

## Distribución Geográfica de los Clientes

**A** L cierre del segundo trimestre del año 2002, las 18 instituciones que aportan datos a *MicroEnfoque* reportaron 104,107 clientes con 105,721 créditos activos<sup>1</sup>. El porcentaje de penetración de mercado de clientes de microcréditos fue de un 20.85%. Este porcentaje es el resultado de dividir el número de clientes activos entre el número de microempresas que reporta la Comisión Nacional para la Micro y Pequeña Empresa CONAMYPE.

El monto de crédito promedio otorgado en este período fue de \$842 a nivel nacional, siendo La Paz el departamento que mostró el mayor monto promedio con \$1,074 y Santa Ana la que presentó el menor monto con \$679 de crédito promedio otorgado. En la tabla N°1 se puede ver el detalle de los rangos de montos otorgados, habiendo un 61.59% por créditos menores de \$400 y un 85% por créditos menores de \$1,000.

Del total de créditos otorgados a nivel nacional, el 72.94% correspondieron a créditos otorgados a mujeres, estando el porcentaje mayor en San Salvador con 80.90% y el porcentaje menor en Morazán con un

53.77%.

El porcentaje de penetración del 20.85% presenta un pequeño incremento con respecto al 20.09% que se tenía en marzo 2002. A nivel departamental, la mayor penetración se encuentra en los

departamentos de La Paz, Sonsonate y Ahuachapán con 30.93%, 29.89% y 29.50% respectivamente. Por el contrario, la menor penetración se encuentra al igual que en el trimestre anterior

en los departamentos de La Unión, Cabañas y Chalatenango con 9.44%, 8.30% y 7.07% respectivamente.

Analizando el porcentaje de distribución de clientes por departamento, se puede apreciar en la tabla N°2 que la tendencia se mantiene: San Salvador con 32,045 clientes o un 30.78%, La Libertad con 12,418 clientes o un 11.93% y Sonsonate con 11,903 clientes o un 11.43% vuelven a ser los departamentos con mayor distribución de clientes a nivel nacional. De igual manera que en el trimestre anterior San Vicente, Chalatenango y Cabañas se mantuvieron en los últimos lugares de distribución de clientes a nivel nacional con 2,025 o el 1.95%, 1,022 o el 0.98% y 568 o el 0.55% respectivamente.

**Tabla N° 1 - Rango de montos desembolsados de 18 Instituciones**

| Montos desembolsados         | Número de créditos | % del Total de Clientes de 18 Instituciones |
|------------------------------|--------------------|---|
| menos de \$400.00            | 65,114             | 61.59%                                      |
| De \$400.01 a \$1,000.00     | 25,722             | 24.33%                                      |
| De \$1,000.01 a \$5,000.00   | 13,659             | 12.92%                                      |
| De \$5,000.01 a \$20,000.00  | 1,163              | 1.10%                                       |
| De \$20,000.01 a \$50,000.00 | 63                 | 0.06%                                       |
| <b>Totales</b>               | <b>105,721</b>     | <b>100.00%</b>                              |

**Tabla N° 2 - Datos de Distribución y Penetración por Departamento**

| Departamento   | Microempresas  | Créditos Activos de 18 Instituciones a junio 2002 | Clientes Activos de 18 Instituciones a junio 2002 | Porcentaje de Distribución de Clientes | Porcentaje de Penetración de Clientes |
|----------------|----------------|---|---|--|---------------------------------------|
| AHUACHAPAN     | 18,131         | 5,432   | 5,349   | 5.14%                                  | 29.50%                                |
| CABAÑAS        | 6,845          | 577   | 568   | 0.55%                                  | 8.30%                                 |
| CHALATENANGO   | 14,447         | 1,038   | 1,022   | 0.98%                                  | 7.07%                                 |
| CUSCATLAN      | 18,717         | 4,242   | 4,177   | 4.01%                                  | 22.32%                                |
| LA LIBERTAD    | 47,972         | 12,610  | 12,418  | 11.93%                                 | 25.89%                                |
| LA PAZ         | 24,639         | 7,740   | 7,622   | 7.32%                                  | 30.93%                                |
| LA UNION       | 23,398         | 2,244   | 2,210   | 2.12%                                  | 9.44%                                 |
| MORAZAN        | 12,442         | 2,578   | 2,539   | 2.44%                                  | 20.41%                                |
| SAN MIGUEL     | 36,039         | 6,269   | 6,174   | 5.93%                                  | 17.13%                                |
| SAN SALVADOR   | 174,259        | 32,541  | 32,045  | 30.78%                                 | 18.39%                                |
| SAN VICENTE    | 9,120          | 2,057   | 2,025   | 1.95%                                  | 22.21%                                |
| SANTA ANA      | 42,565         | 9,734   | 9,586   | 9.21%                                  | 22.52%                                |
| SONSONATE      | 39,820         | 12,088  | 11,903  | 11.43%                                 | 29.89%                                |
| USULUTAN       | 30,852         | 6,570   | 6,470   | 6.21%                                  | 20.97%                                |
| <b>TOTALES</b> | <b>499,246</b> | <b>105,721</b>                                    | <b>104,107</b>                                    | <b>100.00%</b>                         | <b>20.85%</b>                         |

<sup>1</sup> Para determinar el número de créditos activos, FOMIR/DAI recolecta la información de carteras de las instituciones participantes, organiza y filtra los datos para producir información base para este boletín. Para el caso del número de clientes activos, se realiza una consolidación de clientes que aparecen duplicados por manejar más de una operación en la misma institución que los reporta, sin embargo reconociendo que existen clientes que tienen operaciones con más de una institución no se puede hacer el mismo tipo de consolidación por no contar con un número único para comparar clientes entre ellas.

## Puntos Clave en los Procesos de Auditorías Externas

Una reciente consultoría de FOMIR/DAI, apunto al fortalecimiento de las auditorías externas de instituciones de microfinanzas. Esta consultoría, enfatizó la importancia de algunos puntos claves que deben ser considerados por las instituciones, comenzando por la creación de los términos de referencia para contratar a la firma auditora, la cual en la medida de lo posible debería ser avalada por la Superintendencia del Sistema Financiero, ya que estas firmas auditoras son más conocedoras de las técnicas y prácticas de auditorías para este tipo de negocios. Es importante destacar, que las auditorías deberán enfocarse en los activos de mayor riesgo, como son las carteras de créditos, asegurándose que existan las condiciones apropiadas y que una muestra representativa sea seleccionada para un correcto chequeo de la misma.

Otro de los resultados de la consultoría, señala que los informes finales de las auditorías externas tienen que considerar los estándares de contenido y formato nacionales e internacionales para instituciones de microfinanzas, por ejemplo, en el estado de resultados, los ingresos por donaciones deben estar separados de los ingresos normales de la institución y ser agregados como otros ingresos, posterior al cálculo de los resultados reales del período, además se debe incluir una línea en la que se detallen los gastos por reservas para incobrabilidad de los créditos. Otro punto clave radica en los anexos presentados junto al informe final de auditoría,

ya que estos deberán incluir estados de flujo de efectivo y de reservas para incobrabilidad de créditos, y las notas presentadas deberán contener información suficiente para aclarar cualquier consulta que surja en torno al informe final de auditoría.

En la medida que las instituciones

microfinancieras tengan en cuenta estos puntos claves, incrementarán la transparencia de su información, lo cual se convertirá en una herramienta esencial para mejorarse, ya que podrán compararse con otras instituciones del sector, y de esa forma tomar medidas o crear estrategias para incrementar su participación en el mercado local, además de atraer posibles inversionistas y de poder informar a las entidades nacionales e internacionales

interesadas en el sector de microfinanzas de El Salvador.

Como guía para obtener mejores procesos de auditoría externa de instituciones de microfinanzas, el Grupo Consultivo para la Asistencia de los Más Pobres, **CGAP** por sus siglas en inglés, ofrece en su página Web, sugerencias de los contenidos y formatos adecuados a este tipo de instituciones. La dirección electrónica [http://www.cgap.org/html/p\\_technical\\_guides/](http://www.cgap.org/html/p_technical_guides/) contiene algunos libros de trabajo tanto para las instituciones financieras que contratan el servicio de auditoría, como para las firmas auditoras encargadas de realizarlo.

### Puntos claves a considerar:

- Términos de referencia completos que contengan todas los requerimientos necesarios para ser llevados a cabo por la firma auditora contratada.
- Asegurarse de chequear una muestra adecuada de las carteras de créditos, las cuales constituyen un activo importante y de mayor riesgo para la institución.
- Los contenidos y formatos del informe final de la auditoría deberá estar apegado a los estándares nacionales e internacionales para instituciones de microfinanzas.
- Las notas y anexos deberán contener la información necesaria para que el informe final de auditoría sea transparente y refleje la verdadera situación financiera de la

## Productividad de las Instituciones

El siguiente artículo presentará la comparación de productividad que se obtuvo en las instituciones al cierre de los primeros dos trimestres del año 2002. La tabla N° 3 muestra que la tendencia es hacia la baja, exceptuando el número de clientes y el saldo máximo de cartera por agente de crédito que experimentaron un incremento en relación al trimestre anterior. En lo que respecta al número mínimo de clientes por agente de crédito este bajó de 83 a 60 clientes por agente de crédito, mientras que el número máximo aumentó de 326 a 350 clientes entre marzo y junio 2002. Analizando el promedio ponderado se verá que este también disminuye desde 245 hasta 226 clientes por promotor con saldos que van desde \$156,298 hasta \$148,808. Nuevamente, el promedio ponderado para este trimestre esta por debajo del promedio latinoamericano para instituciones de microfinanzas presentado en el *Microbanking bulletin* de noviembre 2001 y que era de 280 clientes por agente de crédito. Por su parte, el promedio institucional también disminuyó desde 204 hasta 172 clientes por ejecutivo o promotor de crédito en los trimestres que están siendo comparados. Los cambios presentados anteriormente son el resultado del incremento en el número de agentes de crédito durante el último trimestre, aumentando un 11.39%, de 395 en marzo a 440 en junio 2002, mientras que el número de clientes totales ha aumentado solamente un 3.81% desde el trimestre anterior. Estos nuevos agentes de crédito en su

mayoría aun no cumplen con la cuota de clientes que se les ha requerido y esto hace que los promedios y mínimos disminuyan. En contraste, el aumento en el número de clientes y cartera máximos por promotor o ejecutivo de crédito se debe a una institución que presentó un mayor aumento en la colocación de créditos mientras que contrató menos promotores

nuevos, dicha institución sobrepasa en un 25% el promedio latinoamericano.

Vale mencionar, que el porcentaje de agentes de crédito con relación al personal total de

las instituciones presentó un valor de 49.10% lo cual corrobora el aumento de oficiales o promotores de crédito, ya que en el trimestre anterior solamente se contaba con un 46.36% de agentes de crédito en relación al personal total.

| Tabla N° 3 - Productividad de Promotores o Ejecutivos de Credito |   |  |   |  |
|--|---|--|---|--|
| Items  | Mar-02                                      |  | Jun-02                                      |  |
|  | Clientes Activos por cada Agente de Crédito | Saldo de Cartera Total / Agente de Crédito | Clientes Activos por cada Agente de Crédito | Saldo de Cartera Total / Agente de Crédito |
| Minimo   | 83  | \$ 20,058.19                               | 60  | \$ 15,085.00                               |
| Maximo   | 326   | \$ 325,606.35                              | 350   | \$ 348,654.00                              |
| Promedio Institucional   | 204   | \$ 110,814.23                              | 172   | \$ 107,157.00                              |
| Promedio Ponderado   | 245   | \$ 156,298.48                              | 226   | \$ 148,808.00                              |
| Promedio Latinoamericano *                                       | 280   |  | 280   |  |

\*MicroBanking Bulletin, noviembre 2001

### Instituciones que aportan datos a esta edición de *MicroEnfoque*

ADEL Morazán Créditos  
Asociación Salvadoreña de Extensionistas Empresariales del INCAE (ASEI)  
Banco Agrícola\*  
Banco Salvadoreño\*  
Caja de Crédito Acajutla\*  
Caja de Crédito Metropolitana\*  
Caja de Crédito Usulután\*  
Caja de Crédito Zacatecoluca\*  
Caja de Crédito de Santiago Nonualco\*  
Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM)  
Cooperativa Financiera Principal (ACACSEMERSA de R.L.)\*  
Cooperativa Financiera Unión (ACACU de R.L.)\*  
Cooperativa Financiera Dinámica (ACCOVI de R.L.)\*  
ENLACE - CRS  
Financiera CALPIA  
Fondo Solidario para la Familia Microempresaria (FOSOFAMILIA)  
Fundación José Napoleón Duarte (FJND)  
Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI)

\* Solamente aportan datos de sus carteras de microfinanzas.

### MicroEnfoque

Una publicación trimestral del proyecto FOMIR-DAI patrocinada con fondos de USAID/EI Salvador

Editor Técnico: Robin Young  
Artículos y Diseño: Francisco Hernández

FOMIR/DAI  
3a Calle Poniente N° 3977 Col. Escalón  
San Salvador, El Salvador  
Teléfono: (503) 264-3681 al 83  
Fax: (503) 263 - 4706

Correo electrónico: francisco\_hernandez@dai.com

### En la próxima edición ...

- Distribución geográfica de los clientes.
- Productividad de las instituciones.
- Políticas de reservas para incobrabilidad de créditos

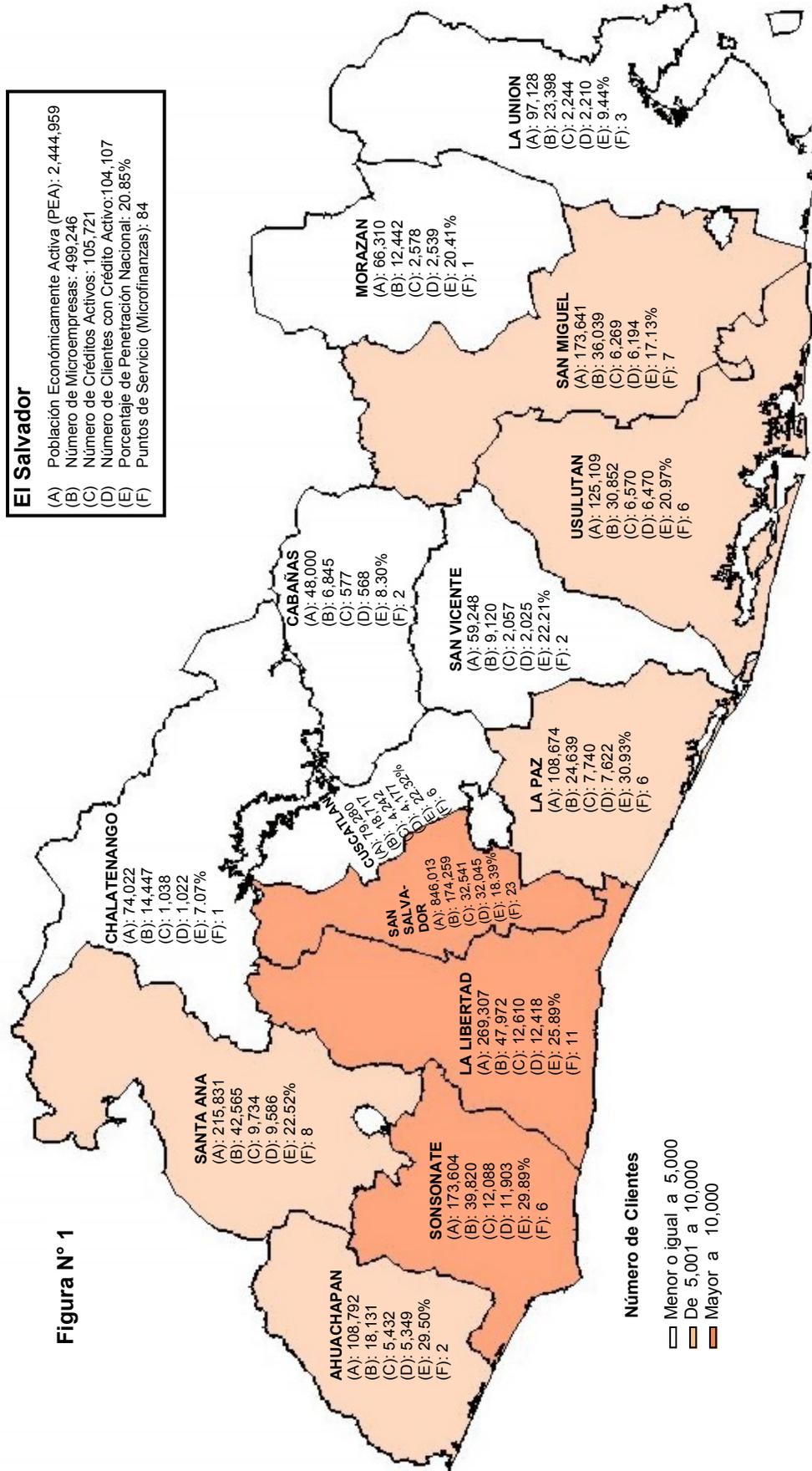
Auspiciado por:

**FOMIR - DAI** DEVELOPMENT ALTERNATIVES, INC.  
FORTALECIMIENTO DE LAS MICROFINANZAS RURALES



## Localizando el mercado microfinanciero

La Figura N° 1 muestra la población económicamente activa (PEA), el número de microempresas estimado por la Comisión Nacional de la Micro y Pequeña Empresa (CONAMYPE), el número de créditos y clientes activos de microfinanzas, el porcentaje de penetración de mercado y el número de puntos de servicio a junio 2002 ( de las 18 instituciones que aportan datos a este boletín).



Fuentes: Número de microempresas CONAMYPE, usando datos de la Encuesta Microempresarial de 1999 de FOMMI / DIGESTYC; Base de datos de FOMIR/DAI utilizando las carteras activas de microfinanzas vigentes a junio 2002 para 18 instituciones; Para los bancos participantes se cuenta únicamente las agencias que ofrecen programas de microcrédito.