

# ÍNDICE GENERAL

|  |      |
|--|------|
| ÍNDICE GENERAL .....                   | I    |
| RESUMEN.....                           | X    |
| ABSTRACT.....                          | XI   |
| I. INTRODUCCIÓN.....                   | XII  |
| II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA .....   | XV   |
| III. JUSTIFICACIÓN .....               | XVII |
| IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION..... | XIX  |
| a. Objetivo General .....              | XIX  |
| b. Objetivos Específicos.....          | XIX  |
| V. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....     | XX   |
| VI. HIPÓTESIS .....                    | XXI  |
| 1. Variables Independientes .....      | XXI  |
| 2. Variables Dependientes.....         | XXI  |
| VII. DISEÑO METODOLÓGICO .....         | XXI  |
| VII.I Tipo de investigación.....       | XXI  |
| VII.II Método de Investigación .....   | XXII |
| VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES .....    | XXIV |

|  |    |
|--|----|
| CAPITULO 1. ANTECEDENTES DE LOS CRÉDITOS EN MÉXICO.....                    | 25 |
| 1.1 Origen del Crédito en México .....                                     | 26 |
| Fuente: Secretaria de Hacienda y Crédito Público, 2013. ....               | 36 |
| 1.2 Origen del Crédito Comunal; Caso Banco Grameen.....                    | 36 |
| 1.2.1. Modelo Metodológico del Banco Grameen. ....                         | 38 |
| 1.3 Origen del apoyo a la Mujer.....                                       | 39 |
| 1.3.1 Origen del apoyo crediticio y empresarial a la mujer en México. .... | 41 |
| 1.3.2 Mujeres Empresarias .....  | 42 |
| 1.4 Origen del Crédito comunal en México .....                             | 45 |
| 1.5 Origen del crédito comunal en Alcance Financiera .....                 | 51 |
| 1.6 Origen del Crédito individual.....                                     | 55 |
| 1.6 Apoyos Financieros en la región de Tula .....                          | 56 |
| CAPÍTULO 2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CRÉDITO Y SUS PROCESOS ...               | 62 |
| 2.1 CONCEPTOS .....  | 62 |
| 2.1.1 Conceptualización del Crédito.....                                   | 62 |
| 2.1.2 Diferencias entre crédito comunal vs crédito individual.....         | 68 |
| 2.1.3 Beneficios; crédito comunal vs crédito individual.....               | 69 |
| 2.2 Buro de crédito.....   | 70 |

|  |     |
|--|-----|
| 2.2.1 Análisis de Historial Crediticio comunal .....   | 75  |
| 2.3 Destino de créditos .....  | 77  |
| 2.3.1 Pagos puntuales .....  | 77  |
| 2.3.2 Morosidad.....   | 80  |
| <br>   |     |
| CAPITULO 3. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA,<br>DENEGACION DE CREDITOS Y DELIMITACION DE CARTERA EN ALCANCE<br>FINANCIERA ..... | 84  |
| <br>   |     |
| 3.1 Oferta crediticia de Alcance Financiera.....   | 85  |
| 3.1.1 Portafolio de Producto .....   | 85  |
| 3.1.2 Área de Análisis y Riesgos .....   | 92  |
| 3.1.3 Esquema metodológico del otorgamiento del crédito en Alcance<br>Financiera.....  | 97  |
| 3.1.3.1 Requisitos de Alcance Financiera para otorgar un crédito.....  | 97  |
| 3.1.3.2 Procesos administrativos para otorgar un crédito en Alcance<br>Financiera.....   | 100 |
| <br>   |     |
| CAPITULO 4. VIABILIDAD DE LA INSERCIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO<br>EN SUCURSAL TULA DE ALCANCE FINANCIERA.....                           | 109 |
| <br>   |     |
| 4.1 Análisis Cualitativo.....  | 110 |
| 4.1.1 Modelo de las cinco fuerzas de Porter .....  | 110 |
| 4.1.2 Las Cinco Fuerzas de Porter como herramienta analítica para la<br>Inserción del Crédito Individual.....                        | 121 |

|   |     |
|---|-----|
| 4.2 Análisis Cuantitativo.....  | 134 |
| 4.2.1 Análisis e interpretación de resultados.....  | 135 |
| CAPITULO 5. DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO .....   | 144 |
| 5.1. Pertinencia de la inserción de un crédito individual en Alcance Financiera.<br>..... | 144 |
| 5.2 Diseño del crédito individual .....   | 146 |
| 5.2.1 Intermediario Financiero .....  | 146 |
| 5.2.3 Determinar el objetivo de un intermediario Financiero .....                         | 148 |
| 5.2.4 Educación Financiera .....  | 149 |
| 5.2.5 Descripción del Producto.....   | 149 |
| 5.2.5.2 Elementos del Crédito .....   | 150 |
| 5.2.5.3 Operación del Crédito.....  | 153 |
| 5.2.5.4 Promoción del crédito .....   | 153 |
| 5.2.5.5 Requisitos del Cliente .....  | 155 |
| 5.2.5.6 Análisis del cliente .....  | 156 |
| 5.2.5.7 Recuperación de Cartera vencida .....   | 157 |
| 5.3 Presentación del producto .....   | 159 |
| CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES .....  | 162 |
| XII.REFERENCIAS.....  | 164 |

|   |     |
|---|-----|
| a) Referencias impresas .....             | 164 |
| b) Referencias electrónicas .....         | 167 |
| XII. DEFINICIÓN DE TERMINOS GLOSARIO..... | 170 |
| ANEXOS.....                               | 173 |

## ÍNDICE DE TABLAS

|   |     |
|---|-----|
| Tabla 1. Descripción del Método de Investigación .....                          | 24  |
| Tabla 2. Antecedentes del Sistema Financiero Mexicano .....                     | 60  |
| Tabla 3. Elementos esenciales del Crédito .....                                 | 64  |
| Tabla 4. Diferencias Crédito Individual vs Crédito Comunal.....                 | 69  |
| Tabla 5. Base de datos del Buro de Crédito Mexicano.....                        | 73  |
| Tabla 6. Reporte de cartera de Alcance Financiera Sucursal Tula .....           | 83  |
| Tabla 7. Beneficios Crédito comunal .....                                       | 86  |
| Tabla 8. Tasa de interes semanal.....   | 86  |
| Tabla 9. Ventajas del Crédito Comunal de Alcance Financiera.....                | 87  |
| Tabla 10. Comisiones y descuentos a la garantía al inicio del ciclo.....        | 89  |
| Tabla 11. Comisiones y descuentos a la Garantía líquida al final del ciclo..... | 90  |
| Tabla 12. Incremento de montos por Ciclo.....                                   | 104 |
| Tabla 13. Poder de Compradores y Proveedores.....                               | 120 |
| Tabla 14. Amenaza de Entrada .....  | 121 |
| Tabla 15. Amenaza de Productos sustitutos .....                                 | 122 |
| Tabla 16. Rivalidad Sectorial .....   | 123 |
| Tabla 17. Poder del comprador .....   | 124 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabla 18. Poder del Proveedor .....  | 126 |
| Tabla 19. Particularidades de los Competidores de Alcance Financiera ..... | 127 |
| Tabla 20. diferenciación de características .....                          | 130 |
| Tabla 21. Montos a otorgar de acuerdo al ciclo .....                       | 160 |

# ÍNDICE DE GRÁFICAS

|  |    |
|--|----|
| Gráfica 1. Sucursales de la Banca Comercial en Tula, Hidalgo ..... | 59 |
|--|----|

## ÍNDICE DE FIGURAS

|  |     |
|--|-----|
| Figura 1. Método de Investigación .....  | 22  |
| Figura 2. Inclusion del Crédito a México.....                                    | 51  |
| Figura 3. Diagrama de Flujo para la autorización en solicitudes de Crédito ..... | 96  |
| Figura 4. Pasos de la metodología del crédito .....                              | 106 |
| Figura 5. Marco Competitivo de las Cinco fuerzas de Porter.....                  | 112 |
| Figura 6. Factores Determinantes de las Cinco Fuerzas de Porter.....             | 113 |
| Figura 7. Proceso Crédito individua .....  | 157 |

## **RESUMEN**

La presente investigación determina la viabilidad de implementar el crédito individual para mujeres a la sucursal Tula, de Alcance Financiera, Identificando los elementos esenciales de su operación. Para llegar a esta conclusión se desarrolló el tema partiendo del origen del Sistema Financiero Mexicano, el origen y metodología de la Banca Comunal, tomando como ejemplo el Banco Grameen creado por Mohamed Yunus en Bangladesh. La investigación es de tipo mixta dado que se recurre a la información documental existente y de campo. El enfoque cuantitativo No probabilístico y de tipo intencional ya que se llevó a cabo mediante la aplicación de una encuesta a clientes potenciales del producto a implementar. Para determinar la viabilidad de la implementación del crédito individual se realizó el análisis mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter.

## **ABSTRACT**

The present investigation determines the feasibility of implementing the individual credit for women to the Tula branch, of Alcance Financiera, identifying the essential elements of its operation. To reach this conclusion is developing the theme based on the origin of the Mexican Financial System, the origin and methodology of the village banking, taking as example the Grameen Bank of Bangladesh. The research is mixed type given that it is relatively to the documentary information. This research determines the feasibility of implementing the individual credit for women to the quantitative approach non-probabilistic and intentional because it was conducted by means of a survey of potential customers for the product to deploy. To determine the feasibility of the implementation of the individual credit will be the analysis using the model of the five forces of Porter.

# I. INTRODUCCIÓN

La permanencia de la pobreza, las necesidades básicas insatisfechas, la baja responsabilidad social recurrente de muchas regiones alrededor del mundo, así como las amenazas que existen en nuestro entorno social, nos conllevan a la preocupación de la situación actual. Sin embargo la erradicación de la pobreza en no es una labor fácil, no existen metodologías exactas para la lucha contra la pobreza no existen procesos que por sí solos cubran las necesidades básicas de la población. En busca de una solución a todas estas carencias sociales son pocas las opciones que se tienen al alcance para acabar con la pobreza; al sector rural difícilmente los envuelve el desarrollo. En algunos casos los habitantes del sector rural de Tula no saben leer ni escribir, inclusive algunos otros ni siquiera hablan el idioma español, a esta situación le agregamos que el actual desarrollo económico exige altos niveles de formación, es sumamente el acceso a empleos bien remunerados.

De acuerdo a la investigación de Rentería (2005), En sólo diez años el número de mexicanos pobres pasó de veintiuno a cuarenta y cuatro millones. Las medidas paternalistas o asistenciales utilizadas en la lucha contra la pobreza en lugar de erradicarla la perpetúan, ya que los pobres que dejan de serlo no califican para recibir ayudas oficiales. Por esa razón, los pobres extremos no tienen incentivos racionales para dejar la marginación.

En la actualidad la mujer ha conseguido desempeñar un papel muy importante en el ambiente laboral, ha logrado superar distintos obstáculos que se le han presentado, como la discriminación por el simple hecho de ser mujer, y no creer en la capacidad que ésta puede tener para dirigir alguna organización, o para desempeñar algún puesto directivo. Se le ha tachado como una persona débil, ante el sexo masculino; y si bien es decir que aún no se ha logrado derribar

completamente esa barrera, actualmente la mujer cuenta con mucho más prestigio y credibilidad, para poder dirigir a una compañía o poder desempeñar un puesto de alto nivel dentro de una organización.

Día a día la mujer se ha ido colocando en las actividades laborales y creando empresas con su propio esfuerzo y creatividad. En este orden de ideas la presente investigación tiene por objeto proponer un nuevo producto para la Empresa Alcance Financiera, que consiste en un crédito individual para las mujeres con características diferenciadas. Es por ello que la investigación se llevó a cabo de la siguiente manera:

En el capítulo 1 se aborda el tema de los antecedentes de los créditos en México, su creación, procesos, cambios y desarrollo de crédito.

En el capítulo 2 se desarrolla el tema sobre la conceptualización del crédito y sus procesos, así como las diferencias del crédito comunal contra el crédito individual, los beneficios que tienen cada uno de estos créditos.

En el capítulo 3 se conceptualiza la problemática general de Alcance Financiera, se explica la oferta crediticia, su metodología y procesos administrativos,

En el capítulo 4 se determina la viabilidad sobre la implementación del crédito individual, mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter, donde también se desarrolla la cadena de valor de Alcance Financiera.

Como último se desarrolla el capítulo 5, donde se explica el diseño de la implementación del crédito individual a Alcance Financiera, y se aplica el modelo de las cinco fuerzas de Porter a la metodología de Alcance Financiera al crédito individual

Finalmente se llega a las conclusiones y a la propuesta determinada por la presente investigación, donde se realizan recomendaciones y se reafirma la viabilidad de la implementación de un nuevo producto en Alcance financiera.

## II. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El contexto financiero actual, prácticamente ha llevado a buscar los medios económicos más accesibles para satisfacer y cubrir las necesidades básicas de la población más vulnerable. La Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) define a las microfinanzas como una amplia gama de servicios dirigido a la población de bajos recursos.

Las entidades coloquialmente llamadas microfinancieras son diferentes tipos de sociedades cuya actividad común son las microfinanzas. Esto hace que el mercado sea muy diverso (Jauregui y Martínez, 2014).

En México, el financiamiento sigue siendo de difícil acceso. Sobre todo para las pequeñas y medianas empresas (microempresarios). De hecho en México apenas el 8% de las empresas –de todos tamaños- tiene acceso a crédito comercial o empresarial (Entrepreneur, 2009). La demanda de créditos en el país, se ha ido incrementando ya que los bancos han reducido su oferta de préstamos por lo tanto las instituciones microfinancieras tiene más área de oportunidad para la colocación de créditos.

La presente investigación tiene por objeto evaluar la viabilidad hacia el diseño del procedimiento para implementar el crédito individual a mujeres Alcance Financiera S.A. de C.V. SOFOM E.N.R. en la sucursal Tula Hidalgo y resaltar la creciente demanda de inserción de crédito principalmente en la sucursal Tula, como una alternativa para incrementar la productividad de la financiera, puesto que disminuirá los tiempos del otorgamiento del crédito y aseguraría la venta del servicio, ya que en la financiera la colocación de crédito se ha vuelto una tarea

difícil desde la prospección de créditos (reuniones comunales) hasta el análisis del comportamiento crediticio de cada integrante del grupo. Esto ha generado que los procesos sean tardados y por lo tanto las respuestas de si el crédito es otorgado se prolonguen.

Sin embargo el problema no radica solamente en los procesos del otorgamiento de crédito la falta de educación financiera incrementa el sobreendeudamiento empeorando la recuperación de los créditos lo cual aumenta el riesgo por incobrabilidad.

Por lo general las instituciones financieras en Tula de Allende están orientadas a la captación de los pequeños ahorros y capitales y al financiamiento de las micro, pequeña y mediana empresas en los sectores rurales y urbanos. De igual forma ayudan a las personas independientes que requieran créditos personales por alguna situación fuera del alcance.

### III. JUSTIFICACIÓN

Este trabajo se realiza para obtener el grado de Maestro en Administración en la Facultad de Contaduría Pública de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. El desarrollo de la investigación permitirá ampliar el conocimiento respecto a los procedimientos que desarrolla la empresa día a día. En lo personal desarrollaré habilidades y aptitudes que logran un crecimiento profesional mediante el diseño de los procesos para la implementación del crédito individual como producto alternativo de la sucursal, lo que ayudará a incrementar considerablemente la cartera de clientes. El área de operaciones será beneficiada directamente así como el resto de la financiera. Así mismo ampliar la visión del crecimiento de la empresa a mediano plazo y todo lo que conlleva este crecimiento.

La recién aprobada reforma financiera en enero de 2014, promete grandes cambios para la microfinanzas en México, sector que ha tenido un fuerte auge en los últimos años en el país. Su objetivo principal es incentivar el crédito en México, además de promover una mayor inclusión financiera.

Es claro que la reforma financiera, será un importante aliciente para el desarrollo económico mexicano. Pretende que las bancas de desarrollo y comercial otorguen créditos con intereses más bajos a más familias y a pequeñas y medianas empresas (Inversionista, 2013). Dicha reforma tendrá un potencial de largo plazo para que el crédito en México crezca e impacte en la economía (Manuel Martínez, 2013).

Las finanzas puede ser una alternativa que contribuya a disminuir el efecto negativo de la encrucijada actual. Para algunos es una noticia catastrófica, para otros una oportunidad. Los tiempos de crisis pueden orientarnos a dos caminos, el primero es esperar a que se agrave la situación y esperar que la situación mejore por sí sola, esto tendría un costo social más elevado. El segundo camino es enfrentar las cosas, analizar los escenarios y buscar las oportunidades que están ahí, definir estrategias viables, dentro del conjunto de posibilidades y conocimiento que se tenga de la realidad y dar soluciones a la problemática en aras del bienestar social. Esta es la actitud que se debería promover en acciones para desarrollar el flujo de recursos económicos en las comunidades de la región.

Un emprendedor debe tomar el segundo camino. Hacer negocios financieros rurales es un riesgo, pero existe mayor riesgo al no hacerlo. Dejar la oportunidad a otros, con menores capacidades y con menos compromiso social, como sucede en la actualidad, puede agravar las condiciones de vida de los microempresarios.

Manejar el dinero del crédito y ahorro, particularmente en un país en donde los niveles de corrupción han sido de los más altos es difícil y riesgoso, pero es el momento de aceptar el reto, las condiciones están dadas para tomar la oportunidad coyuntural y estructural de proveer de servicios financieros a la población vulnerable (Revista Mexicana de Agronegocios, 2011).

## **IV. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION**

### **a. Objetivo General**

Diseñar los procesos para implementar el crédito individual generando el incremento de cartera de clientes en la Sucursal Tula, Hidalgo mediante la creación de una nueva metodología.

### **b. Objetivos Específicos**

- Plantear las proyecciones económicas de la colocación del crédito comunal a partir de un análisis estadístico de la demanda del mismo los últimos 4 años.
- Comparar las diferencias del crédito comunal y el crédito individual para determinar los beneficios de los mismos realizando una comparación en la demanda.
- Analizar la viabilidad en términos económicos de la colocación de créditos individuales como producto alternativos de la sucursal Tula por medio de estadísticas.
- Identificar variables socioeconómicas y culturales que afecten la colocación de los créditos individuales mediante el análisis del nivel de educación financiera en la región de Tula.

## V. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Los apoyos económicos para mujeres que se otorgan en la ciudad de Tula han sido los adecuados para incrementar la actividad económica de este género?
- ¿Qué variación existe entre el crédito comunal y el crédito individual?
- ¿Cuáles serían los beneficios del crédito individual para la sucursal?
- ¿Cuál sería el impacto al implementar del crédito individual como producto alternativo en la productividad de la sucursal?
- ¿Las condiciones socioeconómicas y la educación financiera actual favorecen la colocación de créditos individuales en la región de Tula?
- ¿El tiempo de colocación del crédito individual está vinculado con el tiempo de respuesta del Área de “Análisis y Riesgos”?
- ¿Los procesos administrativos que se realizan en la sucursal de Tula han sido los adecuados para la colocación del crédito comunal?

## **VI. HIPÓTESIS**

La sucursal Tula de Alcance Financiera posee las condiciones aptas que hacen viable la implementación del crédito individual para mujeres como producto alternativo a la colocación de créditos comunales.

### **1. Variables Independientes**

- Incremento en la demanda de crédito individual
- Diseño de procesos administrativos adecuados para la inserción del crédito individual.

### **2. Variables Dependientes**

- Colocar Crédito Individual
- Orientación Financiera
- Bajar nivel de incobrabilidad

## **VII. DISEÑO METODOLÓGICO**

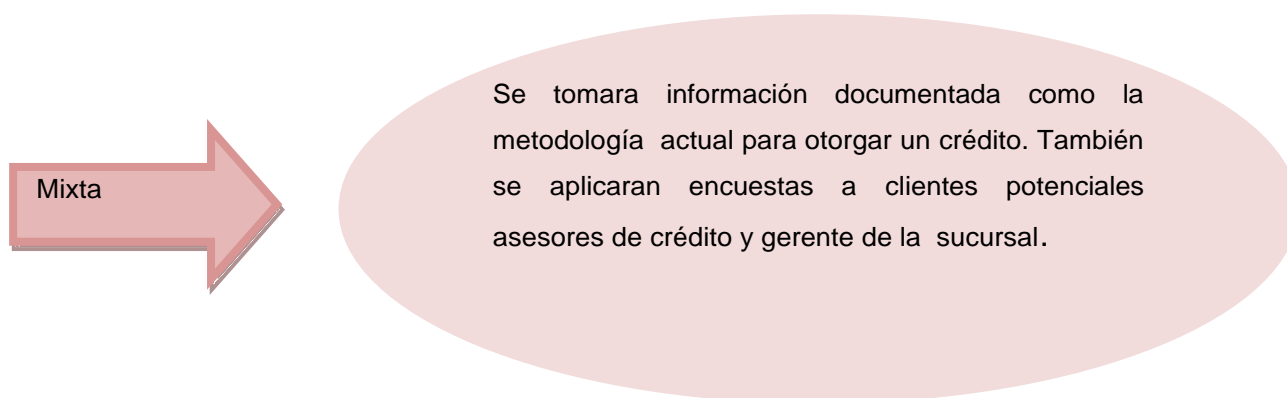
### **VII.I Tipo de investigación**

El tipo de investigación que se utilizara será aplicada ya que su finalidad es implementar nuevos procesos que se utilizaran para la inserción de un nuevo producto “El crédito individual para mujeres” y de esta manera incrementar la demanda en nuestros productos.

## VII.II Método de Investigación

En la presente investigación se utilizará el método deductivo ya que la investigación partirá de datos generales a datos específicos, se hablara de los procesos en créditos, específicamente de los créditos individuales exclusivamente otorgados a mujeres de la región de Tula, Hidalgo.

**Figura 1. Método de Investigación**



**Fuente: Elaboración propia basada en el orden metodológico de la investigación.**

La presente investigación es de tipo *descriptiva, exploratoria y no experimental*.

Es *Descriptiva* porque se van a detallar las observaciones realizadas de acuerdo a los resultados de la aplicación de una encuesta dirigida a clientes potenciales.

Es *exploratoria*, ya que se aplicaran deducciones de tipo cualitativo de acuerdo a artículos científicos, libros, publicaciones, revistas y trabajos de investigación, por medio de la exploración de la literatura.

Es *No experimental*, ya que la información es verídica y no manipulable, la cual se obtendrá a través del análisis del comportamiento de los clientes de Alcance Financiera.

De acuerdo a Dorantes (2010) La investigación es *No probabilística* y de tipo *Intencional*.

*No probabilística* ya que se delimitan la selección de sujetos con características específicas para aplicar encuestas.

Es de tipo *Intencional* ya que se aplicara como mínimo a 25 mujeres con edad de 20 a 60 años del sector vulnerables en la región de Tula, Hidalgo.

**Tabla 1. Descripción del Método de Investigación**

| <b>Fuente</b> | <b>Métodos</b>  | <b>Técnicas</b>  |
|---------------|---|--|
| Biblioteca    | Análisis de documentación, libros, revistas, artículos científicos.                   | Realizar notas análisis de   |
| Campo         | Encuestas a clientes activos (Clientes de Alcance Financiera) y clientes potenciales. | Elaboración de tabla de resultados con interpretación de datos obtenidos |
| Laboratorio   | Análisis de comportamiento dentro del crédito comunal                                 | Dar seguimiento presencial en el ciclo de un grupo.                      |

**Fuente: Elaboración propia basada en el orden metodológico de la Investigación.**

## **VIII. ALCANCES Y LIMITACIONES**

Campo de estudio: Instituciones financieras e impacto social

Línea de investigación: Créditos individuales para mujeres.

Este trabajo se limita al diseño de los procesos para la inserción de créditos individuales en la Sucursal de Tula de Alcance Financiera S.A. de C.V. SOFOM E.N.R, en un periodo no mayor a 1 año.

# **CAPITULO 1. ANTECEDENTES DE LOS CRÉDITOS EN MÉXICO**

En el Capítulo 1 se presenta el origen de los Créditos Financieros en México, para tocar este tema hablaremos acerca del Sistema Financiero Mexicano, la evolución de las Leyes que sustentan este Sistema y sus funciones. Así mismo se pretende abordar el tema de los Créditos comunales. Para entender este tema debemos retomar la historia de los Bancos Comunales, que tienen por objeto extender los servicios bancarios, así como erradicar el lucro de la población más vulnerable por los prestamistas bancarios.

Se explicará sobre la operación del Sistema Financiero Mexicano donde participan La Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP), El Banco de México así como las sociedades Financieras, las instituciones y organizaciones auxiliares de Crédito, entre otras; que tienen como objeto la supervisión y regulación de las entidades que forman parte del Sistema Financiero, así como la protección de los usuarios de los servicios financieros. Tocando el tema sobre las Instituciones Financieras se presenta el origen de Alcance Financiera S.A. de C.V. SOFOM E.N.R. y su metodología.

Por último haremos una pequeña exploración de las Instituciones Financieras (Privadas) establecidas en Tula, Hidalgo que conjuntamente con Alcance Financiera tienen la finalidad de brindar servicios financieros a la población vulnerable de la región de Tula.

## 1.1 Origen del Crédito en México

El Origen del Crédito en México está ligado a la evolución del Sistema Financiero Mexicano (SFM) y a la historia de la banca. Para poder hablar de la banca previamente se deben mencionar los antecedentes del Sistema Financiero Mexicano, de acuerdo a Villegas y Ortega (2002) el origen del SFM se remota a finales del siglo XVIII, cuando la Nueva España fortaleció sus controles políticos y financieros, estableciendo las primeras instituciones de crédito, las cuales se mencionaran durante el desarrollo del presente capítulo.

Para comenzar, partiremos del año 1775, cuando se creó la primera institución de crédito prendario en México; El Monte de Piedad de Ánimas, realizando las primeras operaciones en préstamos prendarios, así como la custodia de depósitos confidenciales, judiciales y de otras autoridades (Villegas y Ortega, 2002)

Para el año de 1864 la banca se entendía como el proceso por el cual una empresa o varias se especializan en captar depósitos del público para proceder a prestarlos. Para esa época, de acuerdo al concepto anterior no había existido la banca como tal en México. Sin embargo durante la colonia, el Crédito fue concedido preferentemente por las órdenes religiosas o los consulados de comerciantes. A partir del acontecimiento anterior, en el mismo año, la Historia de la Banca de México se inicia con el establecimiento en la ciudad de México de una sucursal del Banco Británico: The Bank of London, Mexico and South America, que fue la primera institución de la Banca en México. Más adelante, en 1884 se elabora el Código de Comercio, el cual confiere al Banco Nacional Mexicano las atribuciones del Banco Central (Turrente, 2013).

A partir de 1875 surgen bancos en diferentes estados del País (México). Así es que para el año de 1881, en la capital del país y bajo la presidencia de Manuel González, se funda el Banco Nacional Mexicano con capital del Banco Franco Egipcio con sede en Paris. Hasta esa época todos Los Bancos existentes en México habían sido creados por distintos contratos, y no fue hasta el año de 1896 que José Yves, el entonces Ministro de Hacienda durante el régimen de Porfirio Díaz, inició una Ley Bancaria, la cual permitiría unificar los términos operativos y funcionales dentro del país.

En 1897 surge un acontecimiento importante y funcional para el desarrollo del crédito, ya que se crea La Ley General de Instituciones de Crédito estipulada por Porfirio Díaz. En donde el Artículo 1º de esta ley efectúa como instituciones de crédito únicamente a: Los Bancos de Emisión, Los Bancos Hipotecarios y Los Bancos Refaccionarios. Por tanto los demás establecimientos en que se practiquen operaciones de crédito, seguirán sujetos a las leyes generales o a las concesiones que otorguen el poder Público, mientras no se expidan las leyes especiales que deban regirlos, y el artículo 2º estipula que las instituciones de Crédito tienen en común, el carácter de intermediarias en el uso del crédito, y se distinguen entre sí por la naturaleza de los títulos especiales que pone en circulación cada clase de Bancos (Ídem, 2013).

Según con el artículo “La Historia sintética de la Banca en México” emitido por el Banco de México (2013), Refiere que hasta poco antes de 1910, la estructura bancaria de México se encontraba integrada por catorce bancos de emisión, dos bancos hipotecarios y cinco refaccionarios.

En 1911 el Gobierno de Francisco I. Madero a través de la Secretaría de Hacienda, intentó aumentar el número de bancos de emisión con la intención de ampliar la red bancaria del país y de esta manera prevalecer un criterio favorable a la pluralidad de bancos emisores. Sin embargo este panorama cambió radicalmente a raíz de la llamada revolución constitucionalista iniciada por Victoriano Huerta. Así, Huerta colocó a las finanzas del país en una situación delicada, impuso préstamos locales forzosos a los bancos locales y al culminar la Primera etapa de la revolución en 1913 los bancos se encontraban perjudicados por los préstamos hechos al gobierno de Huerta ya que de 1913 a 1915, los bancos locales otorgaron crédito al gobierno de Huerta por un total de casi 64 millones de pesos. Un poco más de 58 millones fueron otorgados al gobierno de Huerta y el resto fue otorgado a instituciones específicas. La cartera de cobro se incrementó considerablemente durante esta época (Mc Calab, 1920).

Basándonos en lo publicado por Cosío (1965) en el año de 1915 ya en el Gobierno de Venustiano Carranza se intentó estabilizar la situación financiera sin tener los resultados esperados. Hasta que se promulgó la Constitución de Los Estados Unidos Mexicanos de 1917 quedó estipulado en el artículo 28, que en México la facultad de emitir billetes estaba reservada en exclusiva para un Banco único de emisión que quedaría bajo el control del Gobierno Mexicano. Así en el año de 1925 se fundaría el Banco de México, dicho acontecimiento ocurrió durante el régimen de Plutarco Elías Calles quien persistió con la rehabilitación y desarrollo bancario del País.

En 1926 se promulgó una nueva ley de bancos en la que de acuerdo con el esquema de especialización, se perfeccionó la clasificación de las Instituciones de crédito en México. Para esa época las Instituciones de Crédito se

clasificarían en: bancos de depósito y descuento, hipotecarios, refaccionarios, de fideicomiso y de ahorro, los almacenes generales de depósito y las compañías de fianzas. Para 1932 se afinó aún más esta clasificación y se introdujo un avance normativo muy importante, se creó la figura de la Institución Nacional de Crédito, que fue el origen legal de la llamada posteriormente, banca de desarrollo. Hacia finales de los años treinta ya existía en México la siguiente estructura de Instituciones Nacionales de Crédito: Banobras, Nacional Financiera, Unión de Productores de Azúcar, Banco Nacional de Comercio Exterior, Banco Ejidal, Banco Agrícola, entre otros. En cuanto a las Instituciones de Crédito Privadas existían muchas, pero destacaban los bancos de depósito y descuento (Manero, 1958).

De acuerdo con Moore (1963), del año 1932 al año 1940 el total de instituciones de Crédito privados en México se elevó de 51 a 87 instituciones. Para 1941 las instituciones de Crédito se clasificaría de siguiente manera: Bancos de Depósito, Sociedades Financieras e Hipotecarias y Bancos de Capitalización. Durante la segunda Guerra Mundial Las sociedades Financieras. Las instituciones y organizaciones auxiliares de Crédito tuvieron un mayor crecimiento. A partir de 1941 a 1945 el número de instituciones de crédito se elevó de 101 a 311 instituciones.

En palabras de Hernández (1956), fue durante la década de los años cincuenta cuando se empezó a manifestarse con mayor evidencia la tendencia en el sistema financiero de México a evolucionar hacia del prototipo de la banca universal. Entendiéndose por banca universal la provisión de la totalidad de los servicios financieros por una misma entidad o consorcio.

En el año de 1975 la operación del Sistema Financiero Mexicano era por medio de: *Autoridades y Agrupación Institucional*. A continuación se menciona su estructura por la cual operaba el sistema Financiero Mexicano:

a) *Autoridades*; Hacienda y Crédito Público (SHCP) era la máxima autoridad que ejercía sus funciones a través de la Subsecretaría de Crédito Público y del Banco de México, S.A. La Subsecretaría de Crédito Público controlaba y supervisaba a todo el sistema financiero, mientras que el Banco de México era el banco Central que regulaba y controlaba la estructura crediticia y monetaria. La Comisión Nacional Bancaria y de Seguros era la encargada de vigilar a las instituciones de crédito y seguros y La Comisión Nacional de Valores vigilaba la actividad bursátil.

b) *Agrupación Institucional*; Las Instituciones y Organizaciones Auxiliares Nacionales de Crédito, estaban constituidas por el gobierno, y fueron creadas para atender necesidades de crédito de sectores indispensables a la economía nacional y que la banca privada no atendía. Las Instituciones Privadas de Crédito eran: bancos de depósito, bancos de ahorro, sociedades financieras, sociedades de crédito hipotecario, bancos capitalizadores y sociedades fiduciarias. Las Organizaciones Auxiliares Privadas del Crédito, se dedicaban a una o más de las siguientes operaciones: almacenes generales de depósito, cámaras de compensación, bolsas de valores, uniones de crédito (Villegas, 2002).

Desde entonces y hasta 1976, el Sistema Financiero Mexicano no sufrió grandes modificaciones.

El 1º de diciembre de 1982 el presidente José López Portillo anunció la expropiación de la banca. El propósito y las motivaciones de la decisión se originan de la transformación del estado posrevolucionario. El objetivo principal de nacionalizar la banca fue para terminar con prácticas perjudiciales a la economía nacional como era el otorgamiento de créditos baratos de la banca a empresas cuyas acciones eran parcial o totalmente propiedad de los mismos banqueros, otorgamiento de créditos a empresas de los banqueros o de sus parientes, por montos que excedían los límites máximos autorizados, pago de intereses mayores a los autorizados a clientes especiales y el cobro de cantidades determinadas por no mantener un saldo mínimo promedio en cuenta de cheques. Con esta expropiación de la banca los créditos llegarían oportunos y baratos a la mayor parte de la población. En 1983, derivado de lo anterior, se publicó la Ley Reglamentaria del Servicio Público de Banca y Crédito. De 1982 a 1988, la estructura básica del Sistema Financiero Mexicano no varió, sólo cambió de propietarios. En 1984, se separó a las Sociedades Nacionales de Crédito en instituciones de banca múltiple e instituciones de banca de desarrollo. En la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito en ese mismo año se eliminan a las instituciones de fianzas como organizaciones auxiliares de crédito y se autoriza a las casas de cambio como actividad auxiliar de crédito. (Pérez, 1987).

En 1990 la Ley de Instituciones de Crédito señalaba que el servicio de banca y crédito solo podía ser prestado por las Instituciones de Crédito las cuales podían ser banca múltiple y banca de desarrollo. En el mismo año la Ley para regular las Agrupaciones Financieras permitió la formación oficial de grupos financieros, que se esperaba fuera el antecedente de la creación de la banca universal en México. (Instituto Politécnico Nacional, 2009).

En 1993, surgen las Sociedades Financieras de Objeto Limitado (SOFOL) y las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple (SOFOM). Estas sociedades se crearon mediante una reforma a la Ley de Instituciones de Crédito, al considerarse un intermediario financiero especializado. Esta modalidad de entidad financiera surgió al amparo de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC). El 18 de julio de 2006 se publicó en el Diario Oficial de la Federación (DOF) una serie de reformas a diversas leyes mercantiles, entre las cuales destaca la Ley General de Organizaciones y Actividades Auxiliares de Crédito (LGOAAC) (Ídem, 2009).

Las Sofomes han tenido una gran evolución ya que al inicio del 2007 existían dos Sofomes ER y 41 Sofomes ENR. En el año 2009, las cifras aumentan a 938 Sofomes ENR, de las cuales la Asociación Mexicana de Entidades Financieras Especializadas (AMFE) estima que 50% no se encuentran en operación; y de las ER, que 23 están inactivas (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2010).

En términos de las opciones financieras en México de acuerdo a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, las instituciones que ofrecen servicios a la comunidad rural, las contempla el sistema financiera mexicano, dentro de los fondos y fideicomisos públicos; el sector bancario a través de la banca de desarrollo y múltiple; el sector de ahorro y crédito popular (SACP), y el sector de intermediarios financieros (Ídem, 2010).

El SACP está integrado por federaciones y confederaciones de entidades de crédito popular como son las sociedades de cooperativa de ahorro y préstamo, sociedades financieras populares, cajas solidarias, cajas de ahorro popular y sociedades de ahorro y préstamo. Hasta el año 2011 solo se encontraban en

operación 77 instituciones. Dentro del sector intermediarios financieros no bancarios se encuentran las organizaciones y auxiliares de créditos, sociedades de objeto múltiple, sociedades de objeto limitado –mencionadas anteriormente– las uniones de crédito, que hasta el 2011 operaban 136 y 23 casas de cambio.

Actualmente, de acuerdo a la CONDUSEF (2012), son 2 Instituciones de Banca Múltiple, 2 Sociedades Financieras Populares y 53 Sociedades Financieras de Objeto Múltiple No Reguladas que se han adherido al Convenio entre CONDUSEF y PRONAFIM, a efecto de implementar mejores prácticas en la comercialización de los microcréditos con lo que se verán beneficiados poco más de 3.5 millones de personas, que representan el 43.8% del público objetivo para este mercado.

A continuación se precisa la clasificación de las instituciones que operan en México:

### **Bancos**

- Banco Compartamos, S.A., Institución de Banca Múltiple
- Banco Forjadores, S.A. Institución Banca Múltiple

### **Sociedades Financieras Populares**

- Consejo de Asistencia al Microemprendedor, S.A. de C.V., S.F.P.
- Soluciones Asea, S.A. de C.V., S.F.P.
- Sociedades Financieras de Objeto Múltiple, Entidades No Reguladas
- Alcance Financiera, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Alsol Contigo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Alternativa 19 Del Sur, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.

- Apoyo Económico Familiar, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Apoyo Integral Mexicano, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Apoyo Promotora, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Apros, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Asefimex, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Asesoría Financiera de México, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Avance y Fortalecimiento Integral, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Bicentenario Efectivo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Confia Negocios Empresariales del Sureste, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Consol Negocios, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Consultora Integral de Agronegocios, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Continuar Contigo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Credavance, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Crediclub, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Desarrolladora e Impulsora de Negocios, S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Finacen, S.A. de C.V. SOFOM E.N.R.
- Financiamiento Progresamos, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Financiera del Valle de Chiapas Fivach, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Financiera Finsol, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Financiera Independencia, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Finlag, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Fortaleza a Mi Futuro, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Grupo Cooperativo Benefit Mexico, SAPI de C.V., SOFOM E.N.R.
- Grupo Crediexpress, S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Grupo Prosperemos, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Imdeneg, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Impulsora Familiar de Chiapas, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Invirtiendo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Ítaca Capital, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.

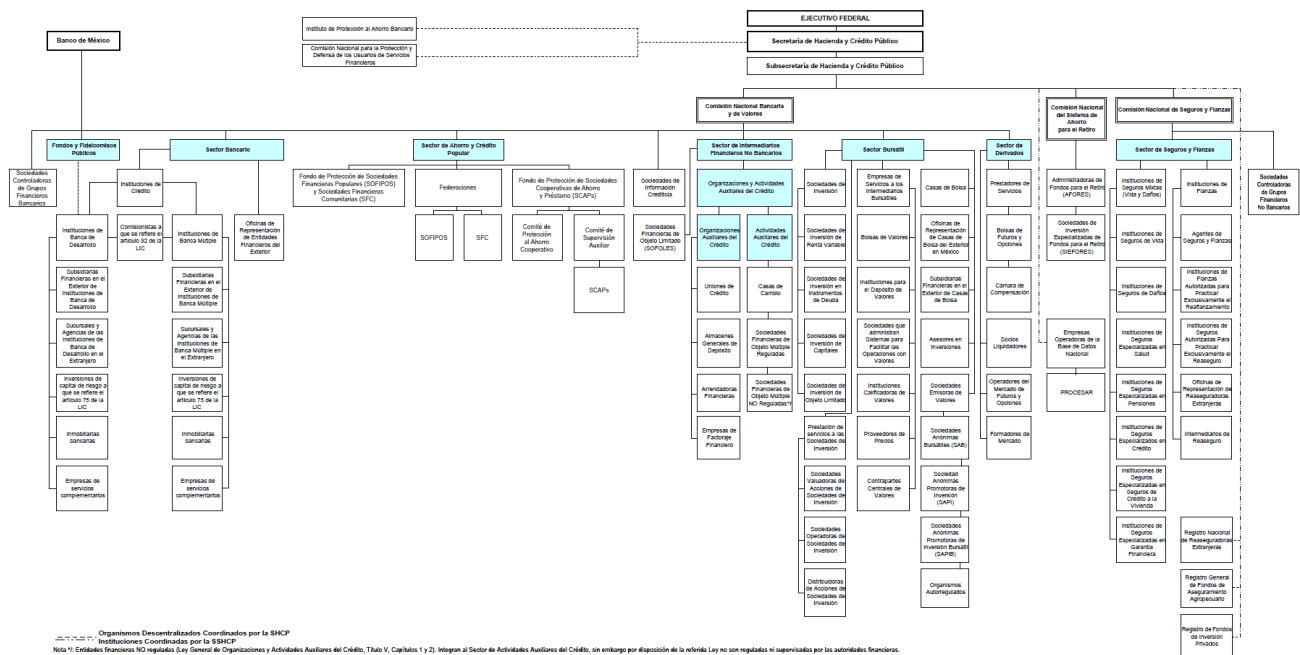
- Kapitalmujer, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Logra Financiamientos, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- MF Amiga, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Oportunidades Microfinanzas, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Pretmex, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Pro Éxito, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Promotora Si, S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.
- QC Soluciones Financieras, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Renta Amigo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Servicios de Microsol, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Servicio Empresarial Garcons de Chiapas, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Servicios Financieros Contigo, S.A.P.I. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Servicios Financieros de Desarrollo Comunitario, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Servicios Integrales para el Desarrollo Rural del Trópico, S.A. De C.V. SOFOM E.N.R.
- Siempre Creciendo, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Sociedad Financiera del Pacífico, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Solfi, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Soluciones y Oportunidades, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Su Firma, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Totem Préstamos, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.
- Vamos a Mejorar, S.A. de C.V., SOFOM E.N.R.

La CONDUSEF seguirá invitando a las instituciones otorgantes del microcrédito a adherirse a este esfuerzo e informando a través de su portal a los usuarios y medios de comunicación interesados a conocer cuáles son las instituciones que están comprometidas a cumplir con los Lineamientos de Sanas Prácticas en

Materia de Microcrédito (Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros, 2012).

Para una mejor comprensión a continuación se plantea gráficamente la organización actual del Sistema Financiero Mexicano.

**Ilustración 1. Estructura del Sistema Financiero Mexicano**



Fuente: Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2013.

## 1.2 Origen del Crédito Comunal; Caso Banco Grameen

El origen de los bancos comunales se remonta a 1976 en Bangladesh cuando un profesor llamado Muhammad Yunus, decidió iniciar un banco el cual llamó Grameen Bank, Yunus que en ese entonces era Director del Programa de Economía Rural de la Universidad de Chittagong, lanzó un proyecto de investigación para examinar la posibilidad de diseñar un sistema de prestación

de servicios de crédito para prestar servicios bancarios dirigidos a la población rural pobre. El Proyecto del Banco Grameen (Grameen significa "rural" o "aldea" en lengua bengalí) entró en funcionamiento con los siguientes objetivos:

- Extender los servicios bancarios a los hombres y mujeres pobres.
- Eliminar la explotación de los pobres por los prestamistas.
- Crear oportunidades de empleo por cuenta propia para la gran multitud de gente desempleada en las zonas rurales de Bangladesh.
- Que las personas desfavorecidas, principalmente las mujeres de los hogares más pobres, en el seno de un formato organizativo que puedan entender y gestionar por sí mismos.
- Invertir la antigua círculo vicioso de "bajos ingresos, bajo ahorro y un bajo nivel de inversión", en el círculo virtuoso de "bajos ingresos, inyección de crédito, las inversiones, más ingresos, más ahorro, más inversiones, más ingresos".

En octubre de 1983, el Proyecto del Banco Grameen independizó del sistema gubernamental de Bangladesh. En la actualidad el Banco Grameen es propiedad de la población rural pobre a los que sirve. Los prestatarios del Banco poseen el 90% de sus acciones, mientras que el 10% restante es propiedad del gobierno. Después de haber iniciado operaciones este banco, han nacido otros dedicados a este rango de la población vulnerable (Banco Grameen, 2009).

Yunus sostenía que la gente pobre se encontraba en dicha situación no por ser tonta o incapaz sino, sobre todo, por no disponer de capital.

### **1.2.1. Modelo Metodológico del Banco Grameen.**

Para conocer el origen de la inclusión metodológica de Huhammad Yunus aplicada en el Banco Grameen es preciso exteriorizar el contexto por el que atravesaba Bangladesh, en el momento de su fundación.

La economía de Bangladesh se encontraba bastante perjudica después de la guerra de independencia de este país, mediante la cual obtuvo su autonomía política del antiguo gobierno británico. Hecho que origino desastres naturales y sociales, influyendo a un drástico aumento de costos y a los escasos de medios para obtener bienes y servicios de primera necesidad, como lo eran alimentos, transporte y vestimenta. Esta recesión económica aumento el desempleo y una gran pérdida adquisitiva de los habitantes de Bangladesh. Las oportunidades de desarrollo económico de ese país eran prácticamente nulas, por lo tanto el área rural dejo de tener mayor acceso a las actividades productivas y agravando la situación precaria de los habitantes, en especial del sector vulnerable (área rural pobre). Es fundamental resaltar que de acuerdo a la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en 1970, 52 millones de 80 millones de habitantes vivían en condiciones de extrema pobreza, predominando que el 79% de la población total de Bangladesh vive en campo y el 63% de la fuerza laboral de ese país se emplea de la agricultura. Así es como solo el 21% de la población (clase alta) de Bangladesh, era beneficiada por el sistema crediticio ya que podía adquirir créditos con garantías de sus propiedades y tierras, además de su solvencia económica formidable. La población rural pobre, era excluida del sistema financiero debido a los exigentes requisitos que se debían cumplir para otorgarles un crédito. Las instituciones financieras y bancarias consideraban que el implementar oficinas o personal en las zonas rurales era de alto costo ya que estas zonas se encontraban muy alejadas de la zona urbana de donde provenían los recursos financieros. También consideraban que los clientes de

esas zonas no tenían ningún respaldo financiero o garantías para poder pagar un crédito. Concluyendo que este sector de la población no era apta para brindarle servicios financieros o bancarios regulares.

A raíz de lo descrito anteriormente, es como Muhammad Yunus, quien era profesor de economía, dejaría la docencia para convertirse en el creador de la iniciativa Grameen, para ayudar a las clases sociales más pobres. Yunus inició dialogando con las personas en la calle y conociendo su situación financiera, decide prestar de su bolsillo a un grupo de 42 personas y sin ninguna obligación contractual y aun plazo considerable, para que compraran mercancía o materia prima para desarrollar una actividad productiva. Yunus se empeñó en es el crecimiento de este nuevo sistema, hasta ampliar su sistema en toda la provincia. En 1079 Yunus recibió el apoyo del Banco Central de Bangladesh. Hasta que en 1983 el Grameen se convirtió en un banco independiente, los mismo prestatarios se convirtieron en los accionistas por lo tanto existía más sensibilidad social. Su crecimiento permitió convertirse en una herramienta de apoyo para combatir la pobreza en países con características similares.

### **1.3 Origen del apoyo a la Mujer**

El apoyo a la mujer inicia en Francia en el año de 1945 con la Organización Empresaria Internacional “Les Femmes Chefs de Entreprises Mondiales” (FCEM), cual origen surgió durante la segunda guerra mundial como apoyo a las mujeres que se hicieron cargo de las empresas de sus esposos, padres, hermanos o sus propios hijos. Época en que las mujeres no eran sujetas de crédito. Actualmente esta organización está presente en 53 países.

Tradicionalmente ser mujer y pertenecer a un estrato poco favorecido económicamente eran condiciones que, de coincidir, habrían excluido en automático del acceso a un crédito formal. Sin embargo, en las últimas décadas esta circunstancia ha comenzado a cambiar. De acuerdo con instancias como la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), las mujeres son ahora valoradas por el sistema financiero como clientes más responsables para contraer una deuda. Probablemente por su experiencia como amas de casa cuentan con mejores habilidades para administrar los recursos. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2011) calcula que la tasa de recuperación de las entidades financieras alcanza hasta un 90.5% cuando sus clientes son mujeres. Entre las más favorecidas en América Latina se encuentran aquellas que laboran en el campo o que están en el sector servicios vendiendo comida, atendiendo en pequeñas misceláneas, en el comercio de artesanías o en la venta de ropa y calzado. En México, como en el resto del mundo, las mujeres se han convertido en las principales destinatarias de los microcréditos. Si se revisa, por ejemplo, la cartera de una entidad mexicana de financiamiento popular como lo es Compartamos, podrá constatarse que aproximadamente 98% de sus clientes son personas del sexo femenino. Con todo, cabe destacar que los créditos, tanto productivos como al consumo, entregados a las mujeres en México continúan siendo caros y son asignados considerando plazos muy cortos. Ambas condiciones hacen que la capacidad de inversión sea reducida y también que los costos de operación de los negocios encabezados por las mujeres beneficiarias de este financiamiento sean costosos (Ibídem, 2011).

### **1.3.1 Origen del apoyo crediticio y empresarial a la mujer en México.**

El apoyo al crédito en México surge con la FCEM mediante *La Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias, A.C.*, el 15 de noviembre de 1965 por un grupo de mujeres, dirigida por Doña Blanca Rosa Álvarez conformada en la Ciudad de México, con una membrecía de 20 socias y representando a México en diferentes países. La iniciativa de la asociación se conformo en el Distrito Federal, años más tarde se expande a 18 estados del país (México).

La Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias, A.C. (AMMJE) es una organización que agrupa a mujeres empresarias, propietarias o accionistas que participan en la operación de micro, pequeñas, medianas y grandes empresas, que tiene como misión buscar la unidad de la mujer empresaria apoyando su participación hacia mejores oportunidades que nos permitan generar empleos y riqueza, logrando equidad y justicia en un plano democrático. La filosofía de AMMJE determina que entre las mujeres empresarias existe una gran diversidad de creencias políticas, de ideas, de capacidades, de liderazgo, de posibilidades económicas y de necesidades de desarrollo, que permiten compartir experiencias y unir esfuerzos con un objetivo común: el fortalecimiento de la actividad económica de las empresas creadas por mujeres; al mismo tiempo fomentar el desarrollo como mujeres en un marco de igualdad de oportunidades que permita conquistar espacios dentro de ámbitos sociales, políticos y económicos (AMMJE, 2011).

En términos generales la finalidad de AMMJE es unificar y representar a las mujeres empresarias de México, en la búsqueda de objetivos y metas tanto en lo económico, lo político y los social, así como luchar contra toda situación

discriminatoria para la mujer empresaria, potenciando la participación activa de las mujeres en el desarrollo económico y en la búsqueda social, mediante su plena integración a la sociedad, fomentando la igualdad de oportunidades. La AMMJE también busca promover, desarrollar y fomentar la formación profesional de las mujeres empresarias, así como de los equipos humanos de sus empresas, estimulando y apoyando a las mujeres el fácil acceso a los recursos, formación, conocimiento y contactos necesarios para fomentar la cantidad, la calidad y la competitividad de las actividades empresariales de la mujer ayudándole a su éxito profesional (Íbidem, 2011).

### **1.3.2 Mujeres Empresarias**

Las mujeres generalmente se encuentran en una situación de escasa solvencia económica. Aunque administre la economía doméstica de la familia, raramente tiene acceso al dinero, ni puede contar con las propiedades familiares. Además, normalmente, el marido o compañero no le permite hipotecar las propiedades comunes para montar una empresa, mientras que en la situación inversa, la mujer no pondrá impedimentos al hombre si lo necesita para su negocio. Este hecho condiciona que las entidades financieras desconfíen de los proyectos empresariales de las mujeres y obstaculicen la concesión de créditos y avales necesarios para hacerlos realidad. Por este motivo, la Unión Europea quiere, desea y aconseja que se proporcionen avales bancarios procedentes de la Administración o bien de asociaciones de Capital Riesgo destinados a mujeres que inician un negocio (Instituto Mexicana de Mujeres Empresarias,2013).

El papel que juega la mujer en la economía a pequeña escala y sobre todo el carácter imprescindible de su actividad en los países más subdesarrollados ha logrado finalmente llamar la atención sobre los funcionarios de agencias para el

desarrollo, gobiernos e instituciones altruistas y financieras. Así a principios de los años 90 varias instituciones empezaron a demostrar que los servicios financieros a las microempresas podían ser operaciones viables. Además la experiencia demostraba que las mujeres de bajos ingresos ahorraban y saldaban sus préstamos en los plazos establecidos (Ibídem, 2013).

Aunque en algunas ocasiones las mujeres desean continuar siendo pequeñas empresarias; si hacen crecer la empresa, temen perder el control o bien, por falta de preparación, tienen miedo a ser absorbidas por otras empresas más potentes.

Las mujeres empresarias se han destacado profesionalmente trascendiendo barreras emocionales, físicas, culturales y sociales, barreras impuestas por la misma sociedad, sin embargo con el paso del tiempo la mujer ha sabido sobresalir en el ámbito laboral, político y empresarial.

En un estudio realizado por el Instituto Nacional de las Mujeres de México (2008), se identificaron ciertos factores; emprender un negocio exige ciertas características, cualidades y condiciones que generalmente las mujeres poseen, algunas de estas características son: ser independientes es decir saben obtener sus propias ganancias siendo ellas sus propias jefas, oportunas saben identificar fácilmente las necesidades de la sociedad y eligen satisfacerlas dedicándose al giro en el que actualmente se desenvuelven o desean desenvolverse. Las mujeres suelen ser adaptables a los cambios, juiciosas esto las hace tener sentido de urgencias es decir tiene la habilidad de pensar rápido y tomar decisiones adecuadas para la resolución de problemas, son equilibradas tienen un sentido de organización más elevada que la de los

hombres, la mujer generalmente mantiene el equilibrio en los resultados finales y no tanto en el proceso para llegar a ellos. Son constantes y enfocadas, tiene las ganancias como objetivo y saben que el éxito de su negocio es medio por las ganancias.

En el informe “La actividad empresarial femenina en España”, publicado por el Instituto de la Mujer (1990), se destacaron algunas de las motivaciones principales por la que las mujeres emprenden su propia empresa:

Ocupacionales, realización personal y bienestar económico. Según las investigaciones sobre la motivación empresarial, el aspecto económico casi no figura en primer lugar entre los emprendedores, tampoco que, en las mujeres lo más importante del emprendimiento se considera el deseo de independencia económica relacionado con su autorrealización personal.

Las cifras más elevadas de empleo en todos los países de la unión europea corresponden a las mujeres, por esta situación la mayoría de las mujeres deciden auto emplearse creando su propio negocio.

Este tipo de circunstancias no solo aplica en la unión europea si no también en el resto del mundo sobre todo en países subdesarrollados, situación que está más presente en zonas rurales.

## 1.4 Origen del Crédito comunal en México

Retomando el tema referente Banco Grameen, alrededor del mundo, este banco ha logrado ser una inspiración para múltiples consorcios multinacionales del sector bancario y financiero. México no ha sido la excepción, actualmente operan diversas instituciones crediticias basando su metodología en el modelo del Banco Grameen. Sin embargo es ineludible precisar que las condiciones socioeconómicas de México al resto del mundo así como en Bangladesh, sede del banco Grameen, son absolutamente distintas, pero hablando en términos generales hoy en día, en cualquier país subdesarrollado la falta de garantías para solicitar un crédito y la falta de orientación financiera, hace que las personas que pertenecen al sector rural se excluyan de los servicios financieros y los coloca en un estado socioeconómico aun más vulnerable. Por lo tanto estas zonas rurales presentan una serie de limitaciones que les impide crecer y desarrollarse tanto como comunidad como individualmente.

Lizárraga y Casas (2005), señala que la deficiente provisión de infraestructura y de servicios, como son la educación y la banca, contribuye a acentuar las disparidades socioeconómicas con los centros urbanos e intensifica el aislamiento de los núcleos rurales.

De acuerdo con Vázquez (1998), el desarrollo local consiste en un proceso de crecimiento económico y de cambio estructural, que conduce a una mejora en el nivel de vida de la población. Impulsar dinámicas de desarrollo local implica producir procesos de acumulación de capacidades políticas, económicas, culturales y administrativas a nivel local. El desarrollo de estas dinámicas debe ser llevada a cabo por los actores locales en un ambiente de permanente negociación (Arocena, 1995). Si a lo anterior le agregamos que

puedan contar con crédito como fuente principal de financiamiento, se tendrán territorios con visibles mejoras en su calidad de vida. Para Muhammad Yunus, el crédito es uno de los derechos de la humanidad, y la falta de éste coloca a la gente pobre en desventaja, en realidad el crédito juega un papel más importante en el desarrollo social, económico y político que el que los economistas tradicionalmente le han asignado. El crédito es una arma poderosa, cualquiera que posea crédito, ciertamente estará mejor equipado para aprovechar ventajosamente sus capacidades (Rentería, 2005).

Los bancos comunales son organizaciones de crédito y ahorro formado por grupos de entre 10 y 50 miembros. Estos grupos son normalmente mujeres que se asocian para auto gestionar un sistema de microcréditos, ahorro y apoyo mutuo. Los miembros del grupo administran el sistema y garantizan los préstamos entre sí.

Hablando en términos generales el financiamiento bancario tradicional posee ventajas en el sentido de incluir dentro de su clientela a las empresas con mejores perspectivas. En contraste, las posibilidades de los modelos de gestión sustentados en el micro financiamiento son mayores en regiones en las que la presencia del Estado es muy limitada y a la vez las necesidades sociales insatisfechas no son la excepción sino la regla. Es precisamente el caso ya mencionado del Banco Grameen, o de las comunidades rurales en Centro y Sur América beneficiadas por iniciativas solidarias, Cooperativas o de instituciones microfinancieras. Es común, dentro del lenguaje de la política pública, enfatizar la diferencia entre los efectos y los impactos de un programa o proyecto. (Roth, 2007).

En el caso específico del microcrédito, los objetivos directos son la mejoría en ingresos o la superación de situación precarias del hogar del cliente o del desarrollos de su actividad productiva, sin embargo los resultados de las inversiones que se realizan con el crédito otorgado son de mediano a largo plazo al igual que la superación de niveles o situación de pobreza.

De acuerdo con el artículo de Melián, Sanchis y Soler (2010), determinan que regularmente el mayor responsable en la financiación del desarrollo local y autoempleo es el sistema gubernamental. Sin embargo, el modelo clásico de financiación del Desarrollo Local, que tiene sus orígenes en el modelo de financiación autonómica surgido de la Constitución Española de 1978, este modelo presenta significativos detalles que aplican en una diversidad de sectores financiero ya sean públicos o privados, estos detalles son:

- La escasez e insuficiencia de recursos financieros disponibles para cubrir las expectativas de las distintas acciones que se requieren, sobre todo en el ámbito local, dado que aunque las Administraciones Locales han ido asumiendo cada vez mayores responsabilidades en la prestación de servicios, no siempre han ido unidas a una mayor disponibilidad financiera.
- La dependencia política de los fondos recibidos, lo que hace que los resultados políticos (beneficiosa muy corto plazo y vistosos) primen sobre los resultados sociales (beneficios a largo plazo y efectivos).

- El carácter temporal y coyuntural de la financiación de las acciones de inserción socio laboral, ya que los fondos utilizados están asociados a determinados proyectos limitados en el tiempo, de manera que cuando finaliza el proyecto, los fondos desaparecen.
- Los fondos financieros procedentes de las Administraciones Públicas suelen ser inadecuados e inapropiados para las Iniciativas de Inserción Socio laboral, dado que proceden de convocatorias oficiales caracterizadas por una cierta rigidez y pensadas desde un ámbito macroeconómico y central, frente a una visión microeconómica y local.

No es necesario cambiar de continente para poder señalar que la causa de las necesidades económicas nos afecta de la misma manera. En México como en España tenemos la misma necesidad de emprender en tiempos de crisis. El gobierno e instituciones bancarias del sector privado, no atienden a la población vulnerable, que es la más necesitada de este tipo de apoyos.

En numerosos países latinoamericanos como Honduras, Nicaragua, Chile, México o Argentina se han implementado proyectos de financiamiento a individuos o grupos, pensando que son una alternativa para la recuperación económica de una región o país, brindando oportunidades tanto para una mejor subsistencia como para la elaboración de proyectos familiares o colectivos en producción, comercio o servicios. El microcrédito puede tener una aplicación casi universal; incluso en países europeos como Francia y España está constituyéndose como un instrumento significativo para combatir la pobreza (Medina y Florido, 2010).

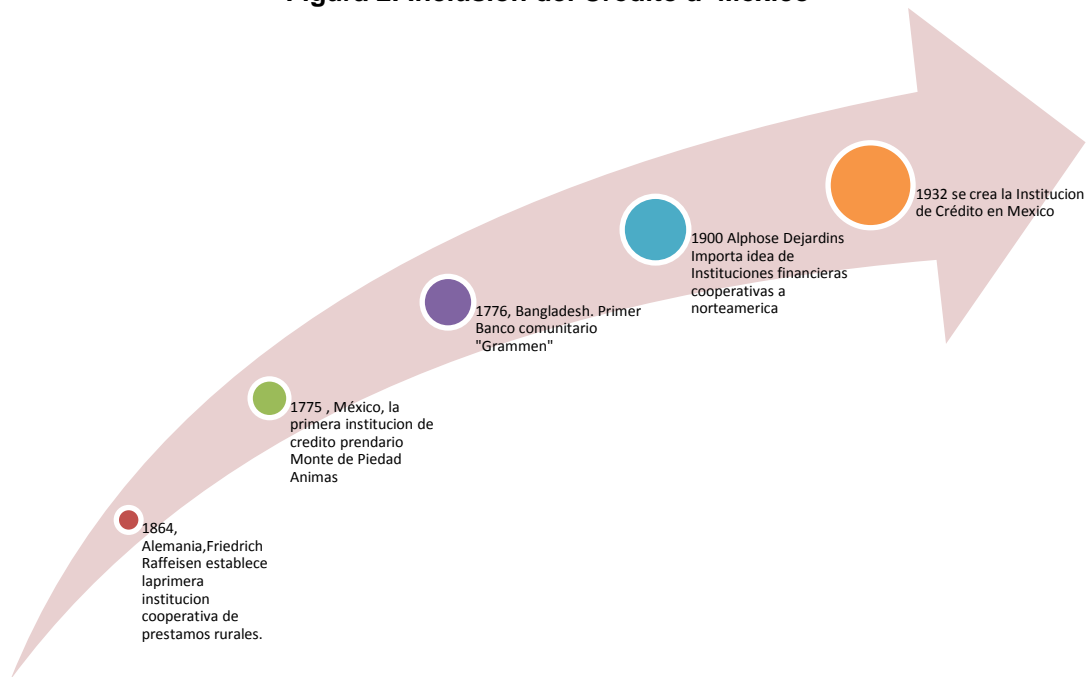
Para el caso de México, aunque se sigan discutiendo sobre los criterios de medición de nuestro fenómeno propio de la pobreza, de acuerdo con datos del Banco Mundial, 52 de cada 100 mexicanos se encuentra en condición de pobreza (La Jornada, 2013). De esta manera, cuando se eligió un programa específico como el Sistema de Financiamiento Rural Alternativo (Sifra) es un programa que se concibió tanto en la perspectiva del combate como, paralelamente, para impulsar el desarrollo local y regional. Fue una propuesta de la Secretaría de Desarrollo Rural (Seder) del gobierno del estado de Jalisco, en México, que se llevó a cabo a partir de 1999. Se realizó una primera revisión, después de varios años de implementación del programa, para balancear, de acuerdo a sus propios planteamientos iniciales, sus niveles de éxito o fracaso. El Sifra se ha planteado, desde su inicio, el objetivo de llegar a los más pobres de la región y especialmente a las mujeres, ello a partir de varios supuestos fundamentales dentro de una política social coherente. No se trata simplemente de canalizar recursos al sector rural empobrecido a través de préstamos otorgados por el gobierno mexicano que repitan la experiencia de préstamos formales de bancos del Estado, en donde la mayoría de las cantidades en deuda se condonaban después de cierto tiempo, terminando en realidad como subsidios que nunca se recuperaban; por otro lado, la población destinataria aparecía simplemente como receptora de la ayuda gubernamental en la concepción de un Estado paternalista. Alrededor del Sifra, paulatinamente se fueron incorporando otros actores que resultaron estratégicos para su construcción y funcionamiento, como el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), que es una universidad privada dirigida por los jesuitas y en donde algunos académicos trabajan temas de desarrollo local y regional (ibíd,2010).

En México a raíz del establecimiento de las sociedades financieras, se han ido creando diversas instituciones para brindar apoyo económico a la población

vulnerable, ya que solo el 25% de la población tiene acceso a financiamientos de la banca, Se estima un mercado potencial dispuesto a beneficiarse de servicios microfinancieros de alrededor de 18 millones de personas, así mismo se estima que 4 millones de ese mercado a esta cubierto entre las más 230 microfinancieras registradas. De 120 millones de mexicanos solo 30 millones tiene acceso a los préstamos financieros por la banca (Alcance Financiera, 2012).

Una de las instituciones que el gobierno mexicano ha implementado para financiar el medio rural, es la Banca de desarrollo, que tiene la finalidad de financiar proyectos básicos dentro del país enmarcados en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), que ejerce su función mediante las siguientes instituciones: Financiera Rural, Nacional Financiera (NAFIN) , Banco Nacional de Comercio Exterior (Bancomext), Banco Nacional de Ejercito y Fuerza Aérea y Armada; Banco del Ahorro Nacional y Servicios Financiero (BANSEFI) y la sociedad Hipotecaria Federal (SHF). Los fondos y fideicomisos públicos también forman parte de la Banca de Desarrollo aunque sean administradas y supervisadas por diversas dependencias (Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, 2002).

**Figura 2. Inclusion del Crédito a México**



**Fuente: Elaboración Propia basada en Artículos sobre la el origen y evolución del Crédito**

## **1.5 Origen del crédito comunal en Alcance Financiera**

### **Historia de Alcance Financiera**

Alcance Financiera (2008), Su Origen de deriva de la inquietud de un grupo de ejecutivos desarrolladores de negocios interesados en ser generadores de cambio para determinado sector de la población del país con la convicción de buscar un impacto social.

Alcance Financiera S.A. de C.V. SOFOM E.N.R. es constituida el 7 de enero del 2008 como una sociedad financiera de objeto múltiple que brinda servicios

crediticios al empresario propietarios de una microempresa o a la mujer generadora de ingresos, en el contexto de la vulnerabilidad, con actividad productiva de transformación, prestación de servicios o comercial, Por tanto la fuente repago de toda obligación crediticia, está en las ventas o ingresos generados por dicha actividad productiva.

De enero a noviembre del 2008 los fundadores de Financiera Activamos se dedicaron a definir, analizar, planear las estrategias de producto y metodología, precio, distribución, promoción y publicidad, servicio al cliente, tecnología y capital humana.

Alcance Financiera se comercializa con la marca “Financiera Activamos” el éxito de tu negocio-como slogan-. Es un nombre que genera confianza y compromiso con nuestros clientes. Les da la connotación de que están haciendo un negocio con una empresa que les permitirá estar activos y por lo tanto, crecer sus ventas.

El logotipo se fundamentó también en investigaciones de mercado, en donde la mujeres la columna vertebral de nuestro negocio y hoy en el centro de nuestro logotipo gráfico.

### **Misión Alcance Financiera**

Apoyar mediante servicios financieros a micro empresarios y emprendedores en segmentos vulnerables de la población, de forma competitiva y diversificada,

basándonos en las mejores prácticas de la industria y proporcionándoles la mejor opción para enfrentar sus necesidades de financiamiento.

## **Visión Alcance Financiera**

Impulsar el desarrollo económico y la calidad de vida del México vulnerable.

## **Servicios de Alcance Financiera**

### *Crédito Comunal en Alcance Financiera*

Se refiere a una agrupación auto gestionada, de 12 personas mínimo, generadoras de ingresos, únicamente mujeres, que por sus patrimonios familiares reducidos, se solidarizan entre sí para garantizar de manera mancomunada el pago del monto total de trabajo. El monto promedio por persona es de \$5,000 en el primer ciclo, en pagos semanales, durante 16 semanas.

La recaudación de pagos se realiza semanalmente en reuniones en la vivienda de uno de los miembros, manejadas por una mesa directiva.

### *Requisitos para solicitar un crédito en Alcance Financiera*

- Comprobante de domicilio, credencial de elector y CURP.
- Se requiere cumplir con las siguientes políticas de la institución:
- Tener una actividad productiva o proyecto de inversión, asistir puntualmente a reuniones semanales de 15 minutos, formar grupo mínimo de 12 personas y disposición de operar con garantía solidaria.

### *Mercado Objetivo de Alcance Financiera*

Mujeres con una actividad productiva o con un proyecto de inversión hacia micro empresa de transformación, prestadora de servicio o comercial, mayores de 18 años, con ánimo de entre sí para garantizar su préstamo y el de sus compañeras, cumpliendo con los requisitos de la metodología y la institución. Nuestro producto va dirigido al segmento de la población (D+ Dm y D-) tocando un pequeño porcentaje del segmento popular y medio, pero con el reto de distribución dirigido hacia el segmento popular.

### *Sucursales de Alcance Financiera*

Alcance Financiera cuenta actualmente con 16 sucursales, ubicadas únicamente en 4 estados de la República Mexicana; Zumpango, Nicolás Romero, Santiago Tianguistenco, Texcoco, Tenancingo, Atlacomulco, Toluca1, Toluca 2, Maravatío, Zitácuaro, Querétaro, Amecameca, Chicoloapan, Ixtapaluca, San Juan de Río y Tula.

El 11 de noviembre del 2008 Financiera Activamos otorgó su primer crédito por parte de la sucursal de Zumpango, siendo ya una empresa totalmente planeada, documentada, automatizada, capacitada y en constante innovación y mejora continua.

## 1.6 Origen del Crédito individual

De acuerdo a la investigación realizada por Buitrago (1995), los programas de crédito individuales surgieron en América Latina a inicios de la década de los setenta, después de cerca de diez años de trabajo voluntario en comunidades pobres, por parte de estudiantes norteamericanos, quienes identificaron los problemas que tenían los habitantes, los cuales se referían a las dificultades para encontrar empleo y posibilidades de ganarse la vida. Cantidades de personas que emigraron de las áreas rurales, atraídos por las ciudades con la mira de encontrar empleo, se vieron obligados a iniciar sus propios negocios pequeños como única alternativa para subsistir.

En esa época los programas dirigidos a este sector de la población eran ejecutados por Organizaciones No Gubernamentales, que trabajaban con desarrollo comunitario e incorporaban el comprobante de crédito y asistencia gerencial como parte de su trabajo de desarrollo social. En sus inicios las características de esos programas eran dirigidas a pequeñas comunidades específicas, las donaciones externas financiaban el fondo rotatorio de crédito y todos los costos de operación, la funcionalidad de estos programas de crédito dependían de nuevas donaciones. El crédito era subsidiado y se le daba mayor importancia a la capacitación sobre el manejo del crédito. Estas características se mantuvieron hasta mediados de los años ochenta. Hasta que existió mayor conocimiento sobre el sector financiero a nivel global, a partir de este año se desarrollaron metodologías de crédito enfocadas a la banca comunal.

En el proceso de búsqueda de una mejor y nueva metodología de trabajo con el sector micro empresarial, Brasil fue el iniciador, creando un programa en 1973, por iniciativa y con asistencia técnica *de Acción Internacional*, que es un

organización privada de desarrollo con sede en Estados Unidos que se especializa en programas de ayuda a las microempresas de América Latina y Estados Unidos.

A finales de 1978, Accion International patrocinaron un seminario sobre el desarrollo de la microempresa en Recife, Brasil y como resultado de este seminario surgió el interés de participantes de siete países de Latinoamérica en los métodos de desarrollo usados por Accion. Ya para el año de 1980 el desarrollo de la microempresa, despertó el interés de varias asociaciones internacionales como una forma efectiva y práctica de ayudar a personas de bajos ingresos, el sector rural.

Accion International, se volvió más consultada por organizaciones privadas interesadas en el sector rural, y como resultado de la implementación de esta metodología se lanzaron nuevos programas en la república Dominicana con *Asesoría para el Desarrollo de Microempresas es un la Institución Privada sin Ánimo de Lucro (ADEMI)*, en Ecuador con la *Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED)* y la *Fundación Eugenio Espejo*, en Perú con *Accion Comunitaria* y en Colombia con la *Fundación Carvajal* y con la *Fundación Compartir* y en México con *Asesoría Dinámica a Microempresas* la cual es una Institución Privada sin Ánimo de Lucro (ADMIC), afiliada desde 1980 a Accion International.

## **1.6 Apoyos Financieros en la región de Tula**

Las Instituciones financieras en Hidalgo se dedican básicamente a la adquisición de activos o pasivos financieros en el mercado, que pueden cumplir

con funciones de autoridad monetaria. Las Instituciones Financieras en Hidalgo no solo son Bancos, a continuación se mencionan otras Instituciones bancarias y no bancarias:

- Las Cooperativas de Ahorro y Crédito que no solo captan ganancias económicas de sus accionistas o socios sino también de sus clientes.
- Cajas de Ahorro, quienes mantienen a un grupo de personas afiliadas y promueven créditos dependiendo de la cantidad que el cliente tenga ahorrado dentro de la misma institución.
- Las Federaciones de Cooperativas de Ahorro y crédito que realizan operaciones de intermediación que señala la Ley de Instituciones de Crédito.

Con base a Ampudia (2008), Las Instituciones Financieras no Bancarias en Hidalgo son Instituciones participantes del Sistema financiero que no pertenecen al Sistema Bancario. Estas Instituciones del Sistema Financiero están dedicadas a fortalecer el desarrollo y la integración financiera del país, en este caso de la identidad.

En el Municipio de Tula, Hidalgo los apoyos económicos que existente son del ámbito comercial privado.

Entre las Instituciones Financieras solicitadas en Tula, Hidalgo, se encuentran:

- Ahorros y aportaciones
- Remesas Familiares

- Seguros
- Financiamiento general
- Asistencia Técnica a asociados
- Capacitación y asesorías asociados

En Tula, Hidalgo las instituciones financieras generalmente están dirigidas a la captación de pequeños ahorros y capitales para el financiamiento de la micro, pequeña y mediana empresa en los sectores rurales y urbanos. De igual manera están orientados a ayudar a las personas independientes que requieran créditos personales por alguna situación fuera del alcance.

En la Región de Tula las Financieras más multitudinarias, son las siguientes:

- |                       |                    |
|-----------------------|--------------------|
| ▪ Compartamos Banco   | ▪ Finamigo         |
| ▪ Promujer            | ▪ Finsol           |
| ▪ Micronegocio Azteca | ▪ Apoyo Económico  |
| ▪                     | ▪ Solfi            |
| ▪ Bansefi             | ▪ Sumate           |
| ▪ Crediconfía         | ▪ Crédito Familiar |
| ▪ Avanza              | ▪ Credex           |

A continuación se muestra una gráfica donde se plasma la información acerca del lugar que ocupan las instituciones financieras, según el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI).

## Gráfica 1. Sucursales de la Banca Comercial en Tula, Hidalgo

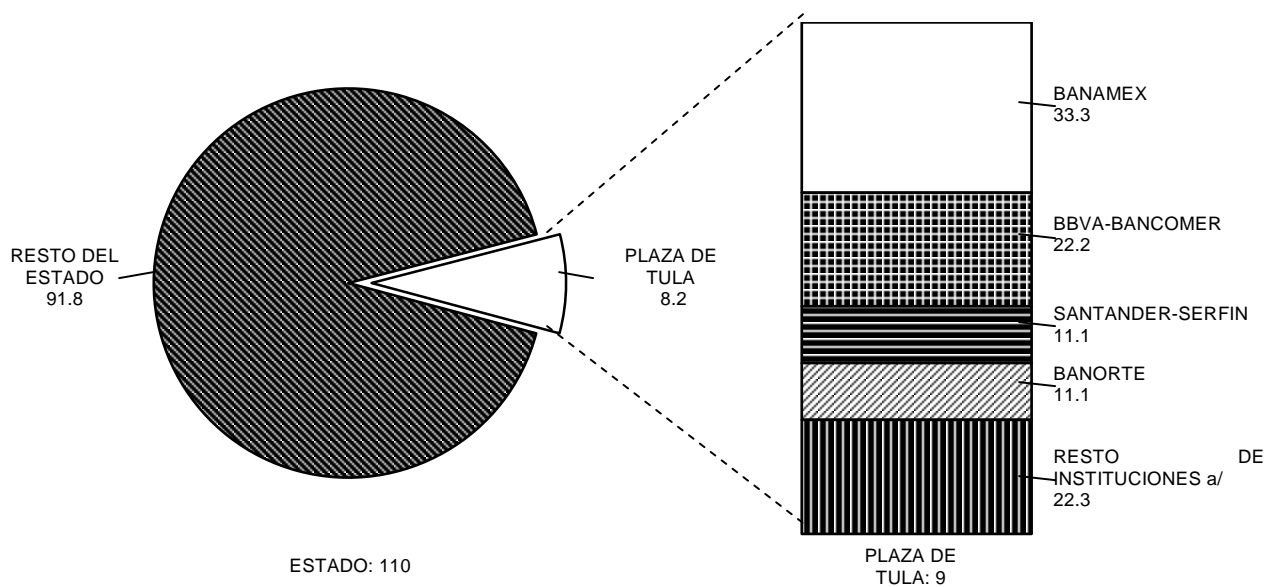
### SUCURSALES DE LA BANCA COMERCIAL EN LA PLAZA

Gráfica 15.a

#### DE TULA

Al 31 de diciembre de 2004

(Porcentaje)



Fuente: INEGI, diciembre 2004.

Los tipos de créditos que ofrecen las diferentes instituciones mencionadas, por lo general son los mismos. Para este análisis utilizaremos las definiciones de la Financiera Rural (2009): *Habilitación y Avío*, tiene el propósito de financiar las necesidades de capital de trabajo de individuos y empresas agrícolas y ganaderas. *Refaccionario*, es un crédito para la adquisición de maquinaria y equipo. *Simple*, es un crédito muy flexible ya que no tiene un destino específico. *Prendario*, crédito para la adquisición de un bien mueble, el cual quedara como una prenda, hasta que la deuda sea saldada. *Hipotecario*: crédito para la adquisición de una propiedad, propiedad que quedará como una garantía de la hipoteca, hasta que la deuda sea saldada

**Tabla 2. Antecedentes del Sistema Financiero Mexicano**

| <b>FECHA</b> | <b>ANTECEDENTES</b>  |
|--------------|--|
| 1775         | Primera Institución de Crédito Prendario / Monte de Piedad de Ánimas.  |
| 1864         | Establecimiento de una Sucursal del Banco Británico en México / The Bank of London, Mexico Banco Británico en México and South America.  |
| 1881         | Surge el Banco Nacional Mexicano   |
| 1897         | Se crea la Ley de Instituciones de Crédito   |
| 1913         | Huerta impuso préstamos a los bancos locales   |
| 1915         | 1er Intento para estabilizar la situación Financiera, por el Gobierno de Venustiano Carranza   |
| 1917         | Se promulga a constitución de los Estados Unidos Mexicanos donde se estipula que la emisión de billetes exclusivamente del Control del Gobierno Mexicano   |
| 1925         | Durante el Sexenio de Plutarco Elías Calles se funda el Banco de México  |
| 1926         | Se perfecciona la clasificación de las Instituciones de Crédito en México  |
| 1932         | Se crea la Institución Nacional de Crédito   |
| 1982         | Se expropia la Banca Privada   |
| 1983         | Se publica la Ley Reglamentaria el Servicio Público de Banca y Crédito<br><br>Se elimina a las Instituciones de Fianzas como organizaciones auxiliares de de Crédito<br><br>Se autoriza a las casas de cambio como auxiliares de Crédito |
| 1990         | La Banca múltiple y la banca de Crédito son señaladas como únicas prestadoras de servicios de Banca y Crédito  |
| 1993         | Surgen las Sociedades Financiera de objeto Limitado y las Sociedades Financieras de Objeto Múltiple  |
| 1999         | Surge en el Estado de Jalisco El sistema de Financiamiento Rural Alternativo.  |
| 2007         | Hay existencia 2007 Sofomes ER y 41 Sofomes ENR  |
| 2008         | Surge Alcance Financiera S.A.de C.V. SOFOM E.N.R.<br><br>Se otorga el primer crédito en la Sucursal de Zumpango de Alcance Financiera.   |
| 2009         | Existen 938 Sofomes.   |

**Fuente: Elaboración propia basada en Artículos que dan cuenta de la Evolución y Origen de los Créditos en México**

A lo largo del capítulo se revisaron los temas básicos sobre los antecedentes, origen y evolución del crédito, historia del Sistema Financiero, de las Instituciones Financieras y de la implementación de la Ley de Instituciones Financieras en México. Además se exponen comparaciones sobre la situación actual de la crisis económica que afecta diversas partes del mundo, la cual nos lleva a tomar decisiones para mejorar nuestra calidad de vida o satisfacer necesidades básicas de consumo, a través de medios que faciliten la adquisición de bienes. Uno de estos medios es el crédito, cuyo concepto se desarrollará en el siguiente capítulo.

## **CAPÍTULO 2. CONCEPTUALIZACIÓN DEL CRÉDITO Y SUS PROCESOS**

En el desarrollo del Capítulo 2 se abordará la conceptualización de los términos principales que originaron la presente investigación, exponiéndolos de una forma sencilla y comprensible.

En este capítulo se pretende explicar los conceptos y señalar sus principales características, diferenciando las clases de crédito y describiendo los elementos que los conforman. De igual forma se señalarán los beneficios de los dos tipos de crédito, Comunal e individual.

Partiendo de los conceptos señalados, se expondrá la metodología para el otorgamiento de cada uno de los créditos mencionados anteriormente. Principalmente se describirán los requisitos para otorgar los créditos y los procesos administrativos por los cuales deben pasar.

### **2.1 CONCEPTOS**

#### **2.1.1 Conceptualización del Crédito**

En palabras de Zúñiga (1987), Crédito es la entrega en el presente de algo tangible o intangible que tiene un valor económico que permite adquirirlo, con la condición de abonar intereses y devolverlo en el futuro en la forma pactada.

En forma general por crédito se entiende la entrega de dinero u otras cosas fungibles con la obligación del prestatario de devolver lo recibido en cosa de la misma especie, calidad o cantidad (Zúñiga, 1987).

Una definición más amplia es la siguiente: “la disposición desde el punto de vista del acreditante (acreedor) y la disposición desde el punto de vista del acreditado (deudor), de efectuar un contrato de crédito, esto es, un contrato cuya finalidad es la producción de una operación de crédito, mientras que, por operación de crédito debe entenderse por parte del acreditante, la cesión en abonar intereses y devolverlo en forma captada (Ibíd. 1987).

#### *Características del Crédito*

Las definiciones atadas contienen ciertos elementos comunes y esenciales al crédito se pueden identificar como características como son el valor, transferencia de una propiedad, deuda, tiempo, precio de préstamo y por último confianza y creencia. Características que se describen en la siguiente tabla.

**Tabla 3. Elementos esenciales del Crédito**

|                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <b>Valor</b>                          | •Transacción de bienes tangibles o intangibles que tienen valor para las partes |
| <b>Transferencia de una propiedad</b> | •Se refiere a la transacción de un bien de una empresa a otra                   |
| <b>Deuda</b>                          | •Condición de devolver lo prestado, sin pérdida de calidad y cantidad           |
| <b>Tiempo</b>                         | •Entrega Presente y Devolución Futura   |
| <b>Precio del Préstamo</b>            | •Costo, Interés   |
| <b>Confianza y Creencia</b>           | •De que se pagara la deuda.   |

**Fuente: Elaboración propia basada en el texto de Crédito Cooperativo con autoría de Leonardo Zúñiga Chavarría (1987).**

### *Clases de Crédito*

Los créditos se pueden clasificar de diferentes maneras, ya que a que son diversas sus orígenes, fines y las modalidades en que se otorgan. El fin de la categorización determinará la forma en que se realice el crédito.

El enfoque del tipo de crédito se determina por la metodología que maneja el prestatario: Crédito individual y crédito comunal.

#### **a) Crédito Comunal**

El crédito comunal regularmente es otorgado exclusivamente a mujeres, con la finalidad de reducir la vulnerabilidad de los hogares ya que el acceso al crédito para las mujeres representa con el tiempo una aportación mayor en el ingreso del hogar. Es preciso destacar que el crédito no crea por sí mismo ingresos económicos, esto se logra sólo si es utilizado correctamente aprovechando las posibles oportunidades para desarrollar una actividad económica productiva. El crédito es una labor primordial para suministrar las actividades de desarrollo económico en el sector rural; sin embargo, el mismo se encuentra ausente o es escaso.

Internacionalmente prevalecen algunos ejemplos de éxito en cuanto a la provisión de crédito, como es el caso del cooperativismo europeo, que surge con el objetivo de acercar recursos financieros a los sectores más vulnerables y que se veían en la necesidad de recurrir a los banqueros tradicionales quienes inicialmente tenían el dominio de los créditos, otorgándolos con altas tasa de interés.

Un ejemplar caso en el mundo rural, es el Banco Rabobank que hoy en día es líder mundial como proveedor de servicios financieros. Con presencia en más de 35 países, con atención a 9 millones de clientes aproximadamente en todo el mundo. Cuando Friedrich W. Raiffeisen (1800) al darse cuenta que las necesidades financieras de los agricultores no eran cubiertas por la banca, decide establecer un banco cooperativo entre agricultores, esa iniciativa ha llevado a la institución a ser una organización importante en el medio a nivel mundial.

Otro caso exitoso es el ya mencionado anteriormente Banco Grammen creado por Muhammand Yunus en 1983 en India. El Banco Grammen Comenzó prestando dinero del mismo propietario a mujeres, con la finalidad de facilitar la adquisición de crédito a los sectores más vulnerables del país y generar más empleo y de esta manera hacerles salir de la situación de pobreza que presentaban en ese momento. En la actualidad Banco Gramemen tiene presencia en más de 50 países. Su modelo de financiamiento sólo otorga créditos a grupos. Este tipo de créditos asegura el cumplimiento del contrato, ya que crea una afinidad social, ya que los integrantes del crédito grupal conviven en una misma comunidad y tiene el propósito de desarrollar potencialmente las actividades económicas de la misma.

Se puede verificar mediante hechos que desde la creación del Banco Grameen, se ha demostrado que todos los que otorgan préstamos a la población más vulnerable, han confirmado que éstos sí pagan sus créditos así como el importe de los intereses que éstos generan.

Este tipo de bancos buscan desarrollar esquemas de financiamiento que no evadan el pago de las tasas de interés, sino que se ofrezcan oportunidades de acceder a créditos sin poner tantas barreras al momento de solicitarlos.

### **b) Crédito Individual**

De acuerdo a las diversas instituciones financieras que existen alrededor del mundo se pueden contraer varios atributos y concepto a cerca del crédito individual. Que se desarrollaran a continuación.

El crédito personal o individual se caracteriza por estar garantizado con los ahorros o garantías ya sean prendarias o hipotecarias del cliente.

Los créditos individuales (personales) son un tipo de préstamo que se suelen utilizar para financiar una necesidad específica en un momento crítico y no se cuenta con la suficiente solvencia económica para hacer frente a ese gasto o necesidad, ya sea para adquirir algún bien mueble o inmueble, pagar gastos o cuotas, que son generalmente, de una cuantía no muy alta. Los créditos individuales se conceden con garantías personales del interesado y el plazo de devolución suele ser de uno a cinco años. El importe máximo a financiar en los créditos individuales está en función de las garantías que se puedan aportar.

En el caso de los créditos individuales los trámites suelen llevar menos tiempo que en los hipotecarios, refaccionarios o créditos comunales o cooperativos en algunas ocasiones podemos disponer del dinero en un plazo de 48 horas.

En algunas ocasiones se puede requerir la presencia de avales. Los avalistas adquieren con su firma la responsabilidad del compromiso de pago de la deuda en el caso de que la persona titular de la cuenta incumpla con su obligación.

Actualmente con la competencia entre entidades financieras, se puede conocer en el mercado una amplia gama de servicios financieros que tratan de adecuar los créditos individuales a las necesidades particulares de cada cliente. Razón por la cual se ha creado diversos tipos de créditos.

## **2.1.2 Diferencias entre crédito comunal vs crédito individual**

De acuerdo con los conceptos desarrollados en la presente investigación y el conocimiento empírico respecto al tema en cuestión se puede determinar las diferencias de los créditos comunales e individuales.

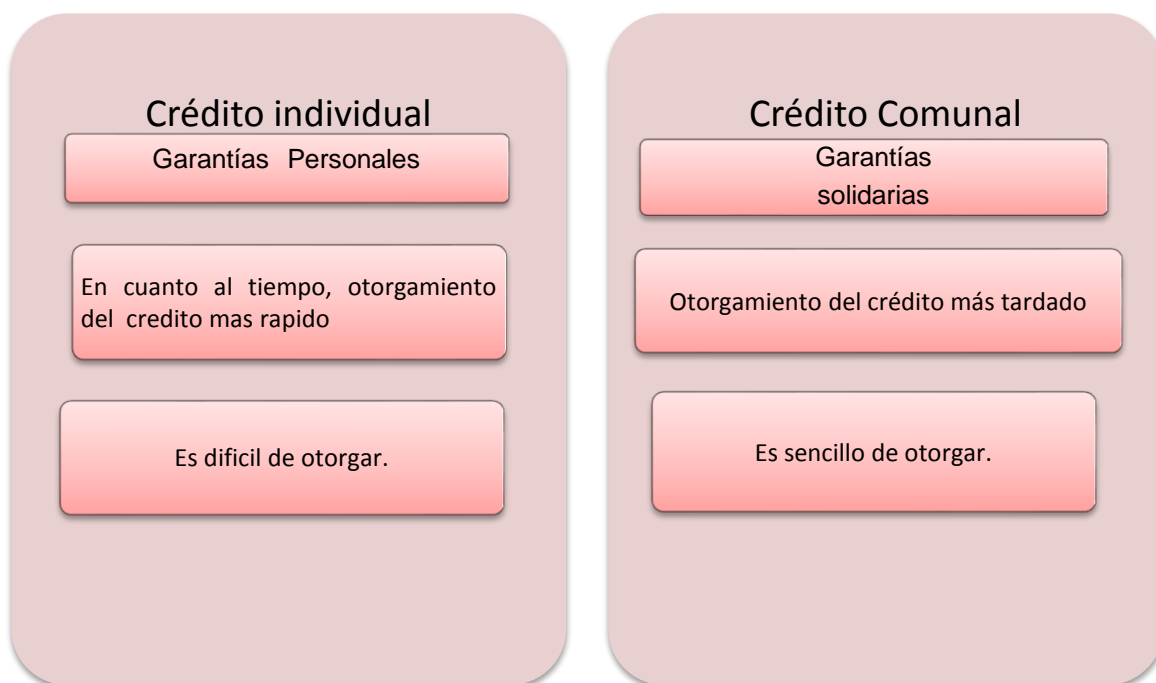
El crédito Individual se otorga a una persona natural, que demuestre haber logrado un desarrollo económico y un nivel de sustentabilidad considerable para poder garantizar el reembolso del crédito otorgado. El crédito comunal por su lado, se otorga un grupo de personas con una actividad productiva que desarrolla y sustenta un negocio, agregando una garantía de un compromiso mutuo entre los integrantes del mismo grupo.

Existen muchas razones para preferir el crédito individual al crédito comunal (cooperativo), una de estas razones es que las personas rehúyen a compartir compromisos y obligaciones con terceras personas. De la misma forma consideran tener más riesgos al compartir obligaciones que a presentar garantías individuales.

El crédito individual es otorgado de forma más sencilla en un lapso de tiempo más corto que en un crédito comunal (grupal). El crédito individual por lo general se otorga a una persona en una necesidad imprevista, no planeada. El crédito comunal, se podría decir, que es un préstamo que ha sido previsto o planeado.

Para determinar las diferencias del crédito Individual se representará la información de cada uno de ellos en una tabla comparativa.

**Tabla 4. Diferencias Crédito Individual vs Crédito Comunal**



**Fuente: Elaboración propia basaba en observaciones de campo.**

### **2.1.3 Beneficios; crédito comunal vs crédito individual**

El crédito individual y el crédito comunal tienen beneficios, ambos para distintas necesidades. Todos los préstamos existentes ya sean comunales (grupales), individuales, hipotecarios, prendarios o cualquier tipo de préstamos tienen

múltiples beneficios siempre y cuando se cumplan las responsabilidades y obligaciones. Los créditos se crearon como apoyo para socorrer a las personas en algún momento de crisis o como apoyo para desarrollar un proyecto de inversión, ya sea comercial, industrial o agrícola.

Los créditos si son utilizados para el destino correcto que son adquiridos se pueden generar grandes utilidades que no solo benefician a la persona que adquiere el préstamo si no también a la comunidad o micro-mediana empresa.

Uno de los principales beneficios del crédito individual es que la persona que lo solicita no está a expensas del un grupo de personas, es decir cuando un grupo es analizado su historial crediticio y el resultado no es favorable, no se otorga dicho préstamo. En el crédito individual no existen compromisos solidarios, es decir no se tiene que ser responsable de otra cuenta de crédito.

El crédito grupal tiene aún más beneficios para la empresa que para las personas mismas, ya que el crédito solidario es una manera de garantizar los pagos. En ambos créditos ya sea el comunal o individual resulta claro que mientras el solicitante de crédito demuestre tener un buen historial crediticio, un desarrollo empresarial (comercial) de cualquier tipo y que sobre todo reúna todos los requisitos que se le piden, sería suficiente para otorgarle el crédito. Tomando en cuenta que al reunir las características mencionadas, ya es una ventaja tanto como para la institución otorgante del crédito así como a la persona que se le otorga.

## **2.2 Buro de crédito**

A partir de 1995, comienzan a operar en México los llamados “Burós de Crédito”, y es hasta el 15 de enero de 2002 que se publica la Ley para Regular

las Sociedades de Información Crediticia, cuya función principal es recopilar, administrar y entregar los historiales de crédito de las personas y empresas. En el país existen tres instituciones financieras debidamente autorizadas para operar: Trans Union y Círculo de Crédito, especializadas para personas físicas, y Dun & Bradstreet, para personas morales. Estas sociedades se encuentran reguladas y supervisadas tanto por la Secretaría de Hacienda y Crédito público; como por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores y el Banco de México. La Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF), por su parte, puede conocer de controversias interpuestas por los usuarios y en caso de una presunta violación al marco legal de esta Comisión Nacional (CONDUSEF,2012).

Las Sociedades de Información Crediticia, comúnmente llamadas “Burós de Crédito”, son las referencias (bases informativas), que permiten al oferente del crédito ampliar su visión sobre la capacidad de endeudamiento, comportamiento de pago y tipo de créditos adquiridos, respecto de un solicitante, con lo cual estará en mejores condiciones de valorar la solicitud de préstamo o crédito, mediante parámetros más amplios. En 2011, se realizaron 64.8 millones de consultas de reportes de crédito de personas físicas por parte de los otorgantes, lo que implicó 66% más con respecto a 2010, y si bien pudiera considerarse como un incremento muy importante, la realidad es que todavía falta mucho por avanzar, pues existen miles de otorgantes de crédito que todavía no consultan ni reportan sus créditos. Más aún, hay entidades poco responsables que en su publicidad señalan que no consultan a las sociedades de información crediticia, lo que no sólo puede propiciar el sobreendeudamiento de los deudores, sino incluso, el deterioro en la calidad de sus propias carteras y del sistema. Hasta el momento, no todos los sectores financieros y comerciales, remiten los historiales crediticios de sus clientes, y si bien es cierto que no es obligatorio por Ley, CONDUSEF recomienda que todos envíen regularmente los historiales de

crédito a alguna de las Sociedades de Información Crediticia. Con esto, se tendrá una base de datos sólida en beneficio de todos los participantes, incluyendo por supuesto a los usuarios del crédito (Íbid, 2012).

Para conocer más a fondo sobre este término de Buro de Crédito, se conceptualizará de la siguiente manera.

El Buro de Crédito también tiene otros términos, como bureau de crédito, credit bureau, agencia de informes de crédito o credit agency.

En México el buro de crédito es una empresa privada, constituida como una Sociedad de Información Crediticia, debidamente autorizada por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), con opinión del Banco de México (Banxico) y de la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV)(Buro de Crédito,2014).

Proporciona servicios sobre recopilación, manejo y entrega o envío de información relativa al historial crediticio de personas físicas y morales, así como operaciones de crediticias y otras de naturaleza análoga que dichas personas mantengan con Entidades Financieras (Bancos, Uniones de Crédito, Sociedades de Ahorro y Préstamo, etc.) así como con Empresas Comerciales (Tiendas departamentales) y Sofomes, E.N.R. (Ibíd., 2014).

Es importante aclarar que el buró de crédito no niega créditos, no otorga créditos y no cobra deudas solo es una fuente emisora de información para quien lo requiera.

El Buró de Crédito como ya se ha mencionado anteriormente se encarga de recopilar los historiales crediticios de las personas y que proporciona informes de crédito a los comercios y empresas afiliadas, que son potenciales acreedores como son bancos, empresas financieras, entidades emisoras de tarjetas de crédito, entre otras instituciones. Quienes a su vez le aportan información sobre sus clientes, emitiendo un informe del comportamiento de sus propios clientes. En resumen el buró de crédito es la empresa que recopilar la información sobre cómo una persona maneja su crédito, sus conductas financieras, su cumplimiento de pago y cuánto dinero debe.

El buro de crédito emite un un resumen de información bastante diversa, tanto de tipo personal como financiera. Cuenta con dos bases de datos importantes, que se mencionan en el siguiente recuadro.

**Tabla 5. Base de datos del Buro de Crédito Mexicano.**

| <b>Base de datos</b>   | <b>Base Primaria de Datos.</b>   |
|--|--|
| Conjunto de datos que se integra con la información que envían los Otorgante de Crédito (Entidades Financieras, Empresas Comerciales, Sofomes, E.N.R.) sobre el comportamiento de pago de personas físicas y morales con quienes mantienen una relación jurídico y/o comercial | Aquella que se integra con información de cartera vencida. Se considera cartera vencida a la definida como tal en las disposiciones aplicables a instituciones de crédito, emitidas por la CNBV. |

**Fuente: Elaboración propia basada en información obtenida de Buro de crédito.**

Las Instituciones que se dedican a otorgar créditos o/y a financiar, utilizan estos informes para decidir si otorgan o no un crédito. También ayuda a estas instituciones emisoras de créditos a evaluar el monto del mismo, las condiciones o el límite de financiamiento.

Actualmente los informes que emite el buro de crédito son una herramienta fundamental para decidir a quién se le otorga un crédito y las condiciones del mismo. Este informe del comportamiento crediticio ha contribuido a la difusión y estandarización del crédito, al permitir diferenciar a aquellos deudores que son cumplidos con sus obligaciones comerciales a los que no lo son y ofrecerles a los primeros condiciones preferenciales.

Los informes de crédito favorecer a los buenos pagadores con mayores créditos en mejores condiciones, como aumentar el monto de su crédito, plazos mayores para efectuar sus pagos, menores intereses o simplemente ofrecerles condiciones preferenciales. Las empresas que hacen uso de la información que integra Buró de Crédito son Bancos, arrendadoras, empresas de financiamiento automotriz, hipotecario y de bienes en general, tiendas departamentales, empresas comerciales y compañías de servicios diversos tales como: televisión por cable, telefonía, etc. (Buro de Crédito, 2014).

El objetivo fundamental del capítulo 2 es abordar el concepto general de crédito así como el de dos de sus acepciones, es decir el crédito individual y el crédito comunal, al igual que los procesos requeridos para otorgar este tipo crédito.

Sin embargo los procesos antes señalados presentan una metodología deficiente que complica las funciones del sistema crediticio en Alcance Financiera, la cual abordaremos en el siguiente capítulo.

### **2.2.1 Análisis de Historial Crediticio comunal**

El historial crediticio, en un concepto general, es la suma de los antecedentes crediticios de una persona, son una información relevante sobre su comportamiento comercial. El historial crediticio se puede conocer solicitando un *reporte de crédito especial*, el cual se obtiene a través del Buro de Crédito.

El análisis de historial crediticio comunal consiste básicamente en realizar un estudio minucioso del comportamiento crediticio cada integrante del grupo, para poder comprender con exactitud este análisis se describirá los elementos que contiene el Scoring y las pautas para determinar si el crédito es riesgoso o es viable. (Alcance Financiera, 2013).

A continuación se muestra el Scoring utilizado en Alcance Financiera para determinar el tipo de riesgo de una solicitud de crédito.

## Ilustración 2. Scoring Emitido por Alcance Financiera.

### Análisis de Comportamiento Crediticio

|                        |      |
|------------------------|------|
| Calificación<br>Grupal | % CL |
| B+<br>23.40<br>Bueno   | 15%  |

| Grupo: ESPERANZA 1  |   | Contrato: 0090001719                     |                     | Asesor: DAVID ANGELES PACHECO    |  | Ciclo Grupo: 1           |                      | Sucursal: TULA |          |               |                    |                          |    |                |                  |                     |                   |                |  |
|---|---|--|---------------------|----------------------------------|--|--------------------------|----------------------|----------------|----------|---------------|--------------------|--------------------------|----|----------------|------------------|---------------------|-------------------|----------------|--|
| Registro: 01/10/2014 11:43 a.m.   |   | Fecha Probable de Desembolso: 03/10/2014 |                     | Impresión: 01/10/2014 04:15 p.m. |  | No. Reestructuras:       |                      |                |          |               |                    |                          |    |                |                  |                     |                   |                |  |
| Ciente  | Circulo de Crédito  |  |                     |                                  | Control de Garantía Líquida y Préstamo |                          |                      |                | Gerencia |               | Análisis de Riesgo |                          |    |                |                  |                     |                   |                |  |
|   | # Ctas  | Monto                                    | # Ctas              | Monto                            | # Ctas                                 | Monto                    | Pagos Compl.         | Sin Ahorro     | % Ahorro | Deuda Interna | Ahorro Solidar.    | Comport. A               | EP | Monto Anterior | Monto Solicitado | Calificación Riesgo | Status            | Monto Aprobado |  |
| 01  | ANDREA FRANCISCA FALCON GUERRERO<br>CC: 2 AE: Tareas De Abstracción               | 6  | \$71,130            | 4                                | \$70,145                               | 1                        | \$0                  | 11.18          | 8        | 61.25%        | \$1,570            | \$100<br>\$120           | 9  | 1              | \$4,000          | \$6,000             | 34.63<br>PB: 50.0 | No Aprobado    |  |
| 02  | NDEMI VILLEDA CHAVEZ<br>CC: 1 AE: Calzado   | 3  | \$11,957            | 2                                | \$8,759                                | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$7,000             | 20.60<br>PB: 45.5 | Bueno          |  |
| 03  | ROSA GARCIA SANCHEZ<br>CC: 1 AE: Productos Alimenticios (Tamales, Gorditas, Etc.) | 2  | \$14,144            | 2                                | \$13,444                               | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$7,000             | 21.00<br>PB: 27.2 | Bueno          |  |
| 04  | NORMA TELLEZ CARMONA<br>CC: 1 AE: Ropa  | 4  | \$33,730            | 2                                | \$4,414                                | 1                        | \$4,654              |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$7,000             | 17.20<br>PB: 27.9 | Bueno          |  |
| 05  | TRACY TELLEZ CARMONA<br>CC: 2 AE: Calzado   | 3  | \$3,558             | 0                                | \$0                                    | 2                        | \$401                | 11.18          | 9        | 52.00%        | \$1,570            | \$120<br>\$87            | 7  | 2              | \$4,000          | \$5,000             | 32.75<br>PB: 48.4 | Satisfactorio  |  |
| 06  | LAURAL ETICIA ELIZONDO CASILLAS<br>CC: 1 AE: Ropa                                 | 0  | \$0                 | 0                                | \$0                                    | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$6,000             | 15.20<br>PB: 27.3 | Bueno          |  |
| 07  | VERONICA MARIA GONZALEZ FALCON<br>CC: 3 AE: Ropa                                  | 5  | \$53,886<br>+0.58%  | 3                                | \$46,756<br>93.45%                     | 1                        | \$58.14<br>-93.84%   | 18.18          | 8        | 48.10%        | \$0                | \$120<br>\$110           | 9  | 4              | \$5,000          | \$7,000             | 28.70<br>PB: 50.9 | No Aprobado    |  |
| 08  | CATALINA CASILLAS CARMONA<br>CC: 1 AE: Pan Y Pasteleria                           | 7  | \$41,179            | 0                                | \$0                                    | 1                        | \$5.14               |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$5,000             | 17.40<br>PB: 31.7 | Bueno          |  |
| 09  | ROBITA NEJIA SANCHEZ<br>CC: 1 AE: Artículos Para El Hogar                         | 0  | \$0                 | 0                                | \$0                                    | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$5,000             | 20.20<br>PB: 0    | Bueno          |  |
| 10  | JANNET VERONICA MONTEIL PERALTA<br>CC: 1 AE: Calzado                              | 0  | \$0                 | 0                                | \$0                                    | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$6,000             | 18.00<br>PB: 45.5 | Bueno          |  |
| 11  | KIMBERLY TELLEZ CARMONA<br>CC: 1 AE: Artículos Regionales Y Curiosidades          | 0  | \$0                 | 0                                | \$0                                    | 0                        | \$0                  |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | \$7,000             | 24.20<br>PB: 31.1 | Satisfactorio  |  |
| 12  | MARIA HERMELINDA FALCON GUERRERO<br>CC: 2 AE: Perfumes                            | 8  | \$222,812<br>93.00% | 5                                | \$49,057<br>260.77%                    | 2                        | \$1,87.38<br>100.00% | 11.18          | 8        | 61.25%        | \$1,570            | \$100<br>\$145           | 8  | 2              | \$4,000          | \$5,000             | 32.75<br>PB: 41.1 | No Aprobado    |  |
| <b>32 Clientes</b>  |   | <b>38</b>                                | <b>\$452,398</b>    | <b>18</b>                        | <b>\$192,575</b>                       | <b>8</b>                 | <b>\$173,972</b>     |                |          |               |                    |                          |    |                |                  | <b>\$17,000</b>     | <b>\$73,000</b>   | <b>23.40</b>   |  |
| <b>Comentarios</b>  |   |  |                     |                                  |  |                          |                      |                |          |               |                    |                          |    |                |                  |                     |                   |                |  |
| <b>Firma Asesor</b>   |   |  |                     |                                  |  | <b>Firma Coordinador</b> |                      |                |          |               |                    | <b>Firma Gerente</b>     |    |                |                  |                     |                   |                |  |
| DAVID ANGELES PACHECO   |   |  |                     |                                  |  | SERGIO DE LA CRUZ CORTES |                      |                |          |               |                    | ROGELIO GUTIERREZ ALONSO |    |                |                  |                     |                   |                |  |
| Nota: El "" en la numeración de los clientes indica que pudiera ser una Persona Políticamente Expuesta. Favor de validar si es un PEP activo. |   |  |                     |                                  |  |                          |                      |                |          |               |                    |                          |    |                |                  |                     |                   |                |  |

**Fuente: Alcance Financiera, 2014.**

Los elementos del scoring son principalmente cuatro: Información del *cliente*, que consiste en el nombre completo de la cliente, el número de ciclos que lleva trabajando dentro de la financiera y la actividad económica a la que se dedica; *Circulo de Crédito*, que consiste en el resultado en las deudas actuales, créditos vencidos y créditos en cobranza judicial; *Control de Garantía Líquida y Préstamo*, este elemento solo aplica para las integrantes que han trabajado anteriormente en ciclos pasados de Financiera Activamos, consiste en los pagos que ha realizado las clientas en ciclos, cuantos ahorros semanales realizaron y el porcentaje de los mismos, la deuda interna que es la deuda que tiene con las integrantes del grupo al que perteneció el ciclo pasado y por último el comportamiento cuantas asistencia tuvo a la reuniones y cuantos envíos de pago realizaron esto se refiere a que las clientas no asistieron a la reunión semanal y enviaron su pago con alguna otra integrante del mismo grupo; *Gerencia*, este apartado solo aplica para las integrantes que han trabajado anteriormente en ciclos pasados de Alcance Financiera, que son los montos con los que trabajaron en el último ciclo del crédito; por último el scoring contiene el *Análisis de Riesgos* que contiene la calificación y el monto, la calificación se realiza consultando el buró y el circulo de crédito de cada integrante del grupo,

aquí se determina el puntaje de riesgo, entre mayor puntaje mayor es el riesgo para otorgar el crédito, el status es la clasificación que el área de análisis y riesgos le da, puede ser rechazado, no aprobado, débil, satisfactorio, bueno o excelente por último el apartado de análisis de riesgos propone el monto, es un monto sugerido de acuerdo al resultado que arroja el círculo de crédito.

En el sentido financiero, riesgo es el premio solicitado o pagado por entrar en una inversión. Frecuentemente, el riesgo se incorpora en las decisiones de negocio a través de ciertos factores como el costo del capital o la tasa de interés que se paga sobre las tasas vigentes en el mercado.

## **2.3 Destino de créditos**

### **2.3.1 Pagos puntuales**

La puntualidad es un tema subjetivo, que se puede definir como el Cuidado y diligencia en hacer las cosas a su debido tiempo. Sin embargo en términos financieros para lograr la puntualidad interfieren varios factores.




En Alcance Financiera la puntualidad de pago se trata de controlar por medio de varios métodos. Desde el momento del desembolso del crédito se estipula la fecha de reunión; hora y día de pago. Como ya se ha mencionado anteriormente los pagos que se realizan para el reembolso del crédito son semanales. El día del desembolso se le entrega a la mesa directiva - conformada por una presidenta, una tesorera y una secretaria, 16 fichas de depósito correspondientes a las 16 semanas que dura su ciclo. Estas fichas contiene la siguiente información:

- Nombre de la Empresa
- Clave del grupo
- Nombre del grupo
- Clave del crédito
- Importe del depósito
- Referencia bancaria
- Fecha del depósito a realizar

Todos los datos necesarios para que no exista inconveniente al realizar el depósito correspondiente a la semana en curso.

Para una mejor explicación a continuación se muestra la ficha de depósito con la información antes mencionada.

### Ilustración 3. Ficha de depósito oficial de Alcance Financiera

|  |   |   |                         |
|--|---|---|-------------------------|
|           |   | <b>Ficha de Depósito de Pago de Préstamo</b><br>Pago 11 de 16<br><b>Fecha de Vencimiento:</b> 18/11/2014 <b>Monto de Pago:</b> 4,551.00 |                         |
| <b>Nombre de Grupo:</b>  |   | BOMBONES  |                         |
| <b>Clave de Grupo:</b> 0090000546  |   | <b>Clave de Crédito:</b> 0090001680   |                         |
| <b>Referencia:</b>   |   |   |                         |
|           | BANORTE   | 54099   | Referencia:009000168088 |
|           | BANAMEX   | 165/7931442   | Referencia:009000168069 |
|           | BANCOMER  | 829811  | Referencia:009000168030 |
|           | <b>PAGO PAYNET *</b><br>Mencionar al cajero que realizarás un Pago de Servicio PAYNET | <br>0000280100900016808                             |                         |
| <small>*Pago Paynet se puede realizar en cualquier comercio mostrado a continuación:</small> |   |   |                         |
|          |   |   |                         |

Fuente: Alcance Financiera, 2014.

Esta información de pagos semanales se plasma en un formato llamado *Control de Ahorro y Préstamo*, dicho control contiene los datos del grupo como es nombre, ciclo, número de contrato, fecha de reunión, fecha de vencimiento, pago de la ficha anterior, monto del pago semanal y monto total de depósito a realizar. En el control de ahorro y préstamo se debe de plasmar el pago del crédito por integrante, el pago de garantía líquida (ahorro) por integrante, el solidario (en caso de incumplimiento de pago de alguna integrantes), la deuda de alguna integrante, así como la devolución y aportación de los mismos solidarios. En cuanto al comportamiento, se marca con un “x” en el recuadro correspondiente a:

- A= asistencia
- R= retardo
- EP= envío de Pago
- NS= no quiso hacer solidario
- NP= no se presentó
- RA= robo de ahorro
- MU= mal uso de ficha

El formato de *control de ahorro y préstamo* debe ser firmado por la mesa directiva del grupo o en su defecto por 3 integrantes del mismo grupo, para cotejar la información escrita en dicho formato.

Dentro de las sanciones estipuladas en el contrato, existe una sanción al incumplimiento o impuntualidad de pago de la ficha semanal. La sanción es estipulada o acordada por las mismas integrantes del grupo

### **2.3.2 Morosidad**

La cartera de microcréditos y el número de clientes continúa creciendo y adquiriendo relevancia en la mayoría de los países latinoamericanos, sin desdeñar los efectos sociales que generan éstos entre las zonas rurales y semiurbanas, es importante reforzar las capacidades de su uso y pertinencia con educación financiera, ya que sin la adecuada asesoría y una contratación mal encaminada, es posible generar un sobreendeudamiento a las personas, lo que debe reconocerse como un riesgo que no sólo afectará la viabilidad financiera de las instituciones financieras y de la industria en general, sino también la viabilidad económica de las familias y su cohesión social. En ese sentido, la CONDUSEF consideró conveniente establecer algunos lineamientos coordinados con las instituciones otorgantes de microcréditos para instaurar, de manera voluntaria y comprometida, ciertas prácticas adecuadas en materia de comercialización de microcréditos, los cuales den certeza legal a los poco más de 8 millones de acreditados a través de un proceso sencillo e información clara y transparente. Los lineamientos de sanas prácticas coadyuvan a una operación transparente del mercado de microcréditos, en un ambiente de libertad de precios y competencia razonable en calidad y servicios, desalentando prácticas que induzcan a contratar préstamos por encima de su capacidad de pago, mitigando el riesgo de sobreendeudamiento, así como para evitar conductas que impacten negativamente en los derechos y patrimonio de las personas (CONDUSEF, 2013).

El retraso en el cumplimiento de una obligación se denomina jurídicamente mora, y por consiguiente se considera moroso al deudor que se demora en su obligación de pago. Consecuentemente se considera que el cliente se halla en mora cuando su obligación está vencida y retrasa su cumplimiento de forma culpable. La mora del deudor en sí, desde el punto de vista formal, no supone

un incumplimiento definitivo de la obligación de pago, sino simplemente un cumplimiento tardío de la obligación. La consecuencia inmediata de la constitución en mora del deudor es el devengo de intereses moratorios como indemnización de los daños y perjuicios que causa al acreedor el retraso en el cobro.

La morosidad es un tema muy amplio donde intervienen variables y factores tanto macroeconómicos como microeconómicos. Algunas de las variables de la morosidad son:

- Ratio de solvencia

El Ratio de solvencia mide la capacidad de una empresa o particular para hacer frente a todas sus deudas, tanto a largo como a corto plazo, realizando todos sus activos, financieros y no financieros.

Fórmula:  $\text{Ratio de solvencia} = \frac{\text{Activo Total}}{\text{Deuda Total}}$

Este ratio trata de determinar la capacidad de una empresa o particular para hacer frente a todas sus deudas con la realización de sus activos.

- Ratio de endeudamiento

Establece la relación entre los fondos propios de una empresa para hacer frente a sus deudas.

Fórmula:  $\text{Ratio de Endeudamiento} = \frac{\text{Capitales propios}}{\text{Deudas totales}}$

Ratio financiero que mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo.

- Plazo

Tiempo específico en el que han de realizarse cuantos trámites sean necesarios y exigidos para una actividad en concreto; fuera del cual ello ya no será posible. El plazo, jurídicamente, es el hecho futuro cierto del que pende el nacimiento o la extinción de un derecho.

- Importe

Cuantía de un precio, crédito, deuda o saldo.

- Tipo de interés

Porcentaje que se aplica al capital solicitado. Una vez concedido el préstamo se debe distinguir entre:

*Capital amortizado*: parte del crédito ya pagado.

*Capital pendiente*: parte del crédito que queda por pagar.

La morosidad es originada por diversos factores, desde el desempleo, la inflación, altas intereses hasta la falta de cultura financiera, lo cual genera insolvencia. La insolvencia se puede definir como la incapacidad para hacer frente a las deudas o la pérdida total o parcial del poder adquisitivo. Las insolvencias pueden ser de varios tipos.

- *Insolvencias de origen* son las que ya existían en el momento de conceder el crédito comercial, puesto que el cliente ya era insolvente en el momento de pasar el pedido. El principal culpable de esta situación es

el propio acreedor, por no comprobar la solvencia y capacidad de pago del cliente antes de venderle a crédito.

- *Insolvencias sobrevenidas* son las que surgen por razones ajenas a la voluntad del deudor y son imprevisibles, ya que son por causas inesperadas.
- *Insolvencias intencionales* son las provocadas por el propio deudor para evitar sus obligaciones de pago. En realidad, este tipo de insolvencia está más cercano al fraude que aun problema financiero.

A raíz de este concepto de insolvencia es como el deudor entra en mora y se deriva la morosidad.

Actualmente la Sucursal Tula de Alcance Financiera tiene un problema de mora que se mostrara detalladamente en la siguiente tabla:

**Tabla 6. Reporte de cartera de Alcance Financiera Sucursal Tula**

| DESCRIPCION                 | FECHA DE APERTURA | MESES ACTIVIDAD | GRUPOS ACTIVOS | CLIENTES ACTIVOS | GRUPOS ACTIVOS | CLIENTES ACTIVOS | PROM. CARTERA POR GRUPO | PROM. CARTERA POR CLIENTE | PROM. CARTERA POR CLIENTE | CARTERA ACTIVA      |
|-----------------------------|-------------------|-----------------|----------------|------------------|----------------|------------------|-------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------|
|                             |                   |                 |                |                  | S. C. Q.       | S. C. Q.         |                         |                           | S. C. Q.                  |                     |
| <b>Financiera Activamos</b> |                   |                 | <b>4,680</b>   | <b>55,368</b>    | <b>2,681</b>   | <b>30,081</b>    | <b>\$20,307</b>         | <b>\$1,716</b>            | <b>\$3,159</b>            | <b>\$95,038,435</b> |
| Subdireccion 1              |                   |                 | 2,270          | 26,664           | 1,244          | 13,718           | \$19,638                | \$1,672                   | \$3,250                   | \$44,577,821        |
| TOLUCA                      | 18-jun-09         | 64              | 301            | 3,579            | 157            | 1,728            | \$18,921                | \$1,591                   | \$3,296                   | \$5,695,077         |
| TEXCOCO                     | 28-may-10         | 53              | 384            | 4,474            | 225            | 2,478            | \$24,589                | \$2,110                   | \$3,810                   | \$9,442,113         |
| TIANGUISTENCO               | 07-jun-10         | 52              | 266            | 3,134            | 147            | 1,631            | \$19,500                | \$1,655                   | \$3,180                   | \$5,186,926         |
| TENANCINGO                  | 16-jul-10         | 51              | 206            | 2,453            | 79             | 866              | \$12,893                | \$1,083                   | \$3,067                   | \$2,655,933         |
| <b>TULA</b>                 | <b>27-sep-10</b>  | <b>49</b>       | <b>208</b>     | <b>2,393</b>     | <b>135</b>     | <b>1,472</b>     | <b>\$20,858</b>         | <b>\$1,813</b>            | <b>\$2,947</b>            | <b>\$4,338,412</b>  |

| CARTERA VENCIDA VIGENTE | %     | CARTERA VENCIDA VIGENTE | %     | % TOTAL C. VENCIDA VIGENTE | CARTERA VENCIDA | %     | CARTERA VENCIDA | %      | CARTERA QUEBRANT. | %      | CARTERA VENCIDA TOTAL | %       |
|-------------------------|-------|-------------------------|-------|----------------------------|-----------------|-------|-----------------|--------|-------------------|--------|-----------------------|---------|
| 1 A 7 DÍAS              |       | 8 A 21 DÍAS             |       |                            | 22 A 90 DÍAS    |       | 91 A 270 DÍAS   |        | 270 DIAS O MÁS    |        |                       |         |
| \$964,692               | 1.02% | \$2,068,400             | 2.18% | 3.19%                      | \$4,925,364     | 5.18% | \$10,454,921    | 11.00% | \$36,377,375      | 38.28% | \$54,790,752          | 57.65%  |
| \$432,564               | 0.97% | \$937,204               | 2.10% | 3.07%                      | \$2,458,671     | 5.52% | \$4,192,282     | 9.40%  | \$18,051,592      | 40.49% | \$26,072,313          | 58.49%  |
| \$48,399                | 0.85% | \$187,218               | 3.29% | 4.14%                      | \$560,263       | 9.84% | \$516,569       | 9.07%  | \$2,255,981       | 39.61% | \$3,568,430           | 62.66%  |
| \$104,991               | 1.11% | \$161,236               | 1.71% | 2.82%                      | \$501,240       | 5.31% | \$505,143       | 5.35%  | \$3,512,348       | 37.20% | \$4,784,958           | 50.68%  |
| \$73,815                | 1.42% | \$102,377               | 1.97% | 3.40%                      | \$399,193       | 7.70% | \$646,744       | 12.47% | \$2,051,240       | 39.55% | \$3,273,369           | 63.11%  |
| \$30,719                | 1.16% | \$64,855                | 2.44% | 3.60%                      | \$206,970       | 7.79% | \$522,794       | 19.68% | \$1,855,614       | 69.87% | \$2,680,952           | 100.94% |
| \$27,767                | 0.64% | \$65,980                | 1.52% | 2.16%                      | \$121,017       | 2.79% | \$426,586       | 9.83%  | \$993,520         | 22.90% | \$1,634,870           | 37.68%  |

Fuente: Alcance Financiera, 01/10/2014.

La sucursal al día 1 de octubre 2014 cuenta con una cartera activa por \$4'338,412.00 pesos 00/100 M.N. y una cartera vencida total por \$1'634,870.00 pesos 00/100 M.N. Lo cual quiere decir que cuenta con el 37.68% de cartera en mora.

### CAPITULO 3. CONCEPTUALIZACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA, DENEGACION DE CREDITOS Y DELIMITACION DE CARTERA EN ALCANCE FINANCIERA

La situación económica actual nos ha conducido a buscar medios que nos sean de ayuda para salir de una situación de crisis económica momentánea o simplemente para superar condiciones precarias, desarrollando e impulsando una actividad económica productiva. Es por ello que se ha notado un realce de

instituciones bancarias en diferentes regiones del país, Tula Hidalgo no es la excepción, en esta región podemos encontrar una serie de instituciones financieras que ofrecen financiamiento y apoyos económicos a la población de Tula. Por lo tanto Alcance Financiera se encuentra en una lucha constante por mantenerse dentro del mercado, es por eso que necesita innovar sus productos y mejorar sus procesos, la función del capítulo tres es detectar las anomalías o barreras que se tienen dentro de Alcance Financiera para lograr un crecimiento mayor incrementando la cartera de clientes y reduciendo las amenazas de un resultados negativos mediante la insercion de un nuevo producto.

### **3.1 Oferta crediticia de Alcance Financiera**

#### **3.1.1 Portafolio de Producto**

En Alcance Financiera se ha ayudado a mejorar la calidad de vida de cada cliente. Para muchas de las clientes el apoyo que otorga la financiera ha sido el impulso para independizarse económicamente. La financiera ha sido el soporte y apoyo de muchas familias, otorgándoles millones de pesos en seguros de vida y condonación de deudas.

#### **Crédito**

El crédito comunal es un financiamiento creciente, que va acorde a la capacidad y necesidad de cada microempresaria y el crecimiento de su negocio en un ciclo de 16 semanas.

Uno de los beneficios que ofrece la financiera es el pago de fichas semanales diferenciadas es decir entre mas integrantes que tenga el grupo automáticamente se bajara el pago de su ficha semanal. El ahorro de la ficha semanal puede ir desde los \$116.00 hasta los \$4,000.00 a lo largo del ciclo. Esto ayuda a diversificar y minimizar el riesgo.

**Tabla 7. Beneficios Crédito comunal**

| <b>Beneficios del Crédito Comunal de Alcance Financiera</b>                 |
|---|
| <b>Contar con efectivo para hacer crecer el negocio de cada cliente</b>     |
| <b>Incrementar ventas</b>   |
| <b>Mejorar ingresos</b>   |
| <b>Mejorar la calidad de vida del cliente y de su familia</b>               |
| <b>Las fichas semanales se pueden pagar en diferentes establecimientos.</b> |

**Fuente: Elaboración propia**

También la garantía solidaria disminuye si el grupo cuenta con un mayor número de integrantes. El valor de la ficha semanal puede variar de un ciclo a otro, dependiendo del número de integrantes.

En la siguiente tabla muestra la tasa semanal de acuerdo al número de integrantes del grupo.

**Tabla 8. Tasa de interes semanal**

| <b>Integrantes por grupo</b> | <b>Tasa semanal &amp;(porcentaje)</b> |
|------------------------------|---------------------------------------|
| <b>10 a 12</b>               | 1.63%                                 |
| <b>13 a 15</b>               | 1.50%                                 |
| <b>16 a 18</b>               | 1.38%                                 |
| <b>19 a 21</b>               | 1.25%                                 |
| <b>22 a 27</b>               | 1.13%                                 |
| <b>28 a 35</b>               | 1.00%                                 |
| <b>Más de 36</b>             | 0.88%                                 |

Fuente: Elaboración propia basada en las políticas del área de análisis y riesgos de crédito de Alcance Financiera.

## **Beneficios adicionales que ofrece Alcance Financiera**

Las clientas puede ser aún más beneficiadas al cuidar dos sencillos aspectos, el primero es preservar al grupo manteniéndolo unido y lograr que no se rompa a lo largo del ciclo y el segundo aspecto es cumplir en tiempo y forma con sus cuotas semanales, cuidando que ninguna de sus integrantes caiga en mora.

**Tabla 9. Ventajas del Crédito Comunal de Alcance Financiera**

|  |
|--|
| <b>Ventajas del crédito comunal en Alcance Financiera</b>                                    |
| <b>Desembolso rápido para aprovechar las oportunidades del negocio</b>                       |
| <b>El mejor servicio personalizado de la región.</b>   |
| <b>Incremento de montos de acuerdo al comportamiento y capacidad de pago de las clientes</b> |
| <b>Garantía solidaria, sin aval ni garantías prendarias e hipotecarias.</b>                  |
| <b>Mínimos requisitos</b>  |
| <b>Consultas en buro de crédito sin costo</b>  |
| <b>Impresión de los estados de cuenta cada vez que la cliente o grupo lo requiera.</b>       |
| <b>Total transparencia y seguridad en el manejo de su dinero.</b>                            |

Fuente: Elaboración propia basada en la metodología de Alcance financiera.

## **Seguro de Vida**

Como beneficio adicional al crédito, se cuenta con un seguro de vida para la cliente y cónyuge, así como la cancelación del saldo del préstamo otorgado en caso de fallecimiento. Este seguro de vida se otorga automáticamente al ser

recibido el crédito, no se necesitan exámenes médicos ni tramites extras. Únicamente tener una cuenta de crédito activa dentro de la financiera, designar a un beneficiario, el seguro se obtiene al firmar una carta de consentimiento en la reunión de desembolso. La prima de seguro tiene un costo de \$3.00 pesos 00/100 M.N. más I.V.A. semanales, los cuales se descuentan mediante la garantía líquida.

En caso de fallecimiento de la clienta o cónyuge, la suma asegurada es por \$15,000.00 pesos 00/100 M.N., se condona el saldo insoluto de la deuda. El plazo en que el cliente goza de este beneficio es igual a la vigencia del ciclo.

### **Garantía Líquida**

La garantía Líquida es la aportación inicial y durante el ciclo que dura el crédito, 16 semanas (4 meses). Las clientas realizan esta aportación para la obtención del mismo crédito. Asegurando el manejo de estos recursos y al final del ciclo representan un ahorro para los mismos clientes.

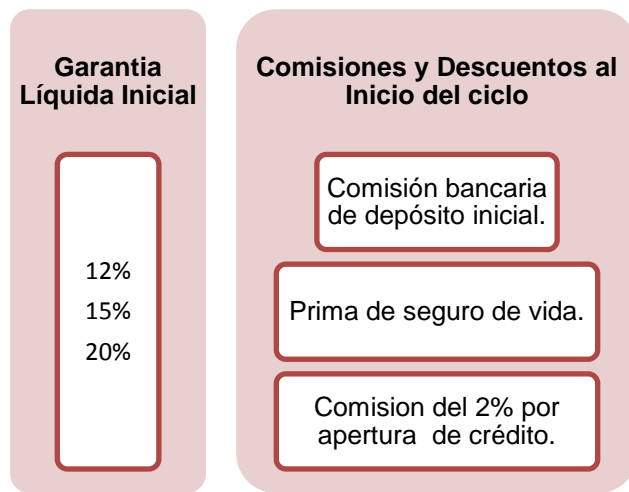
La garantía líquida cuenta con las siguientes políticas:

- Si en la sesión de desembolso, no hay ficha de depósito de porcentaje inicial de garantía líquida se cancela la reunión.

- El importe de la garantía líquida se depositará en una cuenta proporcionada por Financiera Activamos.
- Luego de un análisis de crédito riguroso se determina el porcentaje de garantía líquida inicial para los grupos nuevos y renovados (12%,15% y 20%).
- El total de la aportación de garantía líquida (inicial y durante el ciclo) deberá sumar el 20%.
- En caso de adeudos al final del ciclo, se descontarán de la garantía líquida.
- La garantía líquida deberá ser la última instancia de cobro.
- Todas las comisiones y descuentos que generan las operaciones de garantía líquida serán descontadas de la misma cuenta.

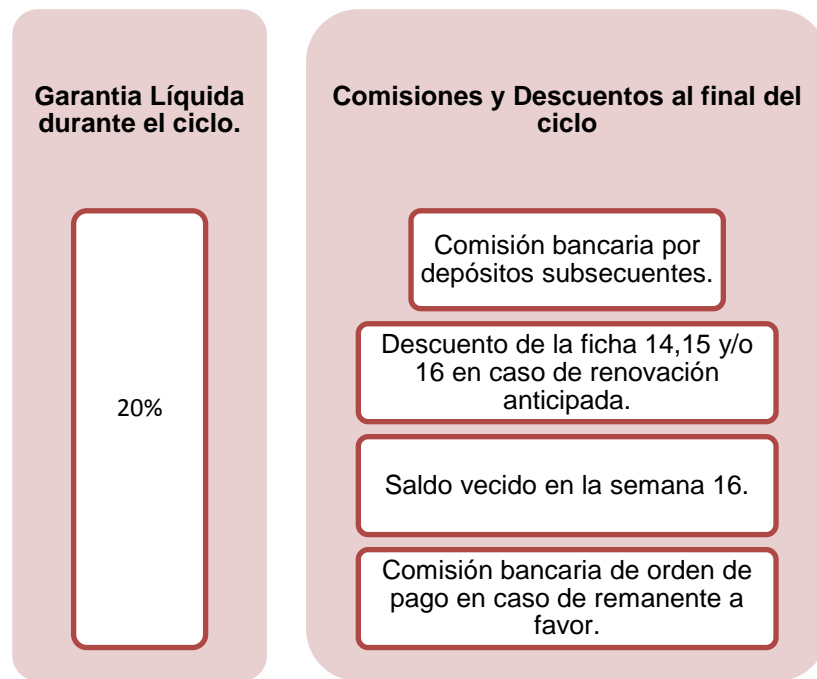
En las siguientes tablas se muestran las comisiones y descuentos a la garantía líquida durante el ciclo, dependiendo al porcentaje:

**Tabla 10. Comisiones y descuentos a la garantía al inicio del ciclo**



Fuente: Área de análisis y riesgos de Alcance Financiera, 2014.

Tabla 11. Comisiones y descuentos a la Garantía líquida al final del ciclo.



Fuente: Área de análisis y riesgos de Alcance Financiera, 2014.

## Renovación de crédito

Una vez terminado un ciclo del grupo y con el cumplimiento de las políticas establecidas y si el pago de sus fichas semanales es oportuno, adecuado, sin retrasos, entonces el grupo tendrá acceso a la renovación de su crédito en el que podrá obtener un incremento y más fondos para su negocio. Para ello el grupo debe:

- Cumplir puntualmente con el pago de las fichas semanales.
- Asistir obligatoria y puntualmente a las reuniones semanales.
- Ejercer solidario en caso de que el grupo lo necesite.
- Cumplir puntualmente con la aportación de la garantía líquida.
- Demostrar un excelente comportamiento de pago.
- Mantener un adecuado historial crediticio.

- Evitar el sobreendeudamiento.
- Invertir adecuadamente el dinero del crédito en su negocio.
- Mantener la unidad positiva del grupo.

La renovación del grupo puede ser automática si el grupo ha pagado de manera adecuada y puntual sus fichas semanales, entonces tendrá derecho a renovar su crédito de manera automática, sin trámites extras, incremento de montos y una vez entregada toda la documentación se puede otorgar el crédito en 48 horas.

### **3.1.2 Área de Análisis y Riesgos**

La concesión de créditos es uno de los principales negocios de las instituciones bancarias, que a su vez puede ocasionar la quiebra de la misma. Numerosas instituciones están pasando por una delicada situación debido a la creciente morosidad, obligando así a dichas instituciones a incrementar la provisión por insolvencia, y eliminando cualquier posibilidad de beneficios e incluso llegando a tener que soportar importantes pérdidas. Cada vez más se reclaman sistemas automáticos de concesión de créditos que aseguren con alta probabilidad que el cliente será capaz de hacer frente a sus obligaciones crediticias. Las instituciones actualmente precisan incorporar calidad a sus créditos, utilizando para ello distintos modelos que faciliten y mejoren el proceso de aprobación de los mismos (Puertas y Martí, 2013).

El área de análisis y riesgos de Alcance Financiera es el área encargada de dar respuesta del historial crediticio de cada una de las integrantes del grupo (crédito comunal). El objetivo del área es verificar la información capturada de

las integrantes por medio de un sistema donde se plasma la información relevante de cada integrante, sin embargo esta área se enfoca únicamente en dos fundamentos importantes para llevar a cabo el análisis, primero; Actividad económica a la que se dedica cada integrante y segundo; el monto de crédito que solicita cada integrante.

Esta área está conformada por un Director General de área y 4 analistas, quienes están a cargo del área y deben dar respuesta a 16 sucursales. La función de cada analista es seguir el siguiente procedimiento:

La sucursal envía el scoring pre-analizado, el cual se obtiene al dar de alta al grupo en el sistema con un mínimo de 12 integrantes. Cuando se da de alta este se genera el score en la sucursal. El Scoring es pre analizado por el gerente de la sucursal, si no encuentra algún detalle que afecte el resultado general del grupo, el gerente lo envía al área de análisis y riesgos por medio del sistema llamado MUYAL, en este sistema el Gerente de Sucursal puede anotar observaciones generales del grupo. El área de análisis y riesgos recibe el scoring, y realiza las observaciones de acuerdo al estudio del historial crediticio de cada una de las integrantes del grupo. El estudio centra en base a las deudas actuales que tenga cada integrante de grupo. Podemos clasificar las a las deudas como:

- *Deuda Interna:* las deudas internas solo pueden aplicar si la cliente ya había trabajado anteriormente con la financiera, y quedo pendiente un pago dentro del grupo, es decir que le deba alguna aportación de solidario a otra cliente.

- *Deuda Externa:* son todas las deudas judiciales y extrajudiciales que tiene la clienta, con alguna institución financiera, bancaria o de telecomunicaciones.

El área de análisis, determina de acuerdo a este comportamiento crediticio si las integrantes son viables para otorgarles el crédito solicitado. En cuanto al mismo comportamiento crediticio el área de análisis puede tomar 3 decisiones:

- *Rechazar a las integrantes:* pueden ser rechazadas de una hasta todas las integrantes.
- *Bajar el monto que solicitan las integrantes:* pueden bajarle el monto a una o a todas las integrantes.
- *Mantener el monto solicitado:* Pueden respetar el monto que solicitan las integrantes.

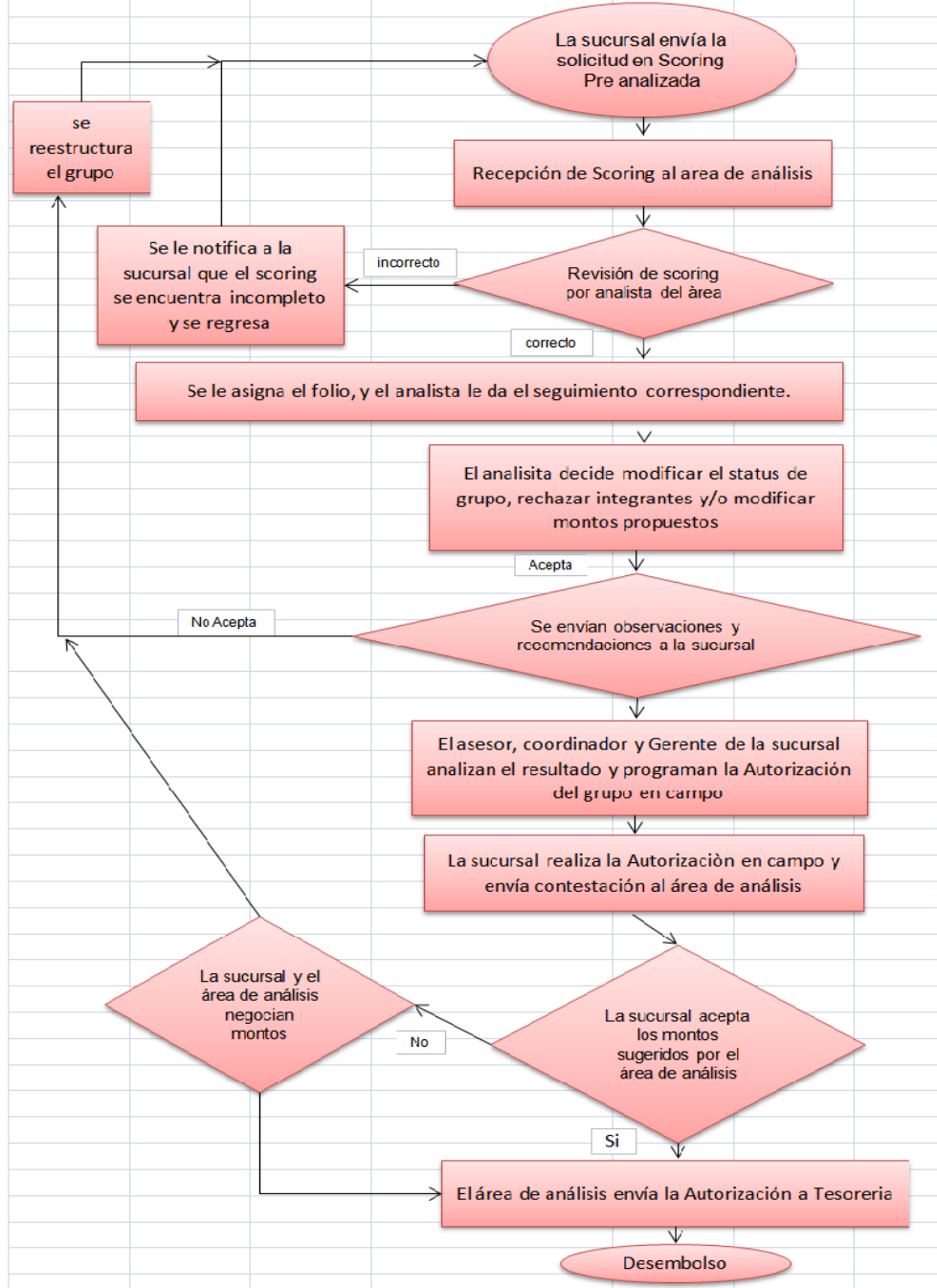
Después de tener este resultado se envía la respuesta por medio del mismo sistema MUYAL. Donde vienen las observaciones y condiciones generales del grupo. El Gerente de Sucursal determina si el grupo es viable de acuerdo al resultado del Scoring del grupo. En caso de que exista alguna objeción respecto al resultado el gerente puede defender a alguna integrante rechazada o algún monto disminuido, respaldándose con información veraz como: comprobantes de pago de liquidaciones de deudas judiciales, extrajudiciales o internas. En caso de no existir ninguna objeción relevante, el gerente procede con la autorización del grupo en campo, donde se determina finalmente los montos otorgados por el área de análisis a cada una de las integrantes del grupo. Esto solo si el resultado del Scoring no afecto la integración del grupo, es decir si

todas o más de 10 integrantes son viables para otorgarles el crédito. En caso de que el resultado afecto la integración del grupo y salieron viables menos de 10 integrantes, el gerente debe proceder a realizar una reestructura de grupo, la reestructura de grupo se refiere a buscar más integrantes para conformar el grupo con tal de que se completen las integrantes requeridas para el crédito comunal. Esto por el área del área de análisis y crédito, por otro lado el grupo puede sufrir una reestructura por la integrantes mismas, es decir si alguna integrante no está de acuerdo con el monto que le autorizo el área de análisis o por cualquier situación personal.

De no existir ninguna reestructura se puede proceder a la autorización en sistema donde se determina finalmente el monto total del grupo. Después de realizar esta autorización el desembolso u otorgamiento del crédito se realiza al día siguiente.

Para explicar sintéticamente el procedimiento del área de Análisis y Riesgos para dar una respuesta se presenta la siguiente figura.

**Figura 3. Diagrama de Flujo para la autorización en solicitudes de Crédito**



Fuente: Elaboración propia basada en la metodología del Área de Análisis y Riesgos de Alcance Financiera, 2013.

De acuerdo a la metodología del área de análisis y riesgos es importante resaltar que los procedimientos varían en tiempo y forma de acuerdo a la capacidad de respuesta de la misma área y de la efectividad del trabajo del área de operaciones de la Sucursal. Para evitar re-procesos es importante apearse totalmente a la metodología y políticas del área de análisis y riesgos.

### **3.1.3 Esquema metodológico del otorgamiento del crédito en Alcance Financiera.**

Toda acción lleva un proceso, ya sea un producto tangible o intangible, para un resultado positivo y de calidad se debe de ser preciso en el tiempo y forma de un proceso, es por eso que en las siguientes páginas se desarrollaran los procesos que se llevan a cabo en Alcance Financiera para otorgar el crédito comunal.

#### **3.1.3.1 Requisitos de Alcance Financiera para otorgar un crédito**

El crédito Comunal consiste en préstamos para personas con actividades productivas (microempresarios) con la finalidad de invertirlo en su negocio y de esta manera aumentar sus ingresos familiares. Están ingresados por grupos de mujeres con un mínimo de 12 personas y un máximo de 40 personas.

#### **Requisitos por persona para otorgar un crédito:**

- Identificación Oficial (Credencial de Elector)
- Comprobantes de Domicilio (con una antigüedad no mayor a 3 meses)

- C.U.R.P.
- Destino de crédito.

### **Características individuales de las integrantes del crédito comunal:**

- Ser mayor de 20 años
- Poseer o rentar vivienda establecida
- Estar ubicado dentro de la zona de influencia determinada por Activamos.
- Estar dispuesto a formar parte de un grupo
- Estar dispuesto a aportar un ahorro base y semanal
- Poseer negocio propio o con intención de iniciar uno.
- Tener necesidad de crédito para capital de trabajo.

De acuerdo con la metodología de Alcance Financiera (2013), todos los Créditos se darán vía Grupo denominados “Comunales” o cooperativos. El grupo comunal, deberá ser conformado con 12 integrantes como mínimo y con 40 como máximo. La conformación del grupo sede ser por voluntad propia de los integrantes, que se auto seleccionan. El producto de Crédito Comunal va dirigido únicamente a mujeres mayores de 18 años y menores de 65.

### **Garantía para otorgar un crédito:**

La garantía es solidaria, es decir que el grupo se compromete a cubrir la deuda de cualquier miembro del grupo en caso de incumplimiento en el reembolso de crédito.

### *Garantía líquida:*

Se exigirá a cada uno de los acreditados un “Ahorro Inicial” equivalente al 12% del crédito solicitado según el comportamiento crediticio estudiado por el área de Análisis y Riesgos. En adición al 12 % inicial estipulado en el primer punto cada uno de los acreditados deberá ahorrar un mínimo de 12% adicional, dividido entre el número de semanas del plazo para el pago del crédito (15 semanas).

El ahorro semanal será verificado por el asesor de crédito a través del Control de Ahorro y préstamo del asesor deberá coincidir con el Control de Ahorro y préstamo del grupo. Estos Controles deberán estar firmados por la mesa directiva del grupo.

### **Tasa de Interés mensual:**

La tasa de interés y sus modificaciones en el tiempo, la fijara el Consejo de Administración. La dirección de operaciones realizará propuestas con base en las condiciones de la localidad, mismas que se fijarán para las diferentes áreas en las que se operen conforme a los análisis de mercado y de riesgo crediticio que permitan mantener competitividad externa y rentabilidad de operaciones.

El interés se cobra al acreditado dentro de cada uno de los pagos semanales la tasa vigente de Alcance Financiera es de 5.5 % flat mensual más Impuesto del Valor Agregado (IVA).

### **3.1.3.2 Procesos administrativos para otorgar un crédito en Alcance Financiera.**

El Proceso para otorgar un crédito inicia con la Promoción de crédito y Prospección de clientes que consiste en que la apertura de cada sucursal se realiza un plan de zonificación, mismo que deberá ser aprobada por la Dirección de operaciones.

Apegándonos a las políticas de Alcance Financiera (2013), el asesor de crédito deberá de llevar una bitácora de seguimiento de prospectos. No se incluirán en el mismo grupo a personas que pertenezcan a la zona de atención de otro asesor.

#### **Primera Reunión de clientes potenciales:**

Se podrá considerar como primera reunión cuando estén presentes por lo menos 8 clientes potenciales.

La distancia del punto de reunión cuando estén presentes por lo menos 8 clientes potenciales, la distancia del punto de reunión a la sucursal no deberá de sobrepasar una hora en transporte público, todas las integrantes deben vivir y/o tener su negocio en el radio de acción con definido por Alcance Financiera, la distancia de la casa o negocio al punto de reunión del Grupo no deberá sobrepasar los 30 minutos de distancia (caminado), El grupo debe de estar conformado únicamente por mujeres, se podrá presentar a integrantes que

quieran iniciar un negocio, siempre y cuando sean aprobados por el grupo, con un máximo de un integrante por cada ocho. Los grupos podrán incluir hasta 30% de familiares en primer grado de consanguinidad, siempre y cuando sus necesidades productivas sean distintas y cuando así lo apruebe el grupo. Deben ser personas con residencia mínima de un año en la comunidad o bien a la misma colonia en el caso de las zonas urbanas o sub-urbanas, verificables por sus vecinos. Todos los clientes deberán de contar con su credencial de Elector vigente. Presentar copia de un comprobante de domicilio con una antigüedad máxima de 3 meses sin importar el régimen bajo el que habita. La actividad menor a los 6 meses en el negocio será tomada como actividad nueva. Se hace el llenado del perfil del grupo, hasta la sección de observaciones de primera reunión (Alcance Financiera, 2013).

El asesor puede empezar con el llenado de solicitudes individuales y avisos de privacidad únicamente si en el grupo se encuentran presentes 12 integrantes como mínimo. El llenado de solicitudes se debe realizar con la identificación y comprobante de domicilio original y sus respectivas fotocopias para el cotejo de las mismas. Quedándose solo con las copias. Ningún integrante del grupo se podrá retirar de la reunión hasta que se haya llenado la solicitud individual de todos los miembros del grupo.

Son reconocidos como identificación oficial únicamente los siguientes documentos: Credencial para votar (IFE), pasaporte y cedula Profesional.

## **Segunda Reunión de clientes potenciales:**

La antigüedad de los comprobantes de domicilio no deberá exceder de tres meses y podrán ser:

- Recibo de telefonía fija sin adeudos
- Recibo de luz
- Recibo de agua
- Predial
- Constancia domiciliaria

Una vez terminado el llenado de los formatos, se procede a elegir el nombre del grupo y se da fecha de autorización que sería en la tercera reunión. Se hace el llenado del formato llamado “Perfil del Grupo”, hasta la sección de observaciones de Segunda reunión.

## **Pre-Captura de información y Scoring:**

Se entregan a las Asistentes Administrativas los documentos, se captura en el sistema los datos recopilados, envía la información al área de Análisis y Riesgos, Esta área envía la respuesta con observaciones y se imprime el scoring para entregarlo al Coordinador o Gerente. Con esta información se realizan las observaciones generales del grupo.

## **Pre-Comité de análisis crediticio del grupo:**

El asesor de crédito presenta al coordinador de la zona, el grupo y enfatizar en los puntos que él considera debe ser más insistente para realizar un mejor

rompimiento. Con la información de los círculos de créditos se hace un análisis de la situación crediticia de las integrantes con la finalidad de medir riesgos que pueden presentar el grupo. Es necesario verificar lo que el asesor comenta, contrastándolo con la finalidad de medir el riesgo que puede presentar el grupo. Es necesario verificar lo que el asesor comenta, contrastándolo con la realidad del grupo. Posterior al rompimiento se deben de revisar los datos y la información en el comité.

### **Tercera Reunión de integrantes del grupo:**

El objetivo primordial de la tercera reunión, es verificar que el grupo cumpla con las características grupales y reafirmar el compromiso solidario. Se expondrán los resultados obtenidos del análisis de crédito y se confrontara a las clientas delante del grupo para aclarar estas situaciones.

El asesor deberá ser acompañado por el coordinador o el gerente a la firma de las solicitudes grupales. El grupo deberá firmar el formato acta de constitución de grupo y establecerá sus compromisos. Cada grupo comunal deberá contar con una mesa directiva conformada por tres integrantes del grupo seleccionadas por el mismo.

La mesa directiva del grupo no podrá estar conformada por familiares. El grupo se comprometerá. El grupo se comprometerá a reunirse una vez por semana durante el tiempo que dure el plazo de crédito en un lugar y hora acordada con el asesor y asentado en el acta de Constitución de grupo. Si na clienta deserta en la tercera reunión, se tiene que volverá a firmar la solicitud y el acta de constitución.

El importe máximo es de \$25,000.00 pesos en moneda nacional (M.N.) con la garantía, si algún cliente requiere un monto mayor se someterá al análisis del comité central. Los incrementos corresponderán al siguiente tabulador que se registra en la siguiente tabla.

**Tabla 12. Incremento de montos por Ciclo.**

| <b>Ciclo</b> | <b>Montos</b> | <b>Plazo</b> | <b>Inversión Inicial</b> | <b>Ahorro Mínimo</b> | <b>Frecuencia de pago</b> |
|--------------|---------------|--------------|--------------------------|----------------------|---------------------------|
| 1            | 5000-7000     | 16           | 12%                      | 12%                  | Semanal                   |
| 2            | 7000-10000    | 16           | 12%*                     | 12%*                 | Semanal                   |
| 3            | 10000-14000   | 16           | 12%*                     | 12%*                 | Semanal                   |
| 4            | 14000-18000   | 16           | 12%*                     | 12%*                 | Semanal                   |
| 5            | 18000-22000   | 16           | 12%*                     | 12%*                 | Semanal                   |
| 6            | 22000-25000   | 16           | 12%*                     | 12%*                 | Semanal                   |

\*Porcentaje determinada por el área de análisis y riesgos según el comportamiento crediticio del ciclo anterior.

**Fuente: Elaboración propia basada en datos obtenidos por el área de Análisis de Crédito y Riesgos de Alcance Financiera.**

Los incrementos deben ser precedidos por el comportamiento del cliente y del grupo, el aumentar el monto no debe ser automático, sino tiene que ser el resultado del cumplimiento de los compromisos acatados por los integrantes de los grupos con la institución y con sus compañeros de grupo.

#### **Comité de Crédito de resultados del historial crediticio de cada cliente:**

Es la autorización final realizada en la sucursal por el asesor, coordinador y gerente. Los grupos comunales para ser aprobados deberán haber sido

visitados por el gerente o el coordinador. Todos los expedientes deben someterse a un comité de crédito. Solo se someterán a comité de crédito los expedientes que hayan sido capturados en el sistema.

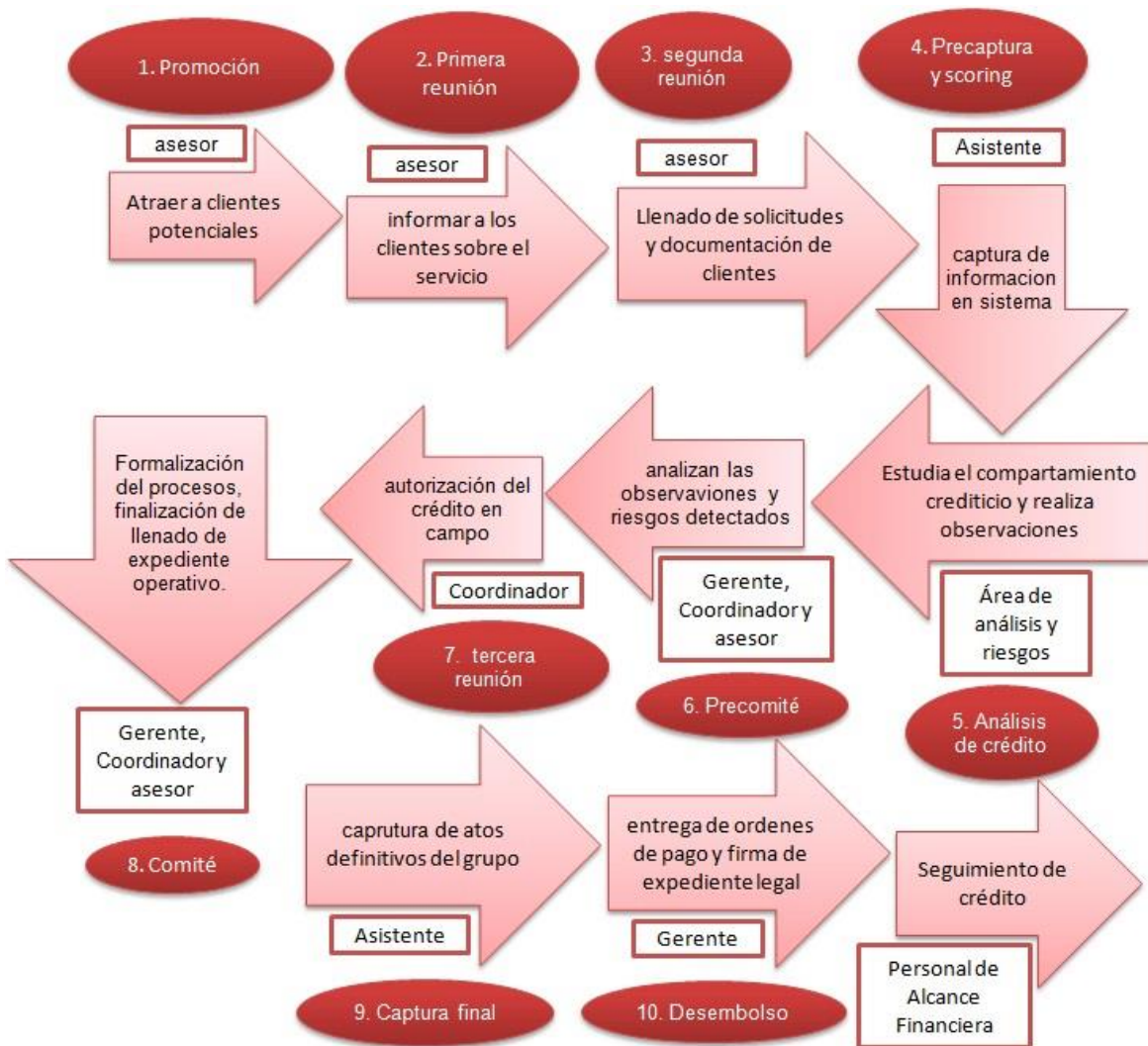
El comité de crédito, formado por al menos el asesor, coordinador y gerente, revisará la solicitud (para aprobar o en su caso rechazar) y conformará el expediente con la información, ajustes de montos, baja de clientes y cualquier dato modificado, que correspondan al caso en cuestión y se entrega a la asistente. La decisión del comité por consenso. Los participantes del comité deberán firmar el “Acta de Comité de Crédito” en cada sesión aceptando los acuerdos a los que se llegan. En todos los créditos rechazados por el comité de crédito el asesor estará obligado a dar aviso a los integrantes del grupo los motivos de la decisión.

#### **Desembolso del crédito:**

El desembolso no se podrá realizar si en la reunión no están presentes por lo menos 12 integrantes del grupo. No se procederá al desembolso sin la previa entrega del comprobante de depósito de la Garantía Liquida (ahorro). El desembolso solo se llevará a cabo en la hora y fecha de compromiso. Los recursos serán entregados a cada integrante del grupo únicamente presentando su credencial de elector original. Se refrendan los compromisos (un rompimiento menos enérgico que el de la autorización). SE explican de manera coloquial las cláusulas del contrato. Se establecen las causas de rescisión de contrato las cuales podrían ser presta nombres, veracidad de la información, destino del crédito. Las órdenes de pago deberán ser entregadas por el gerente o el coordinador, acompañadas por el asesor del Crédito, todo lo anterior de acuerdo al manual de procedimiento de desembolso de créditos de Alcance Financiera (2013).

En la siguiente figura se señalan los procesos anteriormente desarrollados

**Figura 4. Pasos de la metodología del crédito**



**Fuente: Alcance Financiera, 2013.**

**Primera reunión de recuperación de crédito:**

Son causas justificadas para no presentarse a la reunión de recuperación: enfermedad, viajes imprevistos y compromiso ante una dependencia oficial.

Es responsabilidad del asesor/coordinador de crédito verificar que el cliente que no pudo participar en la reunión de recuperación, debiendo solicitarle que presente un documento o elementos que la justifiquen para cualquiera de las 3 situaciones antes mencionadas. Cualquier causa que no justifique la ausencia de las 3 situaciones antes mencionadas. Cualquier causa que no justifique la ausencia del cliente en el día señalado para la reunión de recuperación será tomada como falta y causara la multa correspondiente.

A partir de la primera reunión de recuperación el asesor de crédito otorga una *cápsula*, que contiene información sobre cómo hacer crecer su negocio, mediante técnicas y herramientas. Así como una fábula, la cual debe ser leída por una integrante del grupo, al final de la lectura el asesor explica la moraleja, esto es para motivar a las integrantes del grupo a la superación personal, estimulando la unión y solidaridad del grupo.

### **Renovación del crédito (siguiente ciclo):**

Lo clientes nuevos en grupos comunales, a partir del ciclo 2 deberán entregar sus documentos al momento en que le sean solicitados por el asesor. Los clientes nuevos en grupos comunales a partir del ciclo 2, deberán asistir a las reuniones Pre crédito. Los préstamos se pueden ir incrementando cada nuevo ciclo y en concordancia con la capacidad de pago de los clientes.

Retomando el contenido de los capítulos anteriores donde se ha presentado la actual situación socioeconómica que envuelve a la región de Tula, Hidalgo y tomando en cuenta la el desarrollo del capítulo 3, en el cual se ha dado

conocimiento de los servicios y procesos que ofrece Alcance Financiera, así como sus deficiencias en los mismos procesos, basándonos en la información ya obtenida se puede lograr la determinación de un método que logre ostentar la viabilidad de la inserción de un nuevo producto, dicho modelo se detallará en el siguiente capítulo.

## **CAPITULO 4. VIABILIDAD DE LA INSERCIÓN DE UN NUEVO PRODUCTO EN SUCURSAL TULA DE ALCANCE FINANCIERA**

Para lograr el diseño de la implementación de un nuevo producto: “Crédito Individual”, se debe demostrar la viabilidad de esta implementación, basándonos en *casos de éxito* de empresas ya mencionadas anteriormente como lo es el Banco Grameen y tomando como referente de estrategia, se lleva a cabo el análisis de la viabilidad de la creación de un nuevo producto en Alcance Financiera mediante las Cinco Fuerzas de Porter, cuyo modelo ha sido de gran utilidad para el progreso, crecimiento y desarrollo de múltiples empresas internacionales, se podrá demostrar la viabilidad de esta implementación durante el desarrollo del presente capítulo. Es importante señalar que el tipo de muestreo, en palabras de Dorantes (2010), es *no probabilístico*, porque no es posible elegir a todos los sujetos de la misma forma y es de tipo *Intencional*, porque selecciona específicas o típicas buscadas en una población. Se llevará a cabo mediante la aplicación de una *encuesta* a un mínimo de 30 clientes potenciales de Alcance Financiera. Los resultados se codificarán a través del programa Excel. Así entonces en el presente capítulo se demostrará la viabilidad para la inserción de un nuevo producto en la sucursal Tula, Hidalgo, de Alcance Financiera.

## **4.1 Análisis Cualitativo**

En el análisis cualitativo identificamos las amenazas de entrada del producto que se propone para Alcance Financiera, así como el poder de los proveedores, poder de los compradores, rivalidad entre los competidores y productos sustitutos para demostrar su viabilidad de la inserción del nuevo producto a partir del modelo de las 5 fuerzas de Porter.

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter (1980), consiste en conocer las fuentes potenciales para crear ventajas sobre los competidores mediante el análisis de cada una de las actividades que se realizan en una empresa desde el diseño, la producción, la comercialización hasta la distribución de productos. La cadena de valor de Porter permite a los directivos o agentes de cambio aislar las fuentes de valor que marcan el precio más competitivo, y los criterios para sustituir un producto o servicio por otro. El análisis de las 5 fuerzas, muestra cómo la ventaja competitiva no sólo explica cada actividad de la empresa, sino también analiza y estudia la relación entre ellas, cuáles son las actividades que tienen que ver con los proveedores y cuáles son las actividades dirigidas a los clientes. La Ventaja competitiva también proporciona herramientas para la segmentación estratégica de la empresa y la evaluación severa para la diversificación de productos o servicios. El análisis de la ventaja competitiva de Porter convierte de manera extraordinaria la complejidad de la competitividad en una estrategia clara y funcional.

### **4.1.1 Modelo de las cinco fuerzas de Porter**

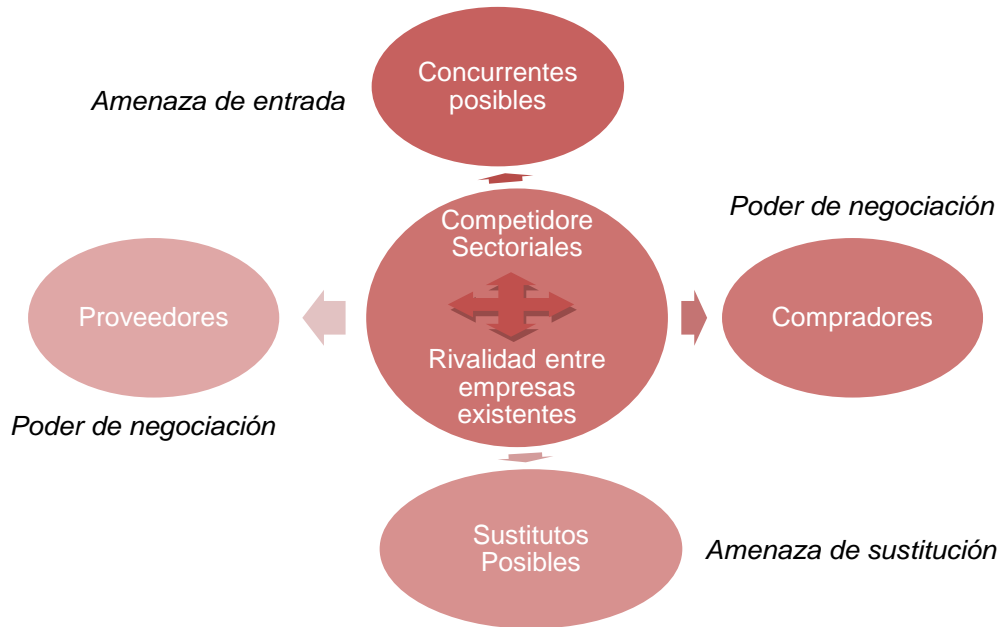
Para elaborar estrategias de éxito las empresas deben conocer totalmente su entorno competitivo. Para hacerlo se requiere entender el sector al que

pertenecen o desean pertenecer. Es decir para entrar en un sector se debe conocer los factores que determinan la rentabilidad del sector a corto, mediano y/o largo plazo.

Michael Porter elaboró un modelo para determinar lo atractivo de un sector mediante la aplicación de 5 principios de estrategia competitiva que determinan la rentabilidad del sector que se pertenece o se va a pertenecer, cuyos principios se mencionarán a continuación:

- La amenaza de la situación
- La amenaza de posible nuevos concurrentes
- La intensidad de la rivalidad entre los competidores
- El poder de negociación de los compradores
- El poder de negociación de los proveedores

**Figura 5. Marco Competitivo de las Cinco fuerzas de Porter**



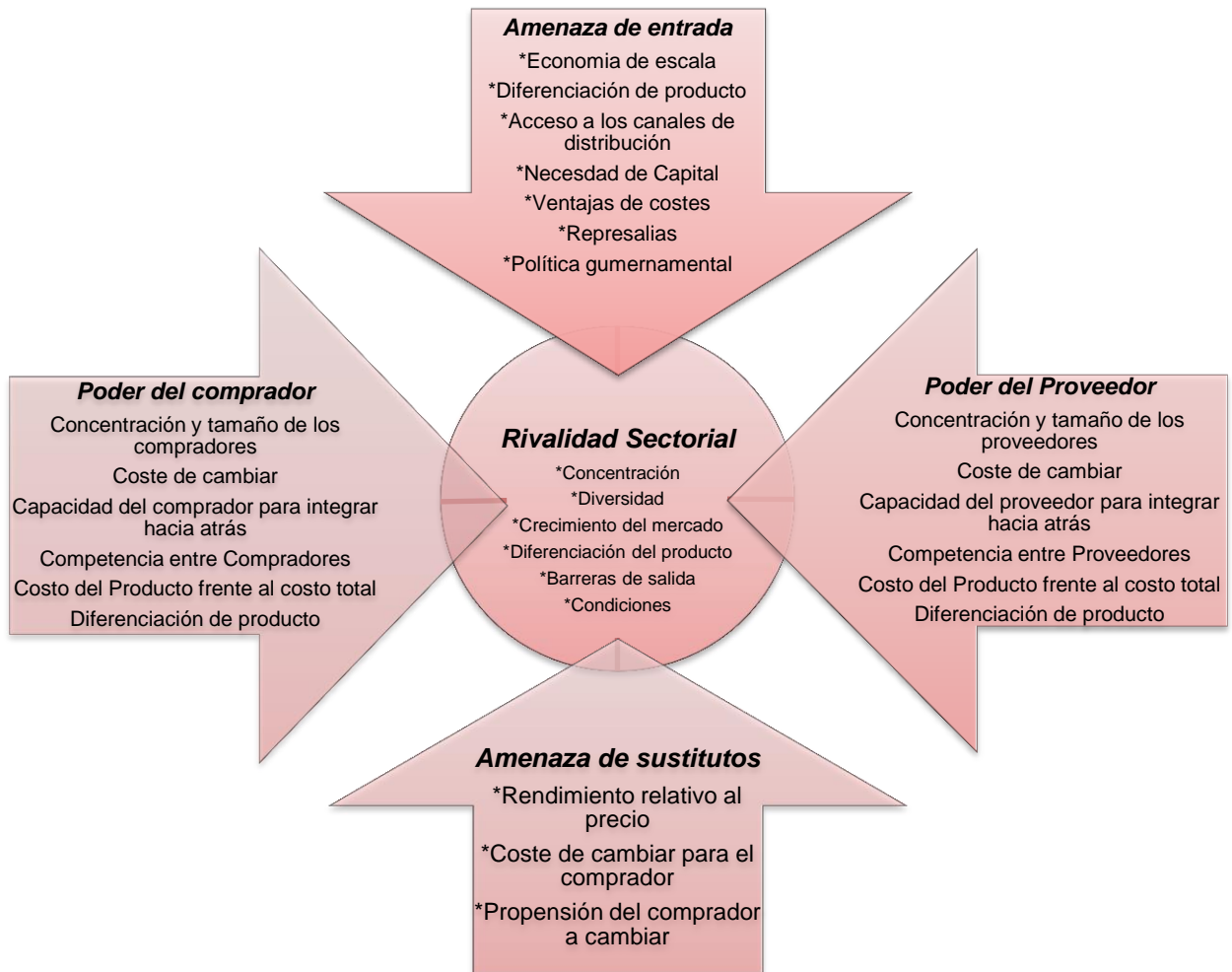
**Fuente: Porter, 1980.**

Los factores que influyen en las cinco fuerzas son precios, costos y restricciones u obligaciones de inversión. Que son los factores fundamentales para determinar la rentabilidad dentro del sector en que se desempeña la empresa.

Los elementos que forman parte de las 5 fuerzas son competidores, compradores, proveedores, posibles nuevos concurrentes y productos o servicios sustitutos.

En los siguientes recuadros se desarrollan cada uno de los factores de las cinco fuerzas.

Figura 6. Factores Determinantes de las Cinco Fuerzas de Porter



Fuente: Porter, 1980.

### **Amenaza de Entrada, la aparición de nuevos concurrentes.**

Los nuevos concurrentes aportan al sector no solo nueva capacidad, sino también recursos exclusivos y nuevas ideas sobre cómo competir. Los nuevos concurrentes pueden adoptar distintas maneras de entrar al sector. Un nuevo concurrente puede ser una empresa que existía antes, una ya existente que diversifica sus actividades o una que amplía sus operaciones a nuevas áreas geográficas.

Los distintos sectores poseen características que protegen a las empresas establecidas en el mercado e inhiben la entrada de rivales nuevos. Se tratan de barreras de entrada, el objetivo de estas barreras es reducir la inserción de nuevas empresas, manteniendo un nivel benéfico para las empresas ya establecidas en el sector correspondiente. Dichas barreras de entrada surgen de diversas fuentes:

### ***Economías de escala***

Sectores caracterizados por un empleo intensivo de capital, investigación o publicidad, estos sectores son más eficientes cuando operan a gran escala. En estas industrias, la operación a gran escala permite una distribución más amplia de costos fijos, reduciendo así los costos unitarios e inclusive los costos totales del producto final. Los nuevos concurrentes tienen alternativas a la lucha directa en términos de escala. Pueden decidir la aplicación de estrategias alternativas para entrar en el sector. Los nuevos concurrentes también pueden decidir diferenciar su producto, y al hacerlo poder cobrar un precio más alto,

compensado así el costo más alto de explotación de unas instalaciones más pequeñas, de menor eficacia y eficiencia.

### ***Diferenciación de productos e identificación de marcas***

Las empresas establecidas en determinado sector son favorecidas con la ventaja del reconocimiento de la marca y de la fidelidad de sus clientes. Los productos y servicios diferenciados cuentan con el beneficio de agregar características independientes del precio que son atractivas para los consumidores. En sectores en donde los productos estén altamente diferenciados, los nuevos concurrentes encuentran dos obstáculos principales: adquirir nuevos clientes y conseguir su fidelidad (Porter, 1980)

### ***Acceso a los canales de distribución***

Los nuevos concurrentes en un sector cuentan con una desventaja la cual es establecer su propia red de distribución. Estos nuevos concurrentes deberán competir con la empresas ya establecidas en el sector, las cuales ya ha desarrollo relaciones estrechas con sus distribuidores y sus minoristas a lo largo del tiempo. En algunos sectores el acceso a los canales de distribución puede ser tan difícil que los nuevos concurrentes no tienen más remedio que crear unos nuevos.

### ***Requisitos de Capital***

Frecuentemente se necesitan aportaciones considerables de capital para construir instalaciones fabriles, lanzar grandes campañas de mercadotecnia, acumular inventarios o cubrir los costes de iniciación.

### ***Ventajas en costes (independientemente de las economías de las de escala)***

Es el caso cuando las empresas establecidas en el sector tienen ventajas en costos que no pueden ser desafiadas por competidores potenciales independientemente cuál sea su tamaño y su economía de escala. Algunas de las ventajas podrían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, localización geográfica, los subsidios del gobierno y su curva de experiencia.

### ***Represalias***

Algunos sectores son difíciles para los nuevos concurrentes, puede existir la posibilidad de que algunas de las empresas ya establecidas tengan recursos suficientes para mantener una lucha durante un largo periodo con tal de que la empresa entrante al sector no gane territorio.

### ***Política gubernamental***

El principal papel del gobierno en un sector es el de preservar la competencia mediante acciones en la defensa de ellas, es cierto que el gobierno también restringe la competencia a través de la adjudicación de monopolios y la regulación. Los distintos sectores de los servicios públicos han sido considerados como monopolios.

### **Rivalidad entre competidores establecidos**

La competencia entre las empresas pertenecientes a un sector determina principalmente el nivel de rentabilidad del sector y la situación global de competitividad. La intensidad de la rivalidad entre empresas siempre varía de un lugar a otro.

### ***Concentración / fragmentación***

Se dice que el sector es concentrado cuando algunas empresas grandes mantengan una alta concentración de la cuota de mercado. En cambio, se dice que el sector está fragmentado cuando existen muchos competidores pero ninguno que cuente con una cuota de mercado significativa.

### ***El crecimiento del mercado***

Normalmente, un crecimiento lento de mercado hace que las empresas intenten restar cuota de mercado la una de la otra ya que no pueden ampliar fácilmente su propia producción. De forma inversa, en un mercado creciente la rivalidad no desaparece, pero receta de una forma más tenue.

### ***Altos costos fijos***

Los sectores que resisten costos fijos altos sufren presiones para funcionar a niveles de alta eficacia cercana a su tope de capacidad para beneficiarse de las

economías de escala. Es estos sectores las empresas deben vender grandes cantidades de sus productos en una gran lucha para adquirir cuota de mercado.

### ***Bajo grado de diferenciación del producto***

Se asocian un bajo grado de diferenciación de producto con niveles más altos de rivalidad. La identificación de marca, por otra parte, tiende a limitar la rivalidad.

### ***Juego estratégico***

Cuando una empresa pierde posición en el sector o tiene posibilidades de grandes ganancias, lo que intensifica la rivalidad.

### ***Las barreras de salida***

Son todos los factores involucrados al querer cerrar las puertas de la empresa, como indemnizar a los empleados, encontrar compradores de los activos fijos, pago de multas al gobierno hasta la sensibilización y responsabilidad social con la que cuenta la empresa.

### ***Competencia de parte de los sustitutos***

Se refiere a productos de otros sectores diferentes al que pertenece la empresa y que satisfacen las necesidades de los clientes. Por lo tanto las empresas que ofrecen productos o servicios son competidores en potencia. La disponibilidad de sustitutos hace que se mantengan los precios a un nivel competitivo,

limitando la rentabilidad del sector. A continuación se mencionan los factores principales que impactan la rentabilidad del sector.

### ***Rendimiento relativo de los sustitutos respecto al precio***

Se refiere a las opciones que existen en el sector y fuera del para elegir entre el producto original o un sustituto, considerando factores como costos, tiempo o inclusive calidad. La decisión depende de la necesidad que se desea cubrir dependiendo con los medios con los que el cliente cuente en ese momento de la toma de decisión.

### ***Costo del cambio para el comprador***

Entre más sencillo sea adquirir un producto o servicio sustituto más sencillo será el cambio del producto o servicio original.

### ***Propensión del comprador a cambiar***

Son nuevos descubrimientos de productos o servicios sustitutos.

### ***Poder de negociación de compradores y proveedores***

Las empresas venden sus productos y servicios a compradores que pueden ser distribuidores, intermediarios, consumidores finales, fabricantes, etc. Ambos – proveedores y compradores- ejercen su poder de negociación para conseguir el precio más bajo, la mejor calidad y servicio posible. En seguida se enlistan los

factores que ejecutan el poder de negociación tanto de proveedores como de compradores.

- Tamaño y concentración
- Costo del producto frente al costo total del producto
- Diferenciación del producto
- Lo que cuesta cambiar
- Amenazas de integración
- Importancia del Sector
- Disponibilidad de información

En la siguiente tabla comparativa se puede apreciar la diferencia entre el poder de negociación de los proveedores y el poder de negociación compradores (Ibídem, 1980).

**Tabla 13. Poder de Compradores y Proveedores**

| <b>Los compradores son poderosos sí:</b>  | <b>Los proveedores son poderosos sí:</b>  |
|---|---|
| Los <i>Compradores</i> están concentrados – existen pocos compradores de una cuota de mercado significativa.                                | Los <i>proveedores</i> están concentrados – existen pocos proveedores con una cuota de mercado significativa.                           |
| Los <i>compradores</i> compran una proporción significativa de la producción del proveedor.   | Los <i>proveedores</i> suministran componentes vitales para la producción.  |
| Los <i>compradores</i> compran un producto estándar, o los costes de cambiar de proveedores son bajos.                                      | Los <i>proveedores</i> suministran componentes exclusivos o por lo menos diferenciados. Los costes de cambiar de proveedores son altos. |
| Los <i>compradores</i> poseen una amenaza creíble de integración hacia atrás –que pueden amenazar con comprar la empresa proveedora o rival | Los <i>proveedores</i> poseen una amenaza creíble de integración hacia delante.   |

Fuente: Porter, 1980.

#### 4.1.2 Las Cinco Fuerzas de Porter como herramienta analítica para la Inserción del Crédito Individual.

A continuación se presenta a detalle de cada una de las Cinco Fuerzas de Porter para demostrar la viabilidad de la implementación de un nuevo producto financiero “Crédito Individual” en Alcance Financiera.

Tabla 14. Amenaza de Entrada

| Amenaza de entrada de nuevos competidores |  |
|---|--|
| Economías de escala                       | No aplica, ya que no cuenta con una aplicación intensiva de capital.   |
| Diferenciación por producto               | Creación y sostenibilidad de un producto superior al resto de los productos del mercado. Apoyando a la mujer otorgándole un crédito adecuado a sus necesidades, garantizando una respuesta del crédito en menor tiempo y con una tasa de interés mensual preferencial. Dando un servicio de post-venta y promoviendo la educación financiera, por medio de la inclusión al ahorro. |
| Acceso a los canales de distribución      | Técnica de promoción, la cual consiste en la prospección lógica es decir identificar a los clientes potenciales de acuerdo a su necesidad, actividad económica (poder adquisitivo) y autoridad de compra (que sea directamente la persona que necesita el crédito).  |
| Necesidades de Capital                    | Costes de iniciación: Contratación de nuevo personal, asesores de crédito especializados en el crédito individual.   |
| Ventajas de costos                        | Modificar en los sistemas para implementar la información  |

|                           |   |
|---------------------------|---|
|                           | <p>de las clientes de crédito individual.</p> <p><i>Experiencia y efectos de aprendizaje:</i> Se cuenta con suficiente experiencia en el sector financiero al sector al que va dirigido. Experiencia en prospección y colocación de créditos.</p> <p>Cuenta <i>Conocimientos exclusivos que limitan la entrada en un sector</i>, metodología particularmente diseñada para otorgar el crédito individual.</p> |
| Represalias               | Se cuenta con fuertes competidores de gran prestigio y alta experiencia en colocación de crédito individual. Como lo son Compartamos Banco, que cuenta con la   |
| Políticas Gubernamentales | No aplica, no existe ninguna política gubernamental que regula el sector al que pertenece Alcance Financiera.   |

**Fuente: Elaboración propia basada en las 5 fuerzas de Porter**

Es importante definir aquellos productos que si bien es cierto no representan grande semejanza al que se pretende crear, sin embargo estos productos se incorporan como competencia dentro del sector al que va dirigido Alcance Financiera, estos son los productos sustitutos.

**Tabla 15. Amenaza de Productos sustitutos**

| <b>Amenaza de productos Sustitutos</b>                    |  |
|---|--|
| Rendimiento relativo de los sustitutos respecto al precio | El impacto sobre la competencia de la disponibilidad de <i>sustitutos afines</i> queda impuesto por la introducción de apoyos económicos por parte del gobierno. Sin embargo estos apoyos no pueden adquirirse de la misma manera que en las instituciones financieras tradicionales (instituciones financieras privadas). |

|                                    |   |
|------------------------------------|---|
| Coste de cambiar para el comprador | El crédito individual de alcance financiera cuenta con ventajas competitivas que lo hacen un producto único, garantizando manejar un tasa mensual preferencial que el resto de las instituciones financieras. Ofrece bajos intereses. |
| Propensión del comprador a cambiar | No aplica, ya que este apartado se refiere a innovaciones en cuanto a descubrimientos. Alcance Financiera implementara un producto ya conocido en el sector financiero.   |

**Fuente: Elaboración propia basada en las 5 fuerzas de Porter**

La rivalidad entre empresas, consorcios o instituciones, es inevitable sobre todo en un mercado perfectamente segmentado como lo son las empresas que se dedican al desarrollo económico de una región rural, pese a que este sector es inferiormente atendido, no se abstiene de la rivalidad. En el siguiente cuadro se desarrollan la fuerza de Porter sobre la *rivalidad sectorial* aplicada al caso Alcance Financiera.

**Tabla 16. Rivalidad Sectorial**

| <b>Rivalidad competitiva sectorial</b> |  |
|--|--|
| Concentración/fragmentación sectorial. | Alcance Financiera se encuentra en constante lucha en un sector fragmentado donde los competidores cuentan con diversas culturas, visiones, misiones y políticas los cuales contienden para ser líderes del mercado. |
| Crecimiento del mercado                | El crecimiento del mercado es amplio ya que el producto va dirigido a mujeres mayores de 20 años y menores de 65, del sector rural de la Región de Tula, Hidalgo.  |
| Altos costos fijos                     | No aplica, ya que no cuenta con costos de almacenamiento, ni maneja productos perecederos, razón por la cual sus costos no aumentan.   |

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| Diferenciación del producto   | Cuenta con valor agregado como lo son: la atención personalizada, reducción de garantías de acuerdo al comportamiento crediticio de la cliente, inclusión al ahorro y promover la cultura financiera.   |
| Barrera de salida             | En caso de un posible fracaso los activos con los que cuenta se venderían como activos fijos adquiridos para el uso del personal contratado para la inserción del crédito individual. Así como el personal contratado, asesores de crédito especializados en crédito individual, se canalizarían al área de operaciones del crédito comunal vigente, en su caso de no ser así se les liquidaría al personal por la falta de vacantes en esa área. |
| Condiciones/juego estratégico | El competidor más fuerte es Compartamos Banco, sin embargo Alcance Financiera se especializa en créditos exclusivamente para mujeres.   |

**Fuente: Elaboración propia basada en las 5 fuerzas de Porter**

Es importante incorporar valor a Alcance Financiera, con la diversificación de productos, mediante la inserción del crédito individual, que permita así el incremento de la oferta a beneficio de la empresa y disminuyendo la fuerza del comprador (cliente).

**Tabla 17. Poder del comprador**

| <b>Poder de negociación del comprador (Cliente)</b> |  |
|---|--|
| Tamaño y concentración de los compradores(clientes) | Tiene una cuota de sector considerable para colocar el producto nuevo "crédito individual", Ya que va dirigido a mujeres de toda la región de Tula, donde, de acuerdo al INEGI (2010) tan solo el municipio de Tula, Hidalgo cuenta con 53,429, de los cuales el 35.6% de la |

|   |  |
|---|--|
|   | población femenina dentro del municipio de Tula, Hidalgo, cuenta con las características que requiere Alcance Financiera, por lo tanto son clientes potenciales.   |
| Coste del Producto frente al coste total del producto | Los clientes buscan el mejor beneficio en cuanto a pagar menos por el crédito solicitado, así que se manejara una tasa de interés adecuada, ya que a menor tasa de interés es menor el pago que realiza el cliente, esto propiciaría disminuir la cartera vencida.   |
| Diferenciación del producto                           | Alcance Financiera ofrece servicio personalizado, control semanal de pagos y orientación financiera para el mejor manejo de los recursos financieros obtenidos a través del crédito otorgado.  |
| Coste de cambiar                                      | Alcance Financiera ofrece mayores beneficios, los requisitos para obtener un crédito individual son sencillos y sin exceso de trámites, requiere documentación básica (Identificación oficial, CURP y comprobante de domicilio vigente). No exige avales, no exige garantías prendarias ni hipotecarias, la tasa de interés se mejora a beneficio del cliente dependiendo al historial crediticio y se igualan montos que la cliente haya manejado en otra financiera. |
| Amenaza de integración                                | No aplica, ya que no es posible que un cliente de la misma financiera pueda <i>integrarse hacia delante o hacia atrás</i> , sería difícil que obtuviera los recursos suficientes para volverse competencia o proveedor de Alcance Financiera.  |
| Importancia del sector                                | No aplica, el sector a donde va dirigido es exclusivamente financiero. Los recursos que se otorgan en un crédito individual son meramente monetarios, la calidad se encuentra en el servicio al cliente y no en el recurso financiero.   |
| Disponibilidad de información                         | No aplica, ya que el monto del crédito individual que se otorgue dependerá del resultado del <i>área de análisis y riesgos</i> , resultado obtenido de las observaciones realizadas del buro de crédito. El cual no es negociable.   |

Fuente: Elaboración propia basada en las 5 fuerzas de Porter

Para determinar la cadena de valor es indispensable tomar en cuenta las características del proveedor, es decir analizar las posibilidades de que el proveedor pueda integrarse hacia delante a la cadena de valor de Alcance Financiera.

**Tabla 18. Poder del Proveedor**

| <b>Poder del Proveedor</b>                            |   |
|---|---|
| Tamaño y concentración de los proveedores             | Existe solo un proveedor directo, La banca de Desarrollo de México mediante Financiera Rural alcance Financiera se abastece de los servicios financieros es decir Alcance Financiera depende directamente de este proveedor, las condiciones de operación de Alcance financiera están sujetas directamente a este proveedor.  |
| Coste del Producto frente al coste total del producto | Integrar dentro de una misma entidad varios servicios es posible focalizar más los recursos y aumentar el valor del producto y otorgándole así al cliente un precio (tasa de interés) más atractivo con cualidades diferenciadas.   |
| Diferenciación del producto                           | Atención personalizada, la información requerida por las clientes podrá ser otorgada por cualquier integrantes que pertenezca a Alcance Financiera. Otra diferenciación importante será reconocer e incentivar a nuestros clientes en el desembolso del crédito y durante las recuperaciones semanales, así mismo reconocerá a la clienta del mes dentro de la sucursal mediante un cuadro de honor que contenga características primordiales de la clienta, como lo es su actividad económica, para que requiriera el crédito. Esto con la finalidad de darle un plus a las clientas, dándole un trato cordial y amable, motivando a las mujeres de la región a desarrollar su actividad económica con dedicación y pasión, así la |

|                               |  |
|-------------------------------|--|
|                               | recompensa es para la misma clienta y para Alcance Financiera. Haciendo nuestra promoción de servicio mediante la recomendación de nuestras propias clientas   |
| Coste de cambiar              | Alcance Financiera tendría que buscar un proveedor que maneje tasa de interés bajas para poder financiarse, y la inclusión del crédito individual sea rentable. En caso de que Financiera Rural no fondeara a Alcance Financiera sería difícil encontrar otra institución que fondee recursos financieros. El costo del cambio del proveedor sería alto para Alcance Financiera. |
| Amenaza de integración        | No aplica, El proveedor directo Financiera rural fondea al medio rural a través de financiamiento en primer y segundo piso para cualquier actividad económica. Es decir otorga créditos directamente a personas físicas o morales (usuarios de crédito) y otorga créditos a través de intermediarios financieros.  |
| Importancia del sector        | No aplica, Alcance Financiera se dirige a un sector en concreto, el sector financiero.   |
| Disponibilidad de información | No aplica, Alcance Financiera se fondea directamente por una institución gubernamental, la cual es la más eficiente dentro del sector financiero.  |

**Fuente: Elaboración propia basada en las 5 fuerzas de Porter**

Guiándonos por del contexto de las 5 fuerzas de Porter (1980), identificar las fuerzas o particularidades de las empresas competidoras del sector al que pertenece Alcance Financiera, es un importante punto de partida para conocer la rentabilidad del sector. A continuación se detallan algunas particularidades de las instituciones que ofrecen crédito individual en la Región de Tula, Hidalgo.

**Tabla 19. Particularidades de los Competidores de Alcance Financiera**

| Competidores | Particularidades |
|--------------|------------------|
|--------------|------------------|

**Compartamos Banco**

**Requisitos:** documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de 23 años.

**Garantía que se solicita:** aval

**Montos:** \$15,000.00 a \$100,000.00

**Periodicidad de pagos:** bisemanal o mensual

**Plazo de pago:** de 6 a 24 meses

**Crediconfía**

**Requisitos:** documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de 25 años hasta 75 años.

**Tipo Garantía que se solicita:** aval o prendaria

**Montos:** \$15,000.00 a \$550,000.00

**Periodicidad de pagos:** mensual o catorcenal

**Plazo de pago:** de 6 a 24 meses

**Finamigo**

**Requisitos:** documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de edad (18 años cumplidos)

**Tipo Garantía que se solicita:** aval, prendaria o hipotecaria

**Montos:** de \$2,000.00 en adelante

**Periodicidad de pagos:** mensual

**Plazo de pago:** Indefinido

**Apoyo Económico**

**Requisitos:** documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de edad (18 años cumplidos), ingresos mayores a los \$2,000.00 pesos mensuales

**Garantía que se solicita:** aval

**Montos:** \$1,5000.00 a \$80,000.00

|                         |   |
|-------------------------|---|
|                         | <p><b>Periodicidad de pagos:</b> semanal, quincenal o mensual</p> <p><b>Plazo de pago:</b> de 13 semanas a 24 meses</p>   |
| <b>Súmate</b>           | <p><b>Requisitos:</b> documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de edad (18 años cumplidos)</p> <p><b>Garantía que se solicita:</b> aval o prendaria</p> <p><b>Montos:</b> \$1,5000.00 a \$80,000.00</p> <p><b>Periodicidad de pagos:</b> semanal, catorcena o mensual</p> <p><b>Plazo de pago:</b> de 14 a 52 semanas</p> |
| <b>Crédito Familiar</b> | <p><b>Requisitos:</b> documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de edad (18 años cumplidos)</p> <p><b>Garantía que se solicita:</b> No solicitado</p> <p><b>Montos:</b> el solicitado por el cliente</p> <p><b>Periodicidad de pagos:</b> opcional</p> <p><b>Plazo de pago:</b> opcional</p>                               |
| <b>CreDEX</b>           | <p><b>Requisitos:</b> documentación básica, solicitante del crédito debe ser mayor de 23 años hasta 69 años.</p> <p><b>Garantía que se solicita:</b> aval</p> <p><b>Montos:</b> de \$7,000.00 a \$50,000.00</p> <p><b>Periodicidad de pagos:</b> opcional</p> <p><b>Plazo de pago:</b> opcional</p>   |
| <b>Creciendo</b>        |   |

Fuente: Elaboración propia basada en datos de la competencia

Otro un factor importante para disminuir la amenaza de los productos o servicios sustitutos es establecer una diferenciación de dicho producto o servicio, en el caso de Alcance Financiera es identificar el crédito individual del resto de los competidores (empresas que ofrecen crédito individual). Tomando en cuenta que la falta de diferenciación es regularmente el origen del estancamiento del desarrollo de una empresa, es por eso que el propósito de implementar el crédito individual es sugestionar al cliente a elegir nuestro producto en lugar del producto de la competencia. En la siguiente tabla se expondrán algunas diferencias principales del crédito individual en Alcance Financiera.

**Tabla 20. diferenciación de características**

|   | Banco                      |                            |                            |                            |                            |                            |                            |                            |
|---|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| Características                               | <i>compartamos Banco</i>   | <i>Crediconfía</i>         | <i>Finamigo</i>            | <i>Apoyo Económico</i>     | <i>Súmate</i>              | <i>Crédito Familiar</i>    | <i>Credex</i>              | <i>Creciendo</i>           |
| <b>Tasa de Interés mayor a 6.5% mensual</b>   | Menor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera | Mayor a Alcance Financiera |
| <b>Tiempo de Entrega menos a 48 horas</b>     | Indefinido                 | Indefinido                 | Indefinido                 | SI                         | Indefinido                 | Indefinido                 | Indefinido                 | Indefinido                 |
| <b>Seguro de vida como servicio adicional</b> | SI                         | SI                         | SI                         | SI                         | SI                         | NO                         | NO                         | NO                         |
| <b>Programas de educación financiera</b>      | SI                         | SI                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         |
| <b>Control semanal de pagos</b>               | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         | NO                         |

**Fuente: Elaboración propia**

## Cadena de valor

Toda empresa debe de tener presente el inconveniente que puede generar la integración vertical ya que esta puede representar la pérdida de autonomía de la empresa. La integración vertical vuelve a la empresa más rígida e inflexible, haciéndola más lenta a los cambios que presenta el mercado.

Alcance Financiera busca el acercamiento con sus proveedores y clientes, ya que son dos eslabones esenciales de nuestra cadena de valor. Una relación cordial donde exista un equilibrio de beneficios entre todos, puede fortalecer las operaciones del mercado, expandir la participación del sector financiero en la actividad productiva y establecer regulaciones orientadas a proteger el bien común, cada uno en el rol que se desenvuelve.

A continuación se desarrolla la perspectiva sobre la integración vertical en el caso de Alcance Financiera.

**Ilustración 4. Integración vertical a la cadena de Valor**



**Fuente: Elaboración Propia**

## **Proveedor**

A partir del 2008, cuando establecimos el otorgamiento de créditos con los procesos de gestión de financiera, se ha trabajado en aspectos de la metodología de banco comunal. Ahora con la integración de un nuevo producto a la gama de servicios financieros certificados por la Financiera Rural. Alcance Financiera busca crear mecanismos que den mayor seguridad y confianza a quien nos fondea. El proveedor de Alcance financiera, Financiera Rural ya no se puede *integrar hacia adelante* ya que este es un proveedor de usuarios de

banca de primer y segundo, es decir otorga financiamientos directamente a usuarios de crédito y mediante instituciones financieras, sin embargo Financiera Rural se dirige al sector primario.

## **Clientes**

Alcance Financiera permanecerá en una búsqueda constante de mejora en cuanto a servicio con nuestros clientes. Estamos enfocados al desarrollo de las pequeñas y medianas mujeres empresarias a través de la sesión de crédito, asesoramiento y consultoría especializada en el emprendimiento con el objetivo principal de mejorar su productividad y desarrollo de las actividades económicas de la región de Tula, buscando con esto mejorar sus ingresos y ganancias.

El objetivo es otorgar el mejor servicio para el cliente, incentivar a los clientes mediante la orientación financiera para hacer crecer su negocio, reconociendo su esfuerzo y hacerle notar lo importante que es su labor para el desarrollo económico en su entorno familiar y social.

Alcance Financiera se basará con la metodología de la Banca Comunal para la implementación del crédito individual ya que no es un producto crediticio mas, si no es una metodología y un programa integral de desarrollo sostenible donde se contienen varias actividades como lo son el mismo crédito, la educación financiera, ahorro, desarrollo económico y autoestima, incluyendo estos elementos se puede lograr obtener resultados de éxito.

En resumen se puede decir que el crédito individual de Alcance Financiera no es solo un negocio, si no un programa social, que tiene por objetivo el crecimiento

económico de la región de Tula y así mejorar la calidad de vida de las mujeres de esta región.

## **4.2 Análisis Cuantitativo**

Dentro de este análisis se muestran los resultados obtenidos de la aplicación de la encuesta en clientes potenciales de Alcance Financiera.

El propósito central de este instrumento es tener información que permita evaluar la viabilidad de la implementación del un nuevo producto “el crédito individual” en la sucursal Tula Hidalgo de la empresa Alcance Financiera. La población elegida para la presente investigación es de 30 clientes potenciales los cuales serán clientes activos de Alcance Financiera que representan el 3% del total de clientes con cuentas activas dentro de Alcance Financiera. Lo anterior nos permite afirmar que la muestra elegida está considera como no probabilística por cuotas.

Dentro del análisis cualitativo se propuso contemplar a 30 clientes potenciales que cuentan con cuentas de crédito activo que se encuentran en un *ciclo* vigente, que no se encuentren con cartera vencida (en mora) pues éstos clientes representan un sector importante para explorar ampliamente la percepción que tienen ellos sobre los créditos individuales y lo que esperan de un servicio financiero, detectando las áreas de oportunidad que bajo su propia experiencia aporte con el propósito de llevar a cabo una mejora importante en el servicio e implementar un nuevo producto en Alcance Financiera.

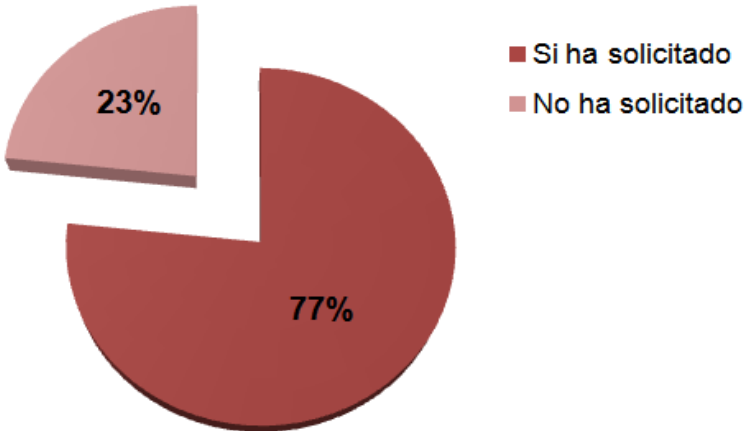
Es en razón a lo anterior que el instrumento de esta investigación considere estratégico obtener información en los siguientes dos ejes:

- a) Preferencias del cliente para elegir un crédito
- b) Calidad en el Servicio al cliente que ofrecen las instituciones financieras de crédito individual.

### 4.2.1 Análisis e interpretación de resultados

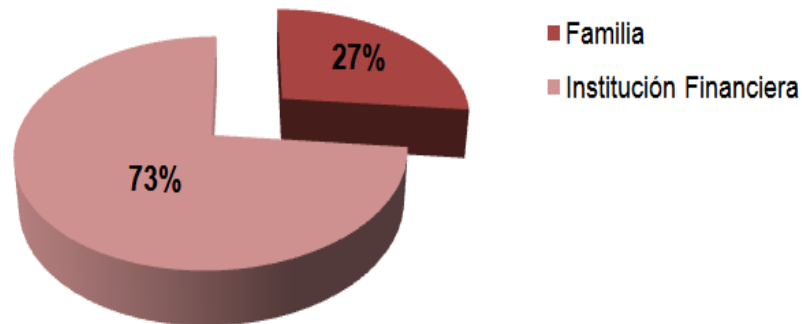
A continuación se muestran las gráficas que registran los resultados más relevantes para la presente investigación.

**Ítem 1. Porcentaje de mujeres que han solicitado un crédito**



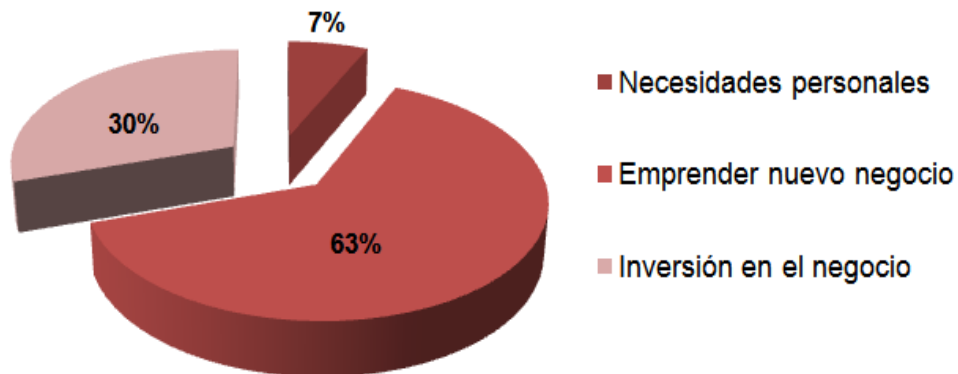
El 77% de las encuestadas señala que si ha solicitado un crédito, mientras que un 23% dice que no.

### Ítem 2. A quién recurre en primera instancia para solicitar un crédito



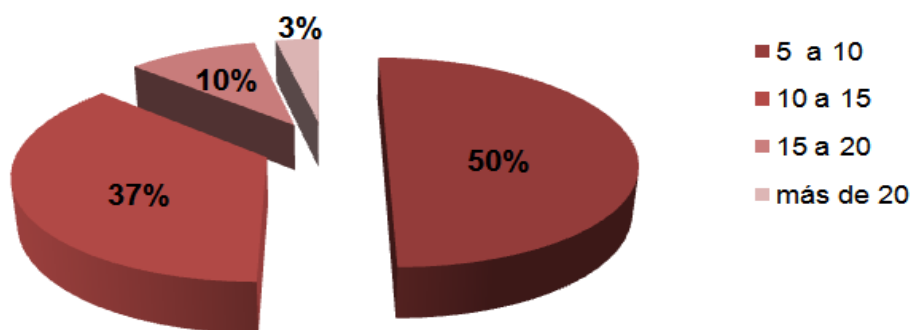
El 27% de las mujeres encuestadas recurre a su familia para pedirle un préstamo, sin embargo el 73% recurre a una institución financiera.

### Ítem 3. Principales razones por la que solicita un crédito



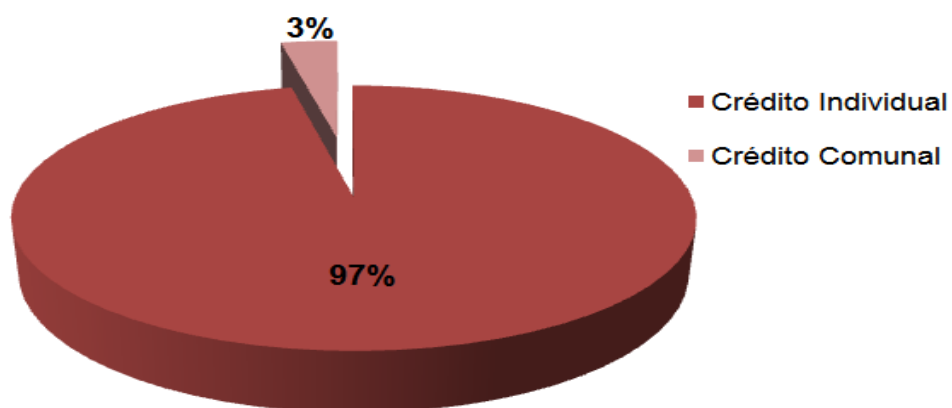
El 7% solicita un crédito para satisfacer necesidades personales como pago de servicios, deudas, vestido calzado y alimentación, el 30% lo utiliza para invertir en su negocio, comprando nuevas mercancías, mientras que el 63% solicita un crédito para emprender un nuevo negocio.

#### Ítem 4. Montos más solicitados en miles de pesos mexicanos



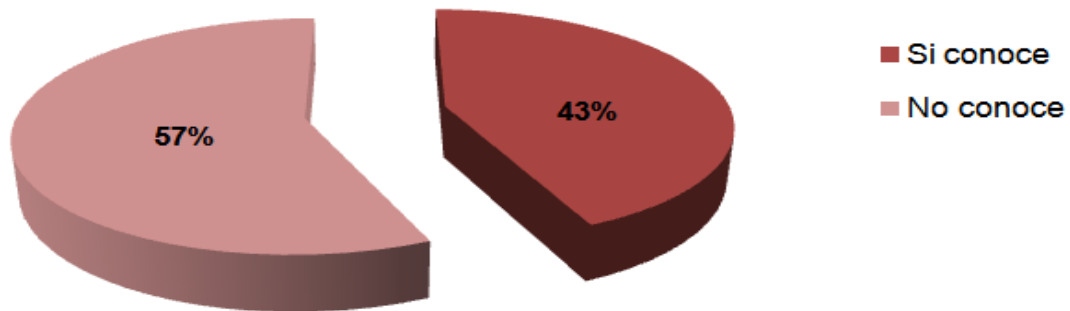
El 3% regularmente solicita créditos con montos mayores a 20 mil pesos, el 10% solicita créditos de 15 a 20 mil pesos, el 37% de 10 a 15 mil pesos y el 50% solicita montos de 5 a 10 mil pesos.

#### Ítem 5. Preferencia del crédito comunal al individual



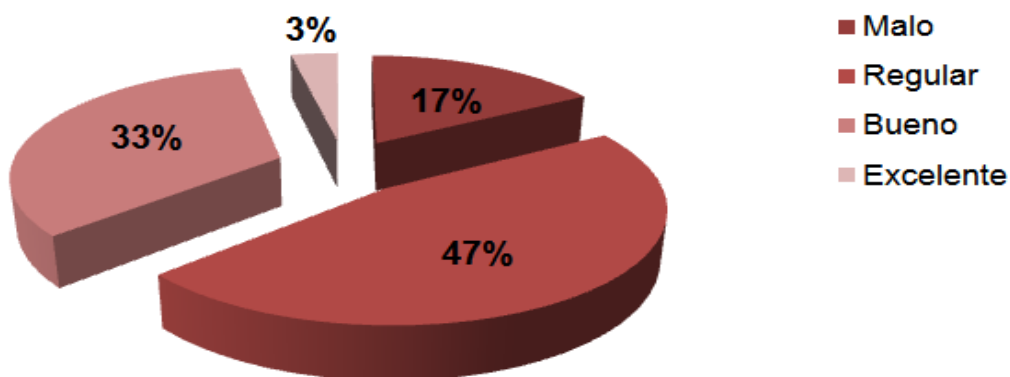
El 3% prefiere solicitar un crédito comunal a comparación de un 97% que prefiere solicitar el crédito individual.

### Ítem 6. Conocimiento del cliente sobre Instituciones Financieras que otorgan crédito individual



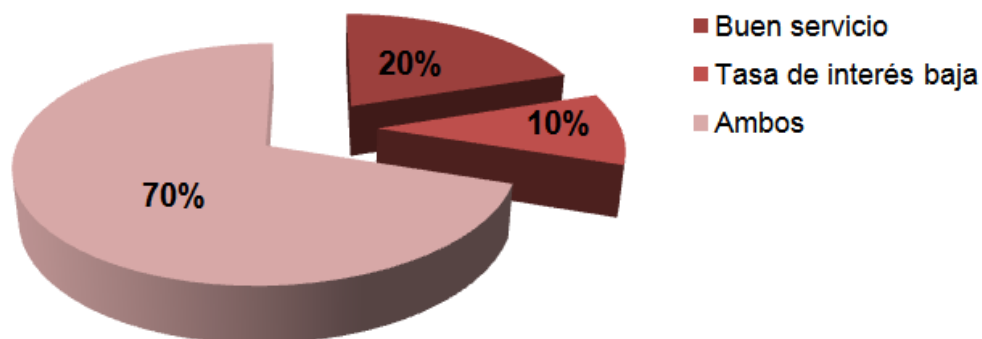
El 43% de las mujeres encuestadas conoce instituciones financieras que otorgan crédito individual, mientras que el 57% no tiene conocimiento de instituciones financieras que otorguen crédito individual.

### Ítem 7. Calificación del cliente hacia el servicio de Instituciones Financieras



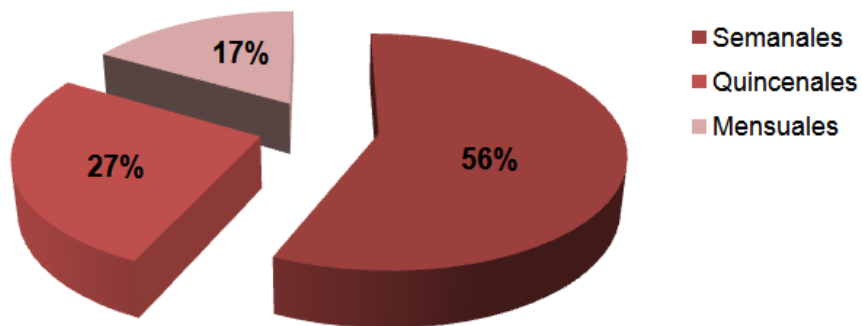
El 3% considera como excelente el servicio que se le otorga en las instituciones, el 17% considera el servicio regular, el 33% bueno mientras que el 47% lo considera que se otorga un mal servicio.

### Ítem 8. Factor más importante para el cliente al solicitar un crédito



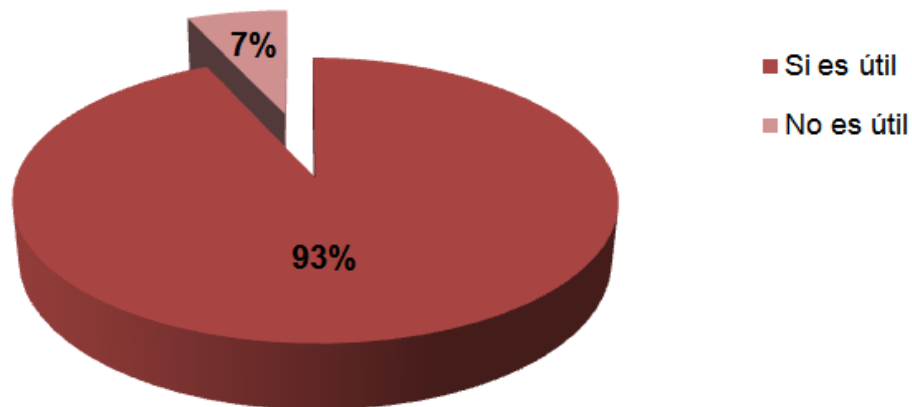
El 10% de las mujeres encuestadas considera que lo más importante de solicitar un crédito es una tasa de interés baja, mientras que el 20% considera más importante en el buen servicio, sin embargo el 70% considera que lo más importante es una tasa de interés baja acompañada por un buen servicio.

### Ítem 9. Frecuencia que prefieren los clientes para realizar sus pagos del crédito



El 17% de los clientes prefieren realizar sus pagos mensualmente, el 27% prefiere realizar sus pagos quincenalmente, a comparación del 56% que prefiere realizar sus pagos semanalmente.

## Ítem 10. Utilidad del crédito



A continuación se presentan los resultados obtenidos de la aplicación de las encuestas, mismos que fueron analizados por ejes.

### a) Preferencias del Cliente

Es posible afirmar que un 77% de las mujeres de la región de Tula han solicitado un crédito durante los últimos cuatro meses (Í-1), mientras que el 23% de las mujeres encuestadas no ha solicitado un crédito, ya que estas personas creen no contar con los requisitos necesarios que solicita la banca tradicional. Por otro lado se puede deducir que del 77% de las mujeres encuestadas que han solicitado un crédito el 35% del total de las mujeres encuestadas prefiere acudir a un familiar para pedirle un préstamo que a una institución financiera mientras que el 94.8% acude a una institución financiera (Í- 2.)

Por otra parte el 63% de las mujeres que solicitan un crédito lo invierte en un nuevo negocio a comparación de un 30% que lo invierte en mercancías para

surtir su negocio, mientras que el 7% de las mujeres adquiere un préstamo para cubrir sus necesidades personales, entendiéndose como necesidades personales al pago de servicio, deudas, vivienda, ropa, calzado, alimentación y/o educación de sus hijos. Una parte fundamental de la investigación es la referida a los montos que solicitan las mujeres para emprender o llevar a cabo su negocio (Í-4), donde en el Ítem 4 se reflejan los resultados, el 50% de las mujeres entrevistadas considera que los préstamos de \$5,000.00 a \$10,000.00 es una cantidad suficiente para poder invertir en su negocio, ya que son micro-negocios, ellas argumentan que esta cantidad es más fácil de pagar a comparación del 3% de las mujeres encuestadas que prefiere montos mayores a \$20,000.00, el 10% de las mujeres encuestadas considera montos de \$15,000.00 a \$20,000.00 mientras que el 10% considera que solicitar los montos de \$15,000.00 a \$20,000.00 pueden cubrir sus necesidades. En relación a la preferencia entre un crédito individual y un crédito comunal (Ítem 5) el 90% de las mujeres encuestadas se inclinan por el crédito individual, su argumento es que el crédito individual se enfoca más a sus necesidades individuales y no se comparten compromisos ni responsabilidad, y se tiene un mayor control en cuanto a sus pagos que realizan para pagar el crédito, sin embargo existe un 3% que se inclinó por el crédito comunal, este porcentaje argumenta que el crédito comunal tiene más ventajas para las integrantes de dicho crédito es decir que si en un momento una integrante no cuenta con su pago el grupo realiza el pago por ella, evitando que se genere mora y se incrementen de sus pagos.

Para realizar los pagos de crédito el 56% señaló que prefiere realizarlos semanalmente, el 27% quincenalmente y el 17% los prefiere realizar mensualmente. (Í-9). La frecuencia de pago semanal les permite a los clientes tener un mejor control en cuanto a la administración de sus finanzas, las mujeres encuestadas argumentan que entre más rápido liquiden su pago es

mejor para ellas, así pueden solicitar un nuevo crédito o simplemente liquidar su crédito actual.

#### **b) Calidad en el servicio.**

Se reportó que el 57% de las mujeres no cuentan con información sobre que instituciones financieras que otorguen créditos individuales lo cual no permite que este sector se beneficie con este tipo de ayudas para desarrollar o emprender un negocio, mientras que el 43% si tiene conocimiento sobre instituciones financieras y ha contado con una cuenta crediticia (Í-6). En este apartado podemos deducir que el 57% es un mercado aun no aprovechado por falta de inclusión financiera e información. El Ítem 7 se muestran los resultados respecto al servicio que ofrecen las instituciones financieras en la región de Tula el 3% lo considera como un servicio excelente, el 33% como un servicio bueno, mientras que el 45% lo considera como un servicio regular y el 17% como malo, las mujeres encuestadas argumentan no tener un buen servicio en las instituciones financieras, no consideran que el servicio que estas instituciones sean de calidad, y de no ser por la necesidad que tiene de adquirir un préstamo no lo harían por la deficiente calidad en el servicio. El 70% de las mujeres se inclina por un buen servicio y tasa de interés baja, mientras que el 20% se inclina por el 20% del servicio y 10% se inclina por una tasa de interés baja, (Í-8) en resumen el sector encuestado prefiere un equilibrio entre la tasa de interés y un buen servicio, sin embargo hay una diferencia de 10% de quienes se inclinan más por un buen servicio que por una tasa de interés baja.

En el Ítem 10, el 93% de las mujeres encuestadas considera que los créditos si ayudan a crear o hacer crecer su negocio, ya que se han logrado surtir de mercancía, en comparación al 7% que argumentan que los montos que se

otorgan en un crédito es insuficiente para lograr desarrollar alguna actividad económica

En este capítulo hemos podido identificar características tanto de los clientes, de los proveedores, de los productos y en general del entorno que nos permiten afirmar que es viable diseñar un nuevo producto para la empresa Alcance Financiera, mismo que se aborda en el capítulo 5.

## **CAPITULO 5. DISEÑO DE UN NUEVO PRODUCTO**

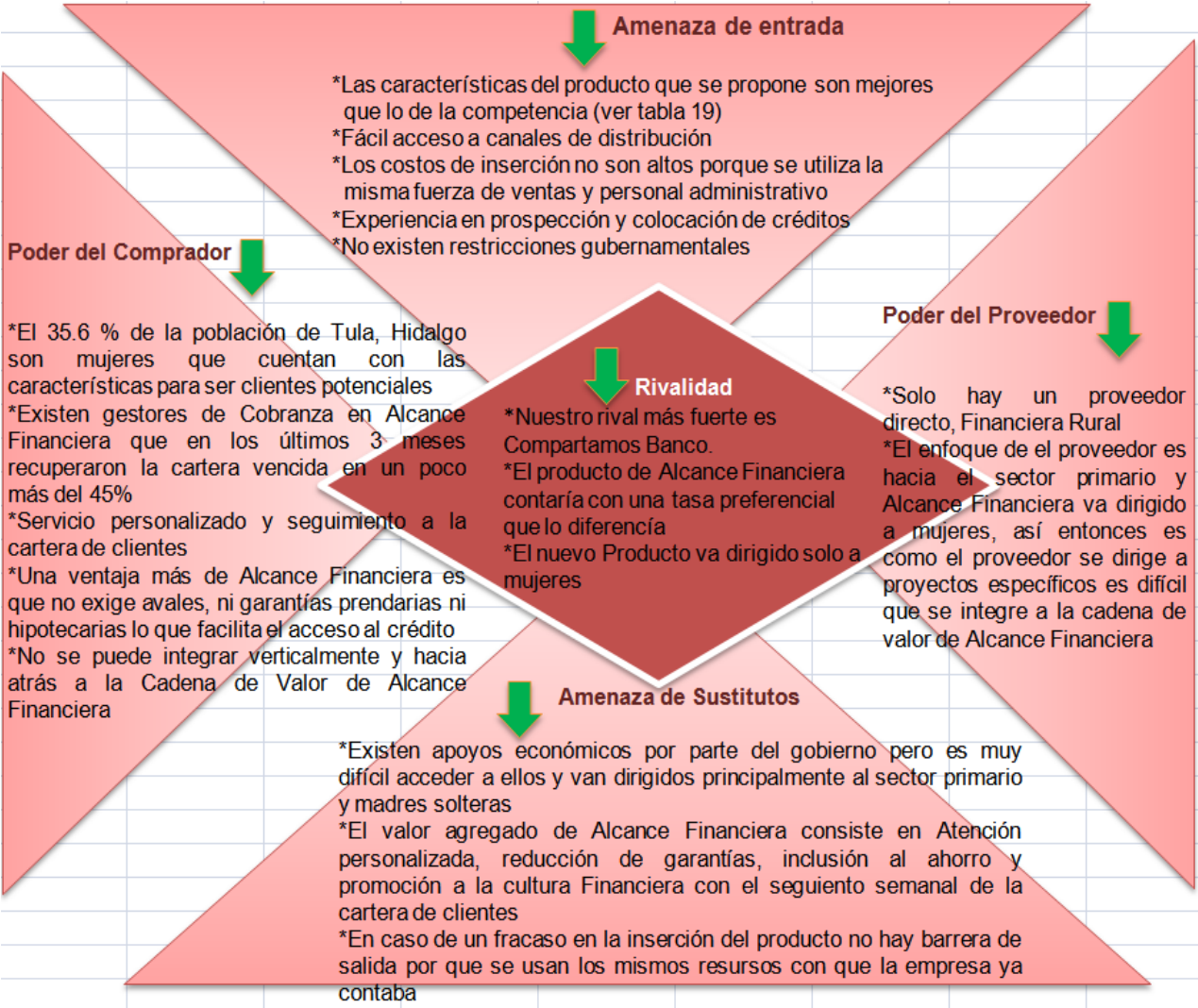
Es importante señalar que para llevar a cabo el diseño del nuevo producto en Alcance Financiera se consideraron tanto las debilidades y fortalezas del producto, la diferenciación del producto, la competencia y rivalidad, proveedores el entorno en general.

### **5.1. Pertinencia de la inserción de un crédito individual en Alcance Financiera.**

A continuación se recopilan los hallazgos y características más importantes que permiten demostrar viabilidad del nuevo producto considerando amenazas de entrada, poder de los compradores, poder de los proveedores y productos sustitutos, mediante el modelo de las 5 fuerzas de Porter.

A continuación se plantean los hallazgos encontrados que permiten demostrar la viabilidad del diseño de un nuevo producto para la empresa Alcance Financiera S.A de C.V. SOFOM ENR, los cuales se describen mediante el modelo de las 5 fuerzas de Porter.

**Ilustración 5. Las cinco Fuerzas de Porter aplicadas a Alcance Financiera**



Fuente: Elaboración propia

## **5.2 Diseño del crédito individual**

Para poner en marcha la implementación del crédito individual, será necesario identificar y desarrollar algunos conceptos como lo son Intermediario Financiero y Educación Financiera, ya que estos aspectos son la base para que el crédito individual sea sólido, eficiente y auto sostenible. El diseño del crédito individual consiste en determinar sus elementos, operación, promoción y características del usuario del mismo crédito.

### **5.2.1 Intermediario Financiero**

Banco de México (2010), Un sistema financiero está integrado por distintos intermediarios financieros, siendo los más conocidos y destacados, los bancos. Otros más son las aseguradoras, afianzadoras, arrendadoras, casas de bolsa y las administradoras de fondos de inversión. Como intermediarios financieros, los bancos son indispensables para la existencia y el buen funcionamiento de cualquier sistema financiero.

Un banco es capaz de otorgar crédito sin necesidad de que dicho financiamiento esté directamente vinculado a un ahorrador o grupo específico de ahorradores o a un inversionista o grupo específico de inversionistas. Esta característica distingue a los bancos de otros tipos de intermediarios financieros. El financiamiento otorgado por un banco constituye la mayor parte de sus activos ya que financiar empresas o personas físicas es su función primordial. El financiamiento puede exceder varias veces el monto de recursos en efectivo o susceptibles de convertirse en efectivo de inmediato. Estos recursos le han sido confiados al banco por ahorradores e inversionistas. Dichos recursos constituyen la mayor parte de los pasivos de un banco.

La intermediación bancaria tiene dos caras principales: cuando se otorgan créditos y cuando se obtienen recursos. Cuando los bancos otorgan créditos cobran una tasa de interés que se conoce como tasa de interés activa. A su vez, los bancos pagan a quienes les han confiado sus recursos una tasa de interés conocida como tasa de interés pasiva.

Esta dualidad hace que la intermediación bancaria implique diversos riesgos. Entre ellos destacan los riesgos de crédito y los riesgos de liquidez. Los primeros derivan de la posibilidad de que quienes recibieron crédito de los bancos incumplan con su obligación de pagarlos. Los segundos son consecuencia directa de que los bancos típicamente otorgan créditos a plazo, mientras que la mayoría de los recursos que captan se encuentran a la vista. Por ello, si en un momento en particular ocurre un retiro inesperadamente elevado de recursos el banco puede enfrentar un problema de liquidez.

Las instituciones financieras controlan los riesgos de crédito y de liquidez evaluando la capacidad y disposición de pago de los posibles usuarios de financiamiento, creando reservas para enfrentar contingencias, incrementando constantemente el número de depositantes, y compaginando los montos y plazos de los créditos a otorgar con la disponibilidad de recursos.

Existen acuerdos internacionales, como por ejemplo los de Basilea, que establecen lineamientos para la regulación, la integración de indicadores de solvencia, solidez y liquidez de los bancos y los límites máximos de financiamiento que pueden otorgar. Muchos de los límites establecidos por la regulación se fijan con base en el capital invertido por los accionistas de un determinado banco. Por su parte, los bancos centrales y otras autoridades financieras establecen regulaciones y adoptan medidas preventivas para reducir

los riesgos que podrían amenazar la operación del sistema financiero. Además, vigilan que los intermediarios financieros cumplan con el marco legal y la regulación emitida, y que funcionen adecuadamente para proteger los intereses del público. Finalmente, las autoridades facilitan la transparencia mediante el registro, la transmisión y divulgación de información asociada a las transacciones financieras.

### **5.2.3 Determinar el objetivo de un intermediario Financiero**

La principal función de un sistema financiero es intermediar entre quienes tienen y quienes necesitan dinero. Quienes tienen dinero y no lo requieren en el corto plazo para pagar deudas o efectuar consumos desean obtener un premio a cambio de sacrificar el beneficio inmediato que obtendrían disponiendo de esos recursos. Ese premio es la tasa de interés. Quienes requieren en el corto plazo más dinero del que poseen, ya sea para generar un valor agregado mediante un proyecto productivo (crear riqueza adicional) o para cubrir una obligación de pago, están dispuestos a pagar, en un determinado periodo y mediante un plan de pagos previamente pactado, un costo adicional por obtener de inmediato el dinero. Ese costo es la tasa de interés. Empatar las necesidades y deseos de unos, los ahorradores, con las necesidades de otros, los deudores, es la principal tarea del sistema financiero y en dicha labor las tasas de interés juegan un papel central.

El Banco de México tiene entre sus finalidades la promoción del sano desarrollo del sistema financiero a fin de lograr un sistema estable, accesible, competitivo y eficiente. Un sistema financiero con estas características facilita el cumplimiento de las tareas del banco central. A través del sistema bancario, un banco central pone en circulación la moneda nacional e instrumenta las políticas

monetaria y cambiaria. La instrumentación de dichas políticas, a su vez, afecta los precios que se determinan en los mercados financieros, tales como las tasas de interés o el tipo de cambio. (Banco de México, 2010).

#### **5.2.4 Educación Financiera**

Para Bansefi (2014), 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 tomar decisiones personales y sociales de carácter económico en su vida cotidiana, utilizar productos y servicios financieros para mejorar su calidad de vida bajo condiciones de certeza.

Complementando el concepto de educación financiera de Bansefi, de forma más resumida tomamos el concepto de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005), que determina que la educación financiera es el proceso mediante el cual los individuos adquieren una mejor comprensión de los conceptos y productos financieros y desarrollan las habilidades necesarias para tomar decisiones informadas, evaluar riesgos y oportunidades financieras, y mejorar su bienestar

#### **5.2.5 Descripción del Producto**

El crédito que se otorga va dirigido a mujeres con un negocio, que realicen actividades agropecuarias, artesanales, industriales, comerciales y de servicios, también va dirigido a mujeres que deseen emprender un negocio con la finalidad de proporcionar más eficientemente los apoyos económicos para

satisfacer sus necesidades de financiamiento mediante el otorgamiento de créditos individuales en las zonas rurales y suburbanas de la región de Tula.

### **5.2.5.2 Elementos del Crédito**

El crédito individual contiene una serie de elementos generales que contribuyen al buen funcionamiento de su gestión y sin estos elementos no existiría el crédito.

**Necesidad del crédito:** Para iniciar el otorgamiento de crédito individual se debe tener una necesidad de crédito para el desarrollo de un negocio, de esta necesidad surgen los clientes.

**Clientes:** mujeres mayores de 20 años menores de 65 años, que pertenecen sector rural o suburbano de la región de Tula, Hidalgo. Con la necesidad de desarrollar o hacer crecer su negocio.

**Asesor de crédito:** persona que tiene contacto directo con el cliente quien llevara a cabo todo el proceso del otorgamiento del crédito, dará asistencia técnica (asesoramiento financiero) y dará seguimiento postventa de la implementación del crédito individual, el asesor de crédito debe de presentar características específicas, que son determinadas por la Dirección de Recursos Humanos de Alcance Financiera, Estas características pueden ser:

- Escolaridad
- Generalidades (edad, lugar de residencia)
- Experiencia y conocimiento en el sector Financiero.
- Habilidades específicas.

**Crédito:** los créditos otorgados satisfacen necesidades inmediatas de la mujer empresaria con la adquisición de mercancía para emprender o surtir su negocio.

**Tasas de Interés:** es mediante la cual la institución recupera los costos que demanda la operación del crédito individual.

**Garantía Líquida:** depósito inicial correspondiente al 12% del monto total del crédito solicitado, que al terminar el ciclo se devolverá a la cliente o bien servirá para cubrir su último pago del crédito.

**Ciclo:** Se refiere al tiempo de duración del crédito, el cual en Alcance Financiera es de 16 semanas (4 meses), el cual se considera adecuado ya que este plazo genera un crecimiento progresivo y continuo mediante pagos de dinero no muy elevados. Tomando en cuenta que la mujer microempresaria no es acostumbrada a realizar pagos con sumas de dinero muy grandes.

**Pagos:** suma de dinero que incluye tasa de interés generada por el crédito otorgado.

**Filosofía:** Los valores, actitudes, habilidades y conocimiento de los integrantes de Alcance Financiera permitirán el éxito, la formación y desarrollo personal de los usuarios de crédito individual y de la empresa misma. El objetivo de nuestros servicios financieros cumple con una responsabilidad social, ya que un crédito bien otorgado impulsa el desarrollo económico de la región, dándole una mejor calidad de vida al usuario e incrementando la actividad de su negocio.

- Excelencia en atención al cliente: consiste en superar las expectativas del cliente, donde las condiciones del crédito serán adecuadas a las necesidades del usuario dándole más valor al crédito recibido en comparación al crédito deseado.
- Innovación: Actualmente estamos viviendo en una constante búsqueda de nuevas ideas, conceptos, productos, tecnología, servicios y prácticas, con la intención de ser útiles para el incremento de la productividad esforzándose en la habilidad de implementarlo para que cada usuario pueda disfrutar de ello. Dándoles un reconocimiento a su esfuerzo microempresarial, estimulando siempre su crecimiento personal.

**Asesoría crediticia:** basándonos en la educación financiera, la función del asesor de crédito es estimular el crecimiento personal de la cliente, detectando sus necesidades y ofreciéndole apoyo técnico. En cada reunión el asesor de crédito brindara la llamada *cápsula* otorgada de igual forma en el crédito comunal, explicada anteriormente. El asesor podrá ayudar a las clientes a determinar sus costos y gastos. Le podrá dar recomendaciones sobre como

administrar su dinero dentro de su hogar y de su negocio. Brindando siempre un servicio afable.

### **5.2.5.3 Operación del Crédito**

La operación del crédito son todos los procesos para llegar al otorgamiento del crédito, desde la promoción, hasta procesos administrativos. En los siguientes subcapítulos se desarrollara la operación del crédito individual, mediante un diseño con características específicas y diferenciadas del crédito comunal de Alcance Financiera.

### **5.2.5.4 Promoción del crédito**

La promoción del crédito consiste en el método de dar a conocer ante la comunidad el crédito individual de Alcance Financiera, con la finalidad de que los clientes potenciales mujeres microempresarias, hagan uso de nuestros servicios financieros.

La promoción busca alcanzar que el sector al que va dirigido se acerque a la institución para conocer los servicios, con el objetivo de contribuir al desarrollo, crecimiento económico de la región de Tula. Contribuir a la consolidación e incremento de la cartera de clientes. Fortalecer el posicionamiento de Alcance Financiera ante el sector rural como la alternativa de fácil acceso a un financiamiento micro empresarial que posibilite el crecimiento y desarrollo de las mujeres emprendedoras de la región de Tula.

La promoción se llevará a cabo mediante una serie de actividades metódicas y estructuradas las cuales contribuirán al incremento del número de colocación de créditos individuales. Dichas actividades se describirán a continuación:

Identificar Prospectos lógicos, mediante la determinación del Poder adquisitivo, Autoridad de Compra y Necesidad del producto.

**Cambaceo:** es la prospección casa a casa, conociendo las condiciones de la zona y dirigido a prospectos lógicos y horarios lógicos.

**Volanteo:** es la entrega de tarjetas de presentación de Alcance Financiera a clientes potenciales en sitios de alta afluencia, y en negocios de clientes potenciales.

**Poster y hawaianas:** consiste en colocar hojas de información en sitios concurridos y permitidos por las autoridades municipales de la Región de Tula, Hidalgo. Estas hojas de información contienen datos como los servicios que ofrece, montos del crédito, requisitos y el contacto telefónico de Alcance Financiera.

Seguimiento de cartera inactiva del Crédito comunal: dirigido a clientes inactivos que no hayan sido beneficiados por el crédito comunal, es decir que se hayan retirado por voluntad propia por insatisfacción de montos o procedimientos del crédito comunal.

**Autopromoción:** conocida como *recomendación* del cliente a sus familiares, conocidos, amistades o vecinos. Esta *recomendación* surgirá de los propios clientes activos, en base al buen servicio otorgado por los integrantes de Alcance Financiera.

### 5.2.5.5 Requisitos del Cliente

| Características   | Documentación solicitada   | Proceso  |
|---|--|--|
| <b>Mujeres mayores de 20 años y menores de 65 años</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Identificación Oficial con fotografía</li> <li>▪ CURP (Clave Única de Registro de Población)</li> </ul> | Llenado de solicitud individual.   |
| Poseer o rentar una vivienda<br><br><b>La casa o negocio debe estar ubicada dentro de la zona determinada por Alcance Financiera.</b> | Comprobante de domicilio vigente (no mayor de tres meses).   | Verificación domiciliaria, se refiere a visitar a la cliente en su domicilio para corroborar dirección y veracidad de información de su domicilio.   |
| Tener disposición de aportar el porcentaje requerido de Garantía Líquida  | No aplica  | Después de que el crédito sea autorizado se debe realizar el depósito correspondiente al 12% del total de crédito a otorgarse.   |
| Poseer negocio propio o con intención de iniciar uno  | No aplica  | Verificación de negocio, como su nombre lo dice se refiere a verificar que la cliente tenga un negocio o intención de iniciar un negocio, mediante un pronóstico de la inversión, detectar el destino de crédito |

Fuente: Elaboración propia

### **5.2.5.6 Análisis del cliente**

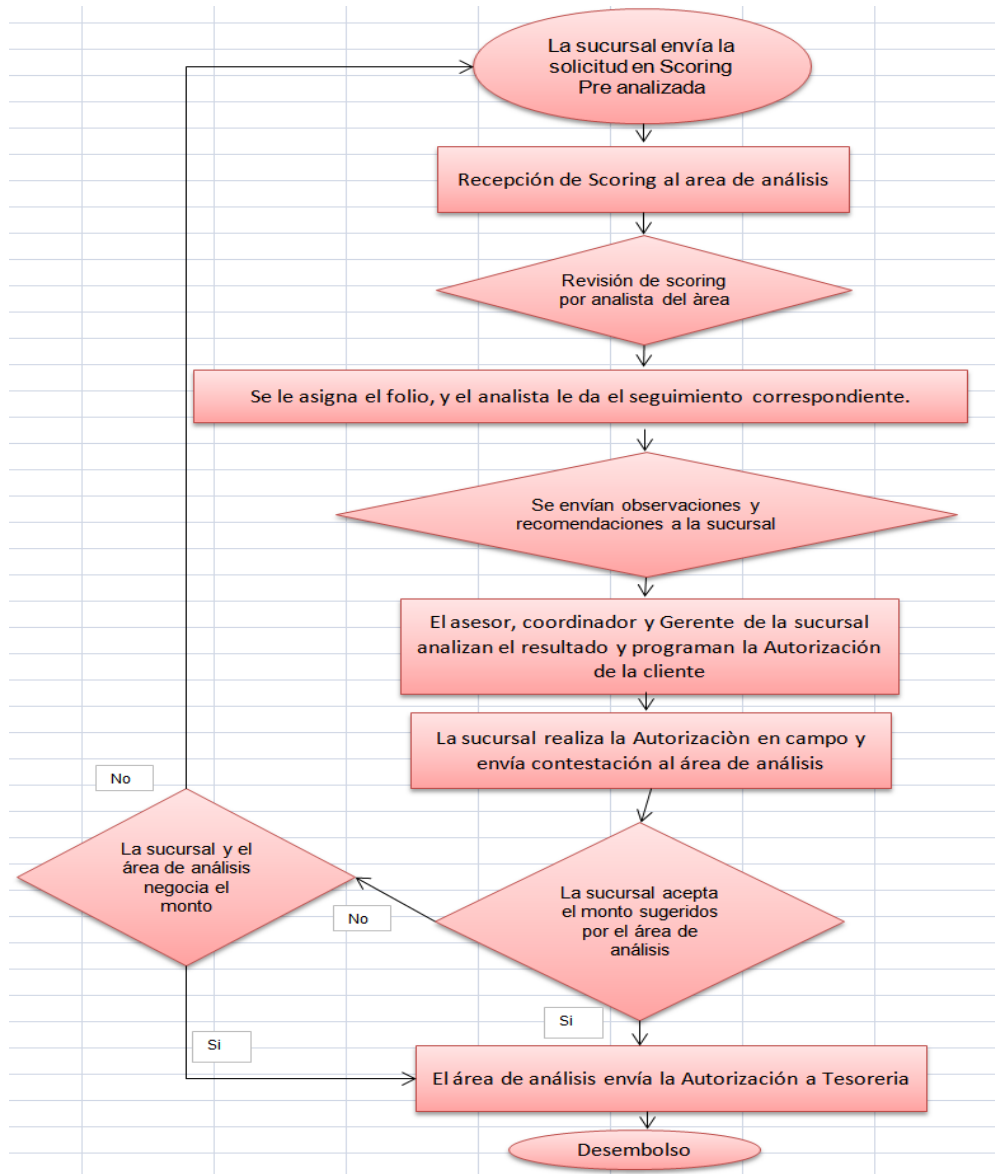
Es el proceso donde se En los últimos meses Alcance Financiera ha tenido un cambio en cuanto al desarrollo en el área de Administración de riesgos, El área de Análisis y Riesgos, esta área ha resultado un tanto exigente en cuanto a sus procesos, con la finalidad de disminuir el riesgo crediticio, por lo tanto la presente investigación no tiene intención de modificar estos procesos. Sin embargo uno de los objetivos es disminuir el tiempo de respuesta en el otorgamiento de los créditos individuales, esto se genera a partir de un buen inicio de la operación del crédito. Tomando en cuenta que el análisis del crédito individual es de manera más sencilla a comparación del análisis del crédito comunal.

La finalidad de este proceso es determina el riesgo de la actividad de crédito del usuario, determinado principalmente por dos factores importantes como lo es la actividad económica a la que se dedica el usuario, resultados del historial crediticio.

Un crédito que es mal otorgado, puede perjudicar la salud financiera del cliente, de su negocio y de la misma institución financiera, este proceso ayuda a la decisión de la probabilidad de otorgar un crédito, aportando perspectivas que el área de operaciones (asesor, coordinador y/o gerente de la sucursal), no habían detectado.

En la siguiente Figura se presenta el proceso del análisis del usuario del crédito individual.

**Figura 7. Proceso Crédito individual**



**Fuente: Elaboración propia**

### 5.2.5.7 Recuperación de Cartera vencida

Colocar un crédito es fácil, cobrarlo es difícil por eso es necesario determinar los procesos para recuperar la cartera vencida.

Para iniciar a desarrollar el tema de la cartera vencida primero retomaremos el término de *cartera* según Alcance Financiera (2013), este término se utiliza en el área de finanzas para hacer referencia al total de deudas que las clientas tiene con la empresa, originadas por los créditos otorgados, Ésta cartera se divide básicamente en dos: *cartera sana* y *cartera vencida*. La base de la *cartera sana* se conforma por factores positivos como las fortalezas internas y el aprovechamiento de las oportunidades que se presentan en el contexto. Y las causas de la *cartera vencida* son ocasionadas generales por factores negativos como debilidades internas de la empresa y amenaza del contexto.

### **Clasificación de Cartera Vencida**

*Cobranza ordinaria*, es la cartera vencida vigente que se encuentra en el periodo de tiempo de 1 a 21 días. Este proceso de cobranza la lleva a cabo el asesor, coordinador y/o gerente de la sucursal, es decir es una cobranza operativa.

*Cobranza extrajudicial*, Es la cartera de clientes que se encuentra en cartera vencida no vigente en un período de tiempo de 22 a 269. Este proceso de cobranza la lleva a cabo el asesor, coordinador, gerente y/o gestor de cobranza de la sucursal, es por es denominada cobranza extrajudicial, ya interviene un gestor, experto en el área de cobranza.

*Cobranza Judicial*, es denominada cartera quebrantada ya que supera el periodo de cobranza operativa y extrajudicial, supera un periodo de mayor de 270 días. En la cobranza judicial ya interviene un abogado litigante de Alcance Financiera, experto en cobranza judicial.

## **Proceso de Cobranza de Cartera vencida**

Diagnosticar: detectar el problema, conociendo la situación financiera actual de la cliente.

Entender el problema: conocer el tiempo que se ha retrasado para realizar su pago y el monto que se debe hasta ese momento.

Establecer un plan de acciones: las medidas que se deben de tomar, realizar llamadas telefónicas para recordar el pago de su crédito, y realizar visitas domiciliarias. Siempre ofreciendo apoyo de asesoría crediticia.

Seguimiento puntual: establecido el plan de acción, se debe actuar inmediatamente. Se debe ser puntual en la acción determinada. El seguimiento del servicio postventa debe ser más preciso y llegar a un acuerdo con la cliente para realizar los pagos.

Recuperación: es el resultado del seguimiento y de las acciones de cobranza realizadas adecuadamente.

### **5.3 Presentación del producto**

Mujer emprendedora nosotros valoramos tu esfuerzo, te garantizamos un trato amable y respetuoso.

Si realizas alguna actividad económica, cuentas con un negocio propio o deseas emprender uno, en Alcance Financiera te apoyamos con créditos desde \$5,000 hasta \$30,000.

El crédito individual va de acuerdo a la capacidad y necesidad de cada mujer microempresaria y al desarrollo de su negocio en ciclos de 16 semanas.

**Tabla 21. Montos a otorgar de acuerdo al ciclo**

| <b>Ciclo</b>         | <b>Montos (en pesos mexicanos)</b> |
|----------------------|------------------------------------|
| <b>Primer ciclo</b>  | De 5,000 a 7,000                   |
| <b>Segundo ciclo</b> | De 7,001 a 10,000                  |
| <b>Tercer ciclo</b>  | De 10,001 a 13,000                 |
| <b>Cuarto ciclo</b>  | De 13,001 a 18,000                 |
| <b>Quinto ciclo</b>  | De 18,001 a 22,000                 |
| <b>Sexto ciclo</b>   | De 22,001 a 25,000                 |
| <b>Séptimo ciclo</b> | De 25,001 a Más de 30,000          |

**Fuente: Elaboración propia**

**Tasa mensual: 6.5% mensual**

Por cada \$1,000 pesos, pagarás semanalmente \$81.00 pesos.

**Requisitos:**

- Credencial para votar vigente (original y copia)
- Comprobante de domicilio vigente (original y copia)
- Contar con un negocio propio o realizar una actividad económica.
- Garantía Líquida (ahorro inicial) del 12% de acuerdo al monto solicitado

**Plazo:** 16 semanas

**Frecuencia de Pago:** semanal

**Beneficios:** Podrás contar con efectivo para hacer crecer tu negocio, por lo tanto tus ventas se incrementarán, se aumentaran tus ingresos y mejorara tu calidad de vida y la de tu familia.

**Ventajas que te ofrece nuestro crédito:**

- Desembolso de crédito rápido
- Servicio personalizado
- Trato preferencial
- No te pedimos aval, ni garantías líquidas e hipotecarias
- Sin costos adicionales para la consulta en buro de crédito e impresión de estados de cuenta.

## CONCLUSIONES Y CONSIDERACIONES FINALES

En base a lo investigado podemos referir que la implementación del crédito ha sido viable ya que se realizó el análisis de viabilidad de acuerdo al modelo de las cinco fuerzas de Porter (1980) donde todas las fuerzas son a la baja. Se ha llegado a la conclusión de que el crédito por sí solo no dará resultados positivos, el capital recibido en un crédito no tendrá resultados por sí solo, se debe tener una buena administración del capital recibido. El buen uso de los recursos depende de la orientación financiera (educación financiera), el control de sus costos y gastos de los usuarios del crédito. Agregándole el servicio que ofrezca la financiera con el control de los créditos otorgados, el servicio postventa y una excelencia en la atención al cliente, se pueden lograr tener mejores resultados. Los beneficios de otorgar el crédito individual no es exclusivamente para los usuarios del crédito, ni para Alcance Financiera, también se activará el desarrollo económico de la región indirectamente. Con la obtención de los recursos del crédito individual para la creación o crecimiento de los negocios de los usuarios, estos adquirirán materia prima, compra de maquinaria o la simple adquisición de mercancías para surtir su negocio, los proveedores de estos materiales se verán beneficiados indirectamente de esta utilidad del crédito. El objetivo de esta investigación es tomar en cuenta el desarrollo económico del sector rural de la región de Tula Hidalgo, dándole específicamente lugar y la oportunidad de desarrollo a la mujer rural de Tula, Hidalgo.

También se ha llegado a la conclusión que las instituciones financieras en la región de Tula no son adecuadas para el apoyo a incrementar la actividad económica en esta región, no brindan un servicio de calidad y no satisfacen las necesidades del sector rural. Sin embargo en la presente investigación, este sector muestra su escasa educación financiera, por lo tanto es un punto

determinante que se pretende combatir con la implementación del crédito individual. Dicha implementación beneficiaría tanto al sector que va dirigido como a la misma operación de Alcance Financiera, ya que se tendría un producto alternativo, por lo tanto el cliente tendrá la facultad de decidir el producto financiero de su preferencia. Tomando en cuenta las características diferenciales entre el crédito individual y el crédito comunal.

Alcance Financiera le dará un trato preferencial a las mujeres rurales, mediante nuestra filosofía y valores donde predomina la calidad en atención al cliente, el respeto mutuo, la confianza y el valor hacia el esfuerzo de la mujer rural de la región de Tula, Hidalgo. Filosofía mediante la cual se pretende estimular e impulsar al desarrollo de las mujeres de dicha región, con un crecimiento mutuo empresa-cliente.

## XII.REFERENCIAS

### a) Referencias impresas

- Almeraya, S.X., Quintero et al,” Uso del Crédito: implicaciones para el desarrollo rural” Revista Mexicana de Agronegocios, ISSN (Versión impresa): 1405-9282 Sociedad Mexicana de Administración Agropecuaria A.C.
  
- Ampudia Márquez, Nora C. (2008) “Micro empresa y pobreza financiamiento y contribución al desarrollo”, en *Economía Informa*,355, noviembre-diciembre, México, pp. 136-149.
  
- Arocena, J. 1995. El desarrollo local un desafío contemporáneo. Editorial Nueva Sociedad. Caracas, Venezuela.
  
- Buitrago C. (1995). Manual Metodológico; programas de crédito Individual de atención a la microempresa. Centro Accion Microempresarial Bogotá.
  
- Cosío Villegas, D. (1965). Historia Moderna de México. Ed. Hermes.
  
- Dorantes Rodríguez Carlos Hector. (2010). Proyecto de investigación de psicología. Universidad Iberoamericana biblioteca Francisco Xavier Glavigero.

- González, R. (2013). “Pobres, 52 de cada 100 mexicanos, nivel tan alto como hace 10 años; Aumenta pobreza monetaria y carencia de vivienda, salud y seguridad social: Banco Mundial”. *La Jornada*, pp. 28.
  
- Hernández, A. (1963). *Derecho Bancario Mexicano*. Ediciones de la Asociación Mexicana de Investigaciones Administrativas.
  
- Instituto Politécnico Nacional (2009). *Sistema Financiero y Crecimiento Económico en México, Análisis eco-métrico 1975-2005*.
  
- Lizarraga, C. y Casas, A. 2005. *Política agraria común y desarrollo rural en la unión europea ampliada. Estudios económicos de desarrollo internacional*. Facultad de Economía. Santiago de Compostela, España. P.p.27-48.
  
- Manero, A. (1958). *La Reforma Bancaria en la Revolución Constitucionalista*, Secretaría de economía. México.
  
- Mc Calab, Walter F. (1920). *Present and Past Banking in Mexico*, Harper & Brothers.
  
- Puertas Medina, R., Martí Selva, M.L. (2013). Análisis del Credit Scoring. *RAE - Revista de Administração de Empresas*, vol. 53, núm. 3, mayo-junio, 2013, pp. 303-315

- Rentería, G. L. 2005. El Microfinanciamiento: una alternativa en el combate a la pobreza extrema en Sonora. Estudios Sociales. P.p.93-139.
  
- Roth, D. (2007). Políticas públicas: formulación, implementación y evaluación. Bogotá: Ediciones Aurora.
  
- Melián A., Sanchis J.R. y Soler F. (2010). “El Crédito Cooperativo como instrumento financiero para el fomento del emprendimiento en tiempos de crisis”. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, nº 68, Agosto 2010, pp. 111-139
  
- Moore, O. (1963). Evolución de las instituciones Financieras en México. Centro de Estudios Monetarios Latinoamericanos, México.
  
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (2005), Improving Financial Literacy, OECD, Paris, p. 13.
  
- Pérez López, E. (1987) Expropiación Bancaria en México y Desarrollo Desestabilizador. Ed. Diana.
  
- Porter, M. E. (1980) Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. Free Press, New York, 1980.

- Medina I., Florido A.( 2010). Microcrédito y desarrollo: financiamiento de proyectos sociales. Espiral, vol. XVI, núm. 47, enero-abril, pp. 105-137, Universidad de Guadalajara, México.
  
- Segura, M. (2009) “Una Alternativa difícil pero posible”, Revista Entrepreneur. Daniela Clavijo López, Germán Sánchez Hernández y Andrey Valencia Gómez. Volumen 17. Número 5.
  
- Vázquez, B. A. 1998. Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo. Editorial Pirámide. Madrid.
  
- Villegas Hernández, E. y Ortega Ochoa, R.M. (2002) Sistema Financiero de México, Mc Graw-Hill.

## **b) Referencias electrónicas**

- Alfonsín, R. (2009). Crédito Rural Obtenido a través de internet: <http://books.google.com.mx/books> [acceso 11/09/2014].
  
- Díaz, A. (2013). "Reforma Financiera: Mas Crédito más barato". Revista Inversionista. Alejandra Palomares Barrios Editora en jefe. Mes Julio,2013.
  
- Asociación Mexicana de Mujeres Empresarias A.C. (AMMJE), (2011) obtenido a través de: <http://www.ammjenacional.org/>

- Banco Grammen (2009). Obtenido a través de internet: [www.grameen-info.org/](http://www.grameen-info.org/) [acceso 08/10/2014].
  
- Banco Nacional de Ahorro y Servicios Financieros (2014). Obtenido a través de internet: <http://www.bansefi.gob.mx/eduFinanciera/Paginas/Bansefieducacionfinanciera.aspx>
  
- Buro de Crédito (2014). Obtenido a través de internet: <http://www.burodecredito.com.mx>
  
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (2011), *Informe de México sobre el cumplimiento del Consenso de Brasilia*. Noviembre. <<http://www.eclac.cl/mujer/noticias/noticias/1/43711/Mexico.pdf>>.[18 de marzo, 2012.]
  
- Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (CONDUSEF, 2012-2013). Obtenido a través de internet: <http://www.condusef.gob.mx/index.php/prensa/comunicados>
  
- Financiera Activamos (2008). Obtenido a través de internet: <http://www.financieraactivamos.com.mx> [acceso 11/09/2014].
  
- Instituto Mexicana de Mujeres Empresarias,(2013). Obtenido a través de internet: <http://www.ammjenacional.gob>

- Instituto de la Mujer (1990), La actividad empresarial femenina en España, Obtenido a través de internet: <http://www.inmujer.gob.es>
  
- Instituto Nacional de las Mujeres de México (2008), Obtenido a través de internet: <http://www.inmujeres.gob.mx/>
  
- México: Reforma y grandes retos para las microfinanzas (2014). Obtenido a través de internet: <http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/1.26.24719/> [acceso 11/09/2014].
  
- Secretaria de Hacienda y Crédito Público (SHCP).2010. obtenido a través de <http://www.apartados.hacienda.gob.mx/casfim/index.html>.
  
- Turrente, E. (2013). “Historia Sintética de la Banca en México”. Banco de México. Obtenido a través de [www.banxico.com.mx/hitoria-sintetica](http://www.banxico.com.mx/hitoria-sintetica)
  
- Universidad Nacional Autónoma de México (2010). Obtenido a través de internet: <http://www.fca.una.mx//capitulos/unidad1.pdf>.acceso11/09/2014
  
- Zúñiga, L. (1987). Crédito Cooperativo Obtenido a través de internet:[http://books.google.com.mx/books?id=POQt6xmxmj4C&pgW1oDADw&redir\\_CONCEPTO%20DE%20CREDITO&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=POQt6xmxmj4C&pgW1oDADw&redir_CONCEPTO%20DE%20CREDITO&f=false) [acceso01/09/2014].

## XII. DEFINICIÓN DE TERMINOS GLOSARIO

**Aval:** Firma que se pone al pie de una letra de cambio u otro documento de crédito para responder de su pago en caso de no hacerlo la persona que está obligada a ello.

**Crédito:** Es una operación financiera en la que una persona o entidad (acreedor) presta una cantidad determinada de dinero tras el tiempo pactado además de una serie de intereses, que son las ganancias del acreedor.}

**Economías de escala:** Se refiere a la reducción del coste unitario de un producto al aumentarse el volumen absoluto producido en cada periodo. Informalmente se refiere a cuanto más se produce más barato es el precio del servicio o producto.

**Historial Crediticio:** Conjunto de información que integra todos y cada uno de los créditos que una Persona Física o Persona Moral tiene o ha tenido, así como la forma en que estos han sido pagados.

**Finanzas:** se refiere a la administración de los recursos financieros, incluyendo su obtención y gestión.

**Otorgante de Crédito:** Son todas aquellas Empresas que como parte de su objeto social proporcionan crédito a sus clientes en forma habitual y profesional o llevan a cabo una actividad análoga al crédito.

**Microfinanzas:** Es la provisión de servicios financieros para personas en situación de pobreza, microempresas o clientes de bajos ingresos. El término también se refiere a la práctica de proveer estos servicios de manera sostenible.

**Pobreza Extrema:** es el porcentaje de la población que vive con menos de US\$1.08 diario, precios internacionales del 1993 (equivalente a US\$1 en precios de 1985, ajustado por la paridad de poder de compra).(Banco Mundial)

**Riesgo:** La evaluación subjetiva de una consecuencia potencial, positiva o negativa, de una acción presente o futura.

**Ratio:** es la relación o proporción que se establece entre dos cantidades o medidas. También se denomina comúnmente “razón” o indicador.

**Scoring:** Es un sistema de clasificación de créditos que intenta automatizar la toma de decisiones en cuanto a conceder o no una determinada operación de riesgo, normalmente un crédito.

**Sector microfinanciero:** Sector económico integrado por las pequeñas y medianas empresas que otorgan o proporcionan crédito o servicios análogos al crédito.

# ANEXOS

## Anexo 1. Cuestionario de Investigación

Nombre de la Empresa: **Alcance Financiera, sucursal Tula, Hidalgo.**

Modelo de Encuesta para realizar una Investigación de Campo.

Por favor, conteste las siguientes preguntas y marque con una "X" los recuadros.

1. En los últimos 4 meses, ¿usted ha solicitado un préstamo?

Si  a que Institución Financiera: \_\_\_\_\_ No

2. En caso de una emergencia económica, ¿A quién recurre en primera instancia para solicitar un préstamo?

Familia  Institución Bancaria   
Amistad  Institución Financiera

3. ¿Cuáles son las principales razones por las que solicita un préstamo?

Pago de servicios  vivienda  Inversión  educación   
Pago de deudas  ropa y calzado  Negocio  alimentación

4. ¿Cuál es el monto que usted considera adecuado para cubrir sus necesidades?

\$5,000.00 - \$10,000.00  \$10,000.00-\$15,000.00  \$15,000.00-\$20,000.00  más de \$20,000.00

5. De solicitar un préstamo, ¿Cuál sería de su preferencia?

Individual (personal)  Comunal (grupal)  ¿Por qué?

6. ¿Conoce usted instituciones financieras en la region de Tula que otorguen créditos individuales?

Si la respuesta es si, menciones 3 instituciones financieras.

Si  \_\_\_\_\_ No

7. ¿Cómo considera el servicio que le ofrecen las instituciones financieras que otorgan crédito?

malo  regular  bueno  excelente

8. ¿Qué factor es el más importante para usted al solicitar un crédito?

Buen servicio  tasa de interes baja  ambos  otros (especifique):

9. ¿Con qué frecuencia prefiere realizar sus pagos del crédito?

semanales  quincenales  mensuales

10. ¿Considera que el crédito que se le ha otorgado anteriormente le ayudo a crear o hacer crecer su negocio?

Si  No  ¿por qué?

Ha llegado al final de la encuesta, GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN.