vuelve a hacer el esfuerzo para reoriginar el crédito, a un banco que puede tener saldos promedio de \$50,000 o un crédito hipotecario a 15 años donde no tiene que hacer ningún gasto de recuperación pues el cliente paga puntual en sucursales”. Una institución dirigida a las microfi-

nanzas requiere de un esquema operacional y de negocios poco convencional, comparado con el manejo de una institución financiera tradicional.

Para finalizar declara: “El boom de la inclusión financiera ya empezó, si vemos los millones o decenas de millones de personas que entraron al sistema financiero en los últimos cinco años nos podemos sorprender, se crearon millones de cuentas de ahorro, de cuentas de perfil transaccional bajo, de créditos pequeños. Hay muchos nuevos competidores en el mercado, algunos más profesionales que otros, el marco regulatorio cambió favorablemente, entonces se ha hecho muy bien la tarea en México, pero los retos son gigantes y obviamente nos falta muchísimo por hacer”.



¡Sí se puede!

El “Premio Microempresario Compartamos” reconoce a sus clientes más exitosos en cinco categorías: producción, servicios, responsabilidad social, comercio y participación familiar. Estos son algunos de los ganadores de este año.

Categoría: Producción **Ganador:** Simón Martínez López. Acatlán de Osorio, Puebla.

A los 10 años de edad Simón aprendió de su madre a elaborar piezas artesanales de barro. Más adelante comenzó a producir sus propias obras dándose a conocer y consiguiendo nuevos clientes. Con su primer crédito compró materia prima y materiales para impulsar su negocio. En la actualidad ya cuenta con su taller y exporta sus productos a Estados Unidos, Holanda y Argentina. Entre sus planes a futuro están comprar una camioneta y exportar a más países.



Categoría: Responsabilidad social **Ganador:** Martha Elena del Ángel Antonio. Tantoyuca, Veracruz.

Martha Elena buscó emprender un negocio que fuera rentable y con poca competencia. Con su crédito inició un negocio de reciclaje con el que ha generado empleos, además de crear conciencia sobre la importancia de cuidar el medio ambiente. El crecimiento de su negocio ha sido tal, que actualmente cuenta con un local propio, más de 100 costales jumbo, una prensa rudimentaria y una camioneta para recolección. Entre sus planes se encuentran contratar más empleados, capacitarse en el negocio y comprar más maquinaria.



Categoría: Participación familiar **Ganador:** María del Refugio Alvarado Reyes. Tlaxcala.

María del Refugio trabajó en un taller textil donde adquirió los conocimientos necesarios para emprender un sueño: poner su negocio. Trabaja desde su casa y los miembros de su familia se fueron sumando. Con el tiempo los pedidos fueron aumentando y al no contar con capital para invertir decidieron solicitar un crédito, con el cual compraron materia prima. Actualmente cuentan con varias máquinas de coser, una bordadora y tres pulpos para estampados en serigrafía. Cubren pedidos nacionales y exportan sus productos a Honduras y Panamá. Entre sus planes a futuro están tener su marca propia, comprar más maquinaria y participar en exposiciones.



Categoría: Comercio **Ganador:** Isabel Martínez Victoria. Nochixtlán, Oaxaca.

Isabel se propuso emprender un negocio: una florería, la cual dio inicio a una nueva forma de vivir. Con su primer crédito compró más flores y con los financiamientos posteriores remodeló su local y dio empleo a dos personas.

Actualmente ya cuenta con una sucursal que administra su hija. Sus planes a futuro son: seguir capacitándose, preparar a su personal, adquirir un nuevo mobiliario, un anuncio luminoso para su local, abrir nuevas sucursales y continuar innovando en sus productos.

