

# Reporte de crédito pyme 2018

# CONTENIDO

Resumen Ejecutivo	01
Diagnóstico de las pymes en México	04
Retos y oportunidades	08
Condiciones de crédito en el sector	10
Conclusiones	14

# C1 RESUMEN EJECUTIVO

El Reporte de Crecimiento de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas en México, muestra las condiciones a las que se enfrentan los negocios para impulsar su desarrollo.

El estudio muestra opiniones y vivencias de 513 empresarios mexicanos, las cuales fueron recabadas a través de una encuesta 100% en línea. Para complementar el estudio, se entrevistaron a expertos en pymes, catedráticos y servidores públicos quienes aportaron su experiencia y conocimiento

Para términos de este estudio se utilizan dos condiciones para clasificar a las empresas, i) número de empleados y ii) ventas anuales; donde se identifica como micro empresa, aquellas con menos de 5 empleados y hasta 500 mil pesos de ventas anuales; como pequeña empresa, aquellas con 6 a 10 empleados y ventas anuales de más de 500 mil pesos pero menos de 1.5 millones de pesos; y como mediana empresa, aquellas de 11 y hasta 100 empleados y ventas anuales hasta por 3 millones de pesos. Tomando en cuenta esta clasificación y de acuerdo a los resultados de la encuesta, los 5 hallazgos más relevantes son:

## ■ Retos de Negocio

Se identificaron 2 principales retos que enfrentan las pymes en su gestión: **velocidad de crecimiento y escalabilidad**, el cual se refleja en un rápido estancamiento de ventas, mismo que se mantiene tras el paso de los años; así como en la **dificultad para aterrizar planes estratégicos y ejecutarlos**, lo cual genera un enfoque en el corto plazo que termina limitando su potencial.

## ■ Necesidades de Crédito

7 de cada 10 empresarios y emprendedores señalan que la falta de acceso a crédito es la principal limitante de su crecimiento; no obstante, el 41.8% de los encuestados cuenta con crédito bancario y/o crédito otorgado por instituciones financieras no bancarizadas; así mismo, los principales atributos que busca un empresario al momento de elegir crédito son: rapidez en el trámite del crédito, pocos requisitos y tasa de interés accesible.

## ■ Uso del crédito para rumbo estratégico del negocio

A pesar de que el 100% de los encuestados menciona tener claro el uso que le dan a un crédito antes de solicitarlo, **solo el 50.48% lo utiliza realmente para alcanzar sus objetivos estratégicos.**

## ■ Uso del crédito.

### Liquidez vs Estabilidad de Largo Plazo

El reporte muestra cómo las empresas encuestadas enfocan sus necesidades de financiamiento para cubrir necesidades a corto plazo y no perder liquidez. **Solo el 45.89% de las micro, pequeñas y medianas empresas utilizan el crédito para impulsar el crecimiento de sus negocios.**

## ■ Falta de Capital

A pesar de los programas de financiamiento del Gobierno y los Fondos de Capital Semilla para impulsar a emprendedores y negocios en etapas tempranas, existe un desconocimiento por parte de los dueños de las micro, pequeñas y medianas empresas para atraer capital. **Hay una confusión generalizada entre el uso del crédito y el uso del capital.**

En México existen **4.2 millones de unidades económicas**, de las cuáles el **99.82%** son consideradas **pequeñas y medianas empresas** y generan el **75% del empleo del país.**<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Encuesta Nacional sobre Productividad y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (INEGI)



# 02 DIAGNÓSTICO DE LAS PYMES EN MÉXICO

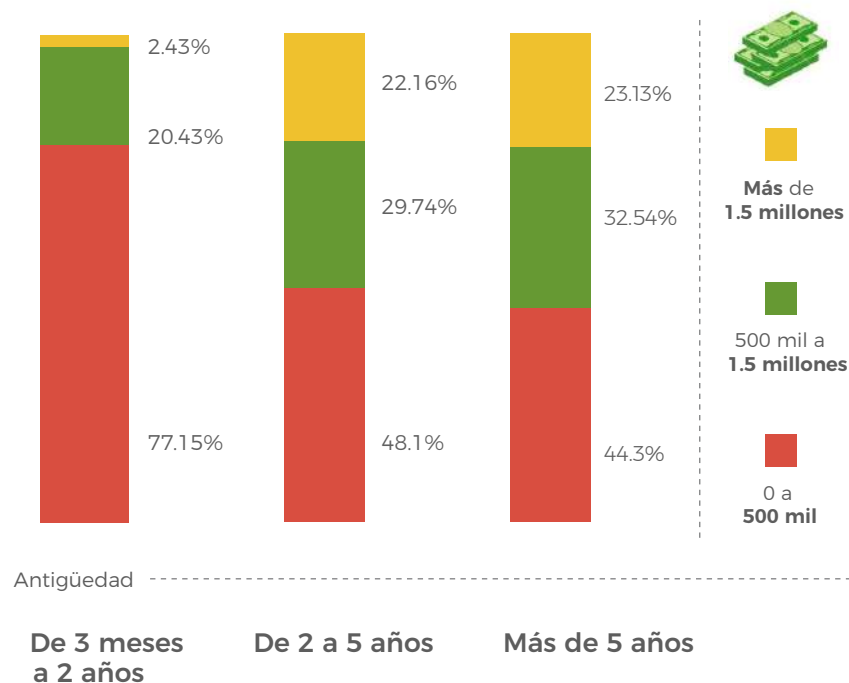
A pesar de la importancia que tienen en la generación de empleos, existe un crecimiento limitado en sus ventas tras el paso de los años como negocio, lo cual se explica por un enfoque táctico y de corto plazo, mas no estratégico. De acuerdo a los resultados de la encuesta, dicho diagnóstico se sustenta con los siguiente:

## Velocidad de crecimiento y escalabilidad

Cerca de un 50% de las empresas encuestadas muestran que su producción o el tamaño de su base de clientes no ha logrado escalar con el paso de los años; dando como resultado la falta de crecimiento en el volumen de ventas que generan anualmente.

En el Gráfico 2.1 - Total de ventas anuales vs antigüedad del negocio, podemos observar que un 66% de las empresas con menos de 2 años declara ventas menores a 500 mil pesos anuales (en promedio 42 mil pesos mensuales), a medida que la antigüedad de la empresa crece también el volumen de ventas, mostrando que la prevalencia de las empresas se refleje en un mayor número de clientes y transacciones. Sin embargo, el 44% de las empresas de más de 5 años, continúan con un volumen de ventas estancado en 500 mil pesos anuales.

Gráfico 2.1 Total de ventas anuales vs antigüedad de negocio

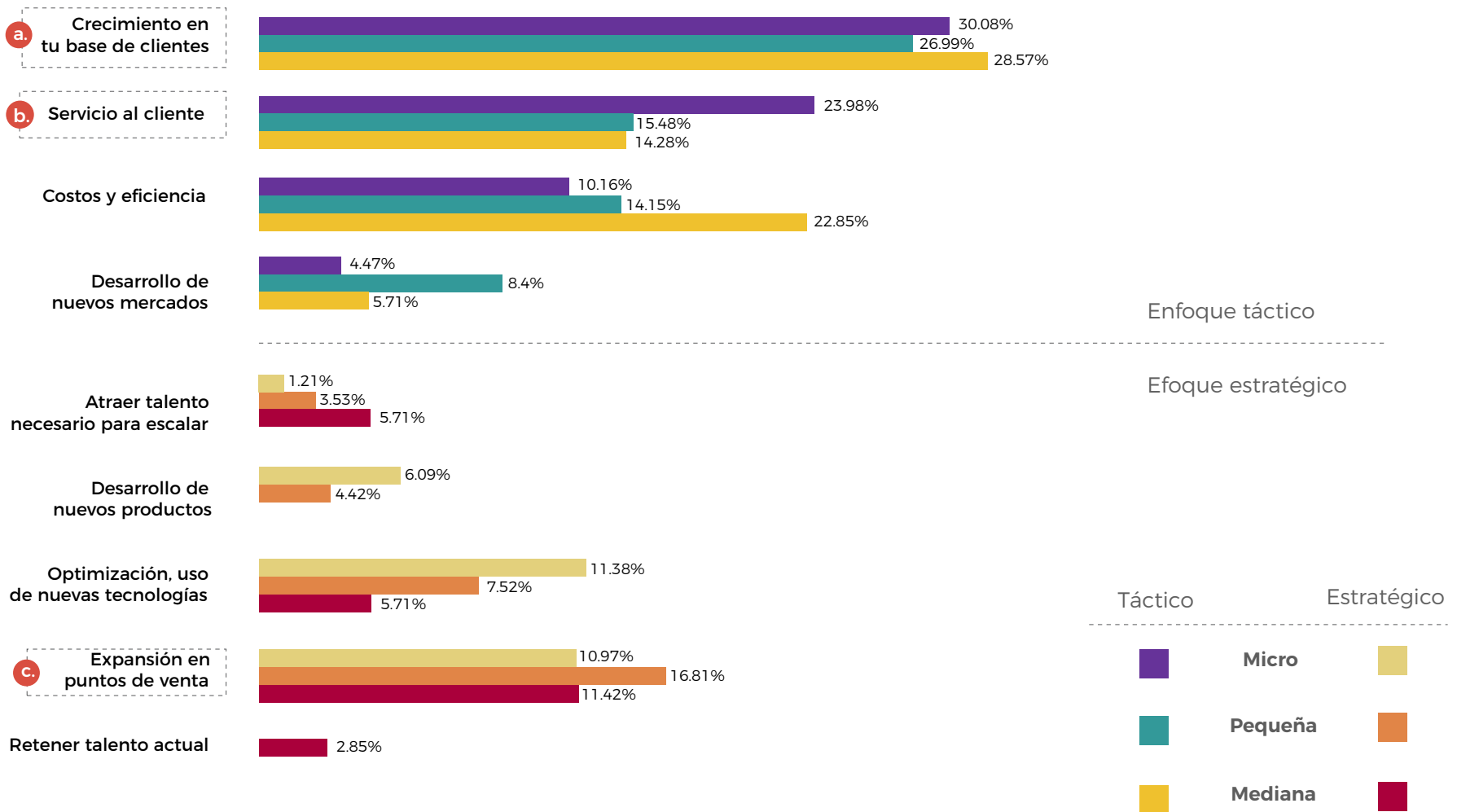


## Enfoque Táctico y de Corto Plazo

Con el objetivo de entender en forma más profunda los retos de los empresarios y cómo estos afectan su ejecución, les pedimos realizar una auto evaluación de sus prioridades estratégicas, limitantes y retos, las respuestas arrojan 3 aspectos en común:

**Poca profundidad en sus prioridades de negocio**, las cuales no cambian según el tamaño o la antigüedad de los negocios, los empresarios se enfocan en prioridades a corto plazo y de tipo táctico, tales como: **Crecimiento en base de clientes, Costos, y Servicio al cliente**. Mientras que elementos estratégicos relacionados con la permanencia a largo plazo, y un retorno futuro mayor, mismos que pueden detonar los cimientos de una expansión acelerada, tales como; el uso de tecnología, innovación, y más importante la atracción de talento y de capital; está presente en la estrategia de tan solo 16% de los empresarios encuestados.

Gráfico 2.2 Prioridad vs Tamaño del negocio

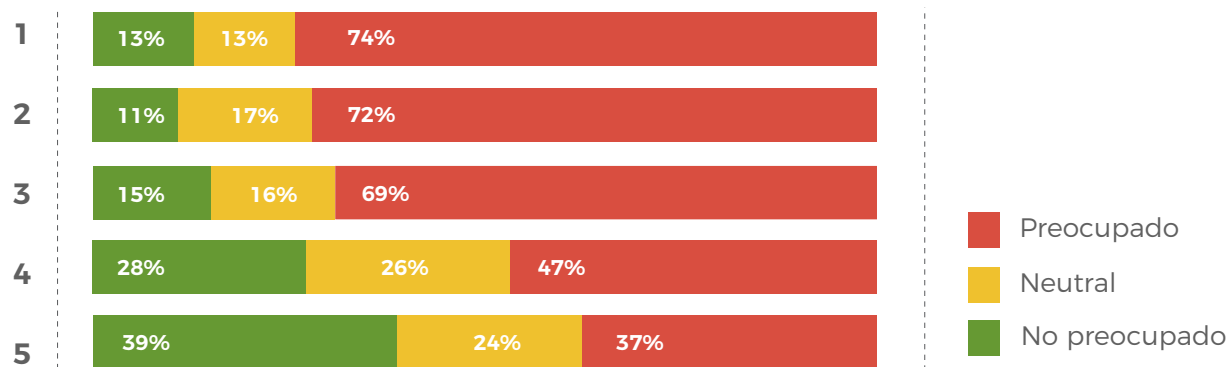


Con las respuestas obtenidas en nuestra encuesta, comparamos los planes estratégicos y el enfoque que 869 fundadores de pequeñas empresas estadounidenses declararon en la encuesta State of Startups del sitio Firstround.com, con las prioridades de los 500 encuestados en este reporte.

Pudimos observar contrastantes diferencias en relación a las prioridades de negocio, donde los fundadores de empresas americanas enfocan sus esfuerzos en atraer capital, talento y utilizar tecnología para crecer; al contrario de los emprendedores en México.

La gráfica siguiente muestra donde está la mayor preocupación de los empresarios y en donde enfocarán sus recursos durante 2018. Reveladoramente, la prioridad número 1 se enfoca en contratar al mejor equipo, mientras que la prioridad 4 es levantar capital que les permita crecer.

- 1) Atracción de Talento
- 2) Crecimiento de ingresos
- 3) Adquisición de Clientes
- 4) Atracción de Capital
- 5) Retención de Clientes



En conclusión, las empresas mexicanas no han logrado alinear sus planes estratégicos de largo plazo con sus objetivos tácticos e inmediatos de corto plazo, como son **la adquisición de nuevos clientes y el crecimiento de sus ventas vs contratación de talento y la búsqueda de capital semilla**. Esta falta de alineación en sus prioridades ha generado un estancamiento en sus ingresos y ha impedido que su negocio escale a la velocidad deseada.

El crecimiento buscado sólo será posible al invertir en talento capacitado y tecnología que permita optimizar procesos, pero al mismo tiempo expandir su cartera de productos y clientes. Los emprendedores deben promover un equilibrio en el tiempo que asignan a tareas tácticas y no postergar aquellas tareas que se reflejarán en un crecimiento exponencial.

La búsqueda de inversionistas y programas de financiamiento del Gobierno y los Fondos de Capital Semilla deben ser una prioridad estratégica, ya que en los negocios en etapas tempranas existe un desconocimiento por parte de los dueños de las micro, pequeñas y medianas empresas para atraer capital.







## RETOS Y OPORTUNIDADES

En esta sección se muestran los retos que los empresarios exponen acerca de la situación de sus negocios y aquellas limitantes que ponen un freno en su crecimiento. La información esta presentada de tal forma que puedan realizarse comparaciones según el tamaño de la empresa.

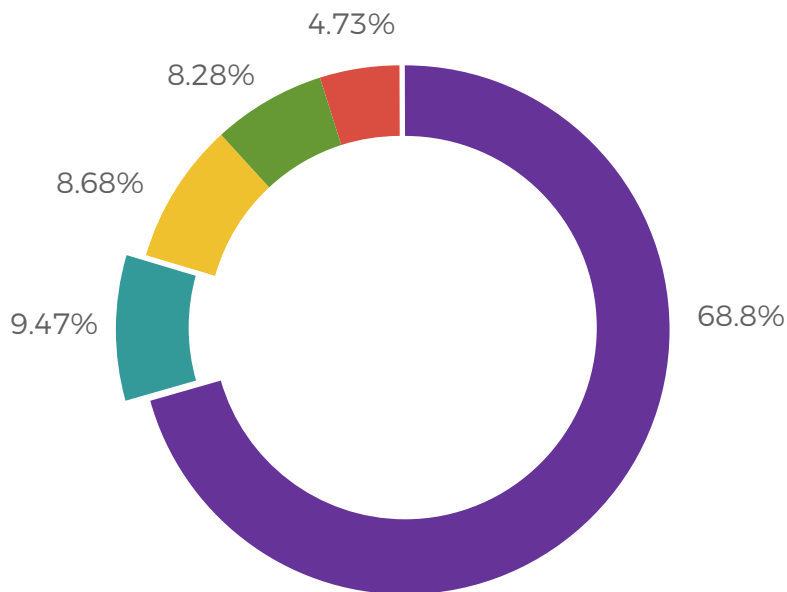
De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada, los principales desafíos a los que se enfrentan los empresarios son:

**Falta de acceso a crédito (68%)**

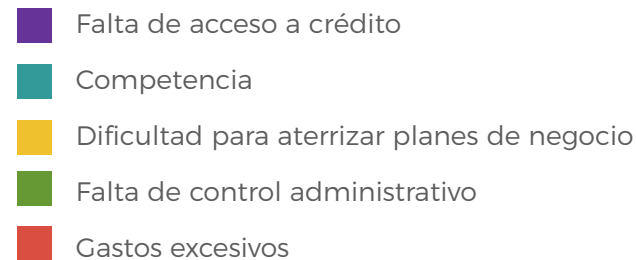
**Competitividad frente a las grandes empresas (9.47%)**

**Dificultad para aterrizar sus planes de negocio (8.68%)**

**Falta de control administrativo (8.28%)**



**Gráfico 3.1 Acciones que frenan el crecimiento de los negocios**



Al analizar esta información, podemos asociarla con el Diagnóstico General de la Sección 2, donde hemos identificado que un reto primordial para los empresarios mexicanos es trabajar no solo en la obtención de crédito, sino en la atracción de capital semilla para sus proyectos; donde la atracción de capital, también les proveerá de consejo y consultoría de inversionistas, afinando con ello la visión de largo plazo, planes de negocio y gestión general.

Para entender mejor la falta de acceso a crédito, razón que conforma el reto más importante según 68% de los empresarios, dedicaremos la sección 4 del estudio para profundizar en el tema y entender las necesidades, tipos de crédito y uso que le dan las pymes a esta herramienta de crecimiento.

Continuando con los retos que deben superar internamente, al agrupar las respuestas por tamaño de la empresa; podemos darnos cuenta que los principales frenos del crecimiento de las pymes se concentran en procesos internos y de gestión.

Según Ivan Rivas, Director General del Centro de Competitividad de México, **“las pymes necesitan consolidarse como empresas teniendo una mejor administración, tener un organigrama, metas, indicadores, hay pymes de todo pero hay que ir las alzando en su madurez, administración y operación”**.

Una diferencia notable que pudimos detectar es que mientras más grande sea la empresa, el porcentaje de empresarios que eligen como limitante la falta de crédito se reduce y la competencia tiene mayor peso en sus planes de desarrollo.

	Micro	Pequeño	Mediano
Falta de acceso a crédito	70.7%	68.6%	57.1%
Competencia	8.94%	9.73%	22.9%
Dificultad para aterrizar planes de negocio	8.54%	8.41%	11.4%
Falta de control administrativo	6.91%	8.41%	5.71%
Gastos excesivos	4.88%	4.87%	2.86%

Las respuestas de los empresarios reflejan como a medida que los ingresos y el negocio crecen, administrarán retos más complejos como el adecuado balance entra la gestión de corto plazo y el diseño estratégico de largo plazo, lo cual se traducirá directamente en su competitividad en el mercado.

Como reflexión final al reto de Competitividad, nos parece adecuado considerar el comentario de Alejandro Delgado, Presidente del INADEM, **“uno de los grandes retos de la pymes es la adaptación tecnológica y la innovación en sus procesos”**.

Para minimizar el impacto de la competencia y mantener un crecimiento agresivo, los emprendedores deben concretar una oferta de valor que les permita diferenciarse y competir directamente contra los grandes jugadores del mercado; para ello, será primordial implementar tecnología, atraer talento y usar nuevos procesos lo cual producirá una mejora en calidad, precio y fechas de entrega; dándoles acceso a nuevos mercados.

# C4 CONDICIONES DE CRÉDITO EN EL SECTOR

Hemos dedicado esta sección para hablar de las condiciones de crédito a pymes y entender las razones de fondo por las que 7 de cada 10 empresarios atribuyen la poca oferta de crédito para sus negocios como una limitante de crecimiento.

Entrando a mayor profundidad en los resultados, observamos que 4 de cada 10 pymes cuentan con crédito bancario y/o crédito otorgado por instituciones financieras no bancarizadas, de los cuáles solo el 20% lo solicita a nombre del negocio. Lo cual plantea la siguiente hipótesis: Existe una oferta de crédito general, sin embargo no se alinea a las necesidades reales de los empresarios.

En México existe una escasez de ofertas de crédito específicas para cubrir las necesidades de este segmento. El crédito para pymes es considerablemente más caro que el crédito para empresas grandes y corporativos, mientras que causas como un mal historial crediticio, una doble contabilidad fiscal y un escaso conocimiento del análisis financiero; hacen que se vuelva aún más complicado para este segmento obtener financiamiento.

Por otra parte, la banca tradicional conserva procesos rigurosos para evaluar el riesgo financiero y brindar respuesta ágil a sus clientes. Según palabras del Mtro. Miguel G. Ibarra, Coordinador del Centro de Estudios Financieros y de Finanzas Públicas de la Universidad Nacional Autónoma de México

“Los bancos actualmente son instituciones muy poco flexibles, son muy grandes, burocráticas y tiene un aparato muy costoso. Es decir, les cuesta lo mismo atender un crédito de un millón de pesos que uno de cien mil, porque el trabajo que tienen que hacer es el mismo, entonces prefieren atender créditos más grandes”.

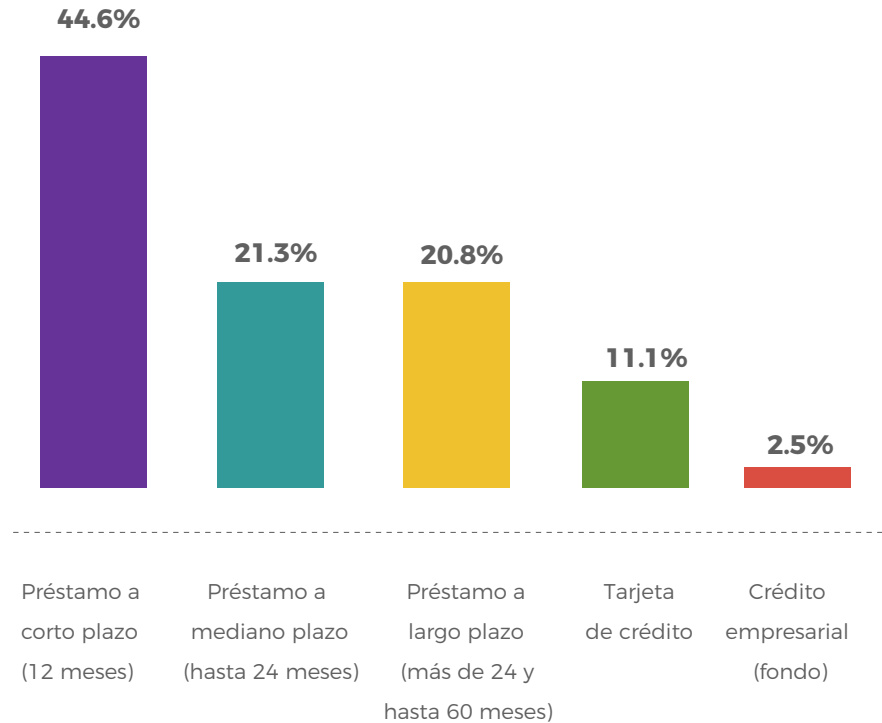
Utilizando los datos recopilados en la encuesta, nos enfocamos a analizar 2 elementos más para validar la hipótesis planteada al inicio de la sección.

**i. el uso que los empresarios darán o han dado al crédito**  
**ii. qué atributo valoran más en las ofertas de crédito disponibles**

## 4.1 Relación entre tipo de crédito que obtienen y su uso

El crédito personal se ha convertido en la principal fuente de financiamiento para las pymes, 8 de cada 10 empresarios solicitan financiamiento a su nombre para invertir en su negocio. Con relación al instrumento financiero adquirido, el préstamo a corto plazo (44.6%) es el más utilizado por las micro, pequeñas y medianas empresas. El desglose se muestra en la gráfica 4.1 Tipo de crédito solicitado.

#### 4.1 Tipo de crédito solicitado



Empezaremos con el uso que los empresarios dan al crédito, y para hacer más profundo el análisis, hemos unido las respuestas de uso del crédito con las relacionadas al plazo contratado de financiamiento, para después entender si el crédito se ha ligado a las prioridades estratégicas enumeradas en la sección 2 de este estudio.

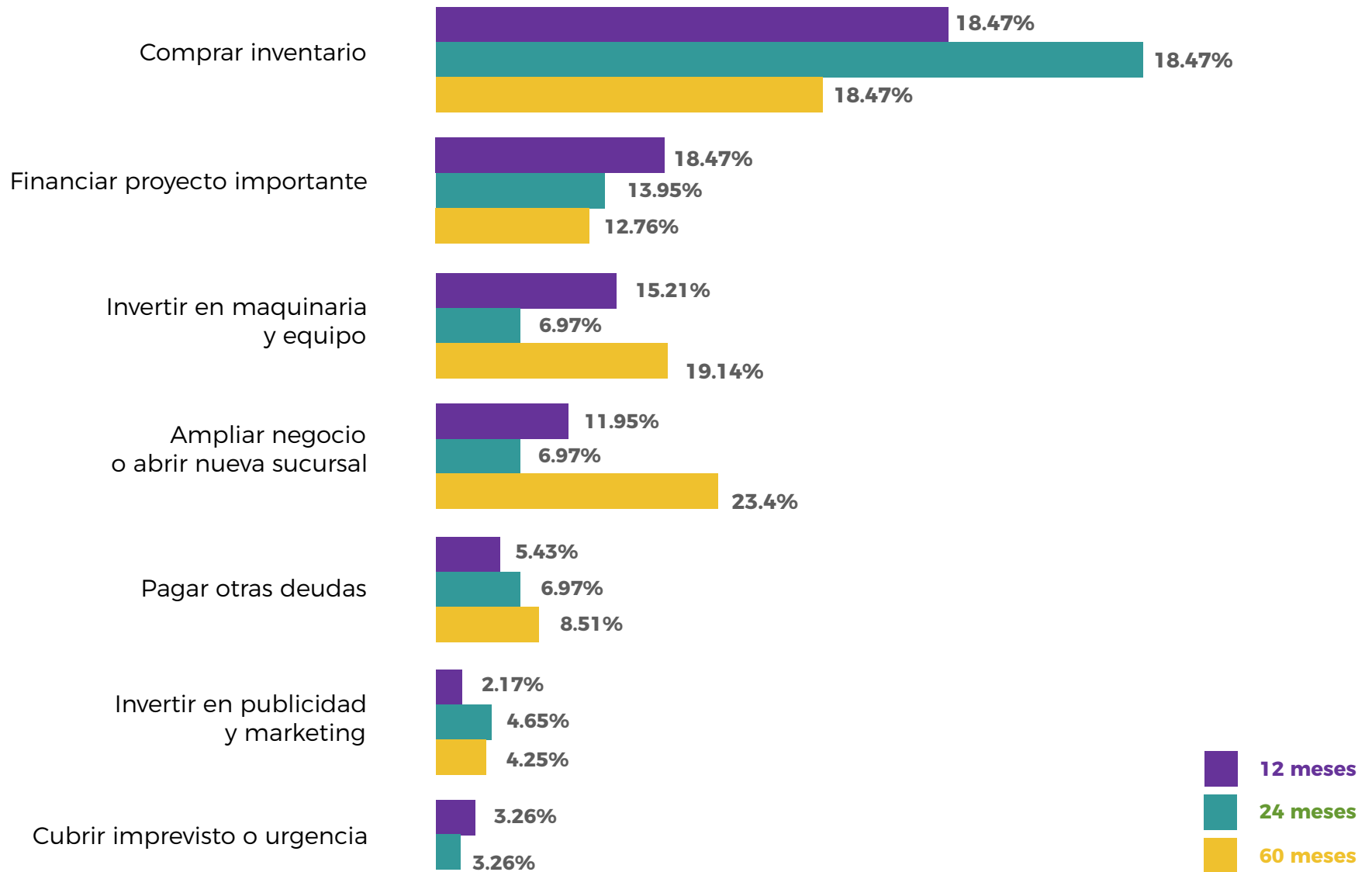
**La primer conclusión es reveladora, no importando el plazo de contratación (ya sea en 12, 24 o 36 meses) el ~40% de los empresarios usan el crédito para comprar inventarios ó materia prima, mientras que apenas un 20% usó el crédito en objetivos de corte estratégico o enfocados a mejorar su competitividad, como son compra de nueva maquinaria ó apertura de nuevos puntos de venta. También destaca que cerca de un 10% de los empresarios declara que usaron el crédito para pagar otras deudas ó cubrir imprevistos.**

En la siguiente gráfica, (4.2) también se concluye que existe una planeación financiera incorrecta por parte de los empresarios, **ya que utilizan plazos desde 12 hasta 36 meses para financiar compra de materia prima e inventario, siendo plazos muy largos que no pueden estar alineados a sus ciclos de venta.**

Como se puede observar, aquellas pymes que tienen acceso a crédito, están teniendo una mala planeación financiera y están utilizando el financiamiento en proyectos incorrectos. El crédito es usado para cubrir una falta de liquidez y no en proyectos de crecimiento.

La situación se complica aún más al comparar los usos del crédito contra las prioridades estratégicas que los empresarios declararon; se puede identificar un rompimiento entre el uso real y la necesidad declarada en la siguiente gráfica:

Gráfico 4.2 Uso de los préstamos a corto (hasta 12 meses), mediano (hasta 24 meses) y largo plazo (hasta 36 meses)

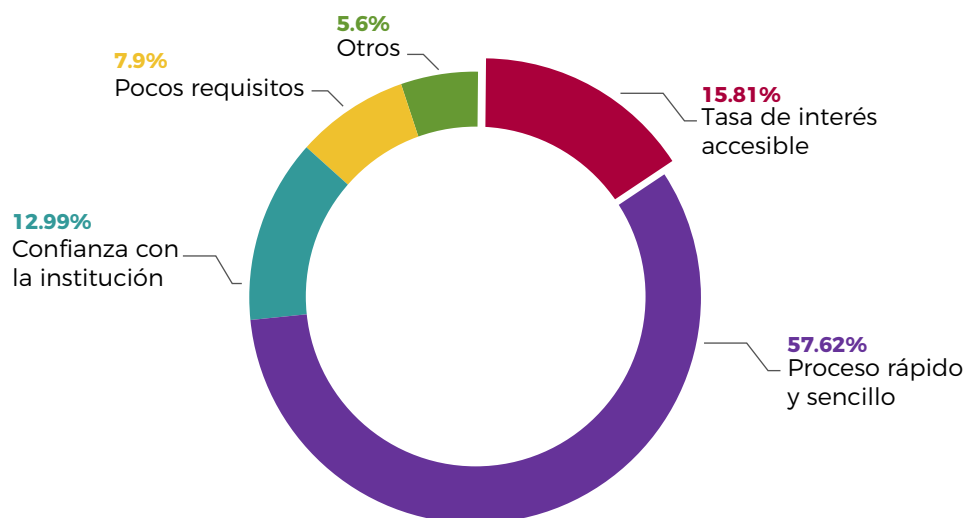


## 4. 2 Necesidades de crédito de las pymes

Como revisamos en las Condiciones de Crédito del sector, los dueños de pymes consideran el crédito como un obstáculo para el desarrollo de su empresa y aún existen diferentes limitantes que no les permiten obtener crédito, en específico el bancario.

Para lograr reducir la brecha financiera que existe en el país, es necesario que las instituciones adapten sus procesos para entender a fondo las necesidades de los negocios y ofrecer productos a la medida que les permitan realmente utilizar el financiamiento como una herramienta de crecimiento.

El gráfico 4.3 muestra los principales atributos que los empresarios señalan como más importantes al elegir financiamiento. **Un proceso rápido y sencillo, tasas de interés accesibles y la confianza con la institución financiera son los atributos con mayor peso para este sector.**



Al segmentar las respuestas, podemos observar que sin importar el tamaño de la empresa, el atributo con mayor peso para los empresarios es un proceso rápido y sencillo. Como segundo atributo, mientras más grande sea una empresa mayor peso da a la tasa de interés.

	Pequeño	Micro	Mediano
Proceso rápido y sencillo	54%	65%	58%
Tasa de interés accesible	8%	8%	25%
Confianza con la institución	23%	22%	8%
Pocos requisitos	8%	3%	8%

Esto es entendible, ya que entre más pequeña y joven es una empresa, su probabilidad de obtener financiamiento en México se reducen, lo que hace que estén dispuestas a pagar una tasa de interés un poco más alta para financiar sus proyectos.

Según Judith Doens, Profesora de Incubación y Fuentes de Financiamiento en el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey, “el principal reto de las instituciones financieras, es lograr entender las necesidades de este sector, que como hemos revisado, es muy diferente entre una micro y una mediana empresa. Se debe trabajar en adaptar los procedimientos para ofrecer productos financieros especiales para cada tipo de empresa”.

**El crédito debe ser utilizado  
para el crecimiento,**

no para un gasto corriente;  
tiene que ser utilizado para una  
nueva línea de producción,  
para un nuevo equipamiento o  
para ampliación de capital de  
trabajo para que se pueda  
atraer más talento, pero

**no puede ser utilizado para  
sustituir una falta de ingresos,  
eso es lo que hace el capital.**

Alejandro Delgado, Presidente del Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM)



# C5 CONCLUSIONES

Podemos determinar que, aunque las pymes son más dinámicas y pueden adaptarse fácilmente a nuevos procesos debido a su tamaño. Aún existen retos de gestión que deben superar para lograr un crecimiento exponencial.

Como resultado del reporte podemos afirmar que:

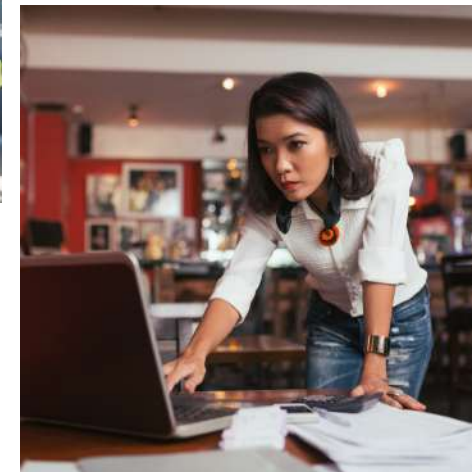
## 1 Falta de visión estratégica a largo plazo

El estancamiento en el crecimiento actual, se puede atribuir a una falta de visión estratégica que ocasiona que enfoquen sus recursos en la operación del día a día y descuiden aquellas actividades que generarán un impacto mayor a largo plazo. El dueño de pyme se concentra en objetivos a corto plazo y no piensa en un escalamiento exponencial.

## 2 Atracción de capital

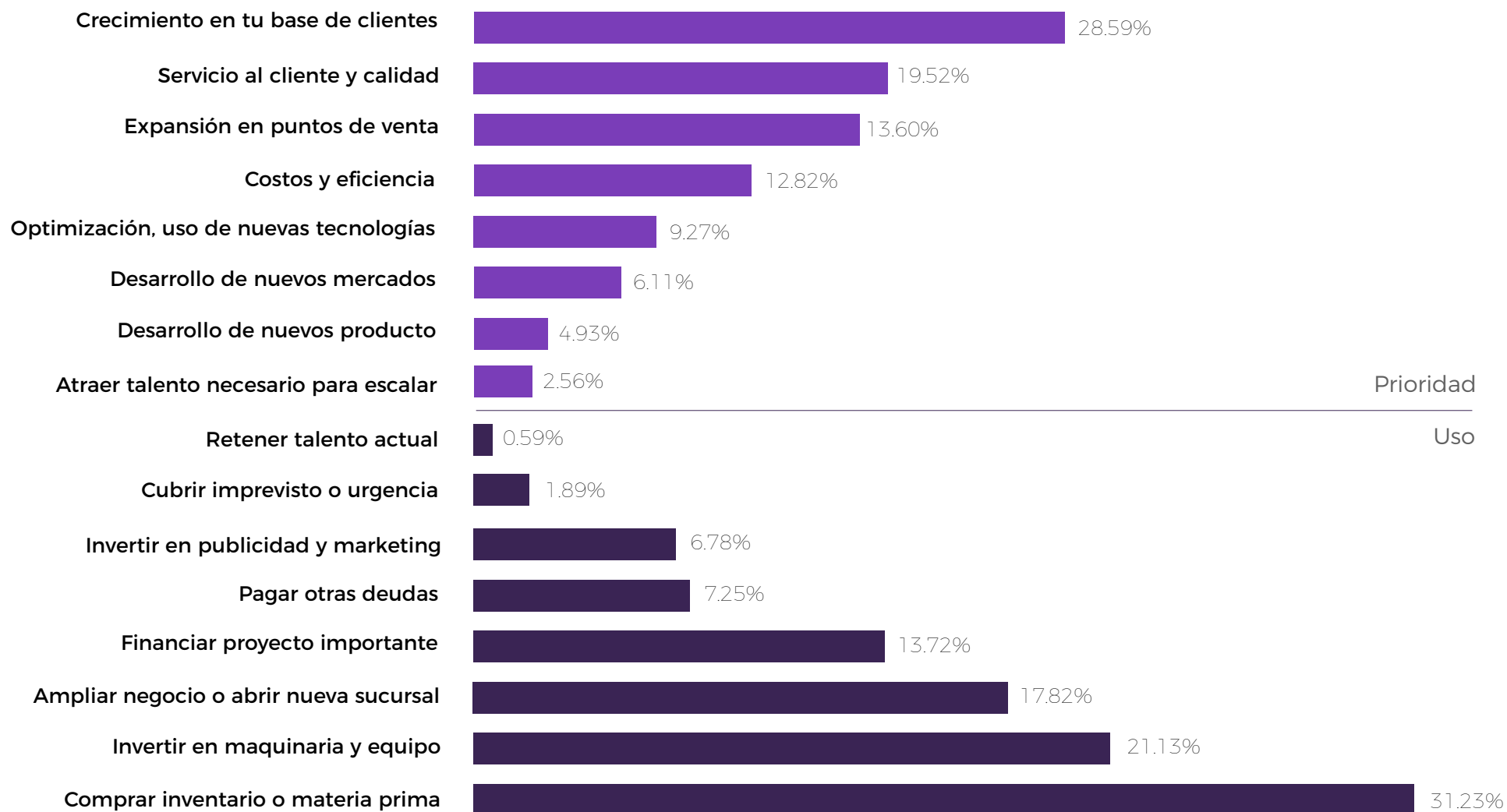
En los negocios en etapas tempranas, existe un desconocimiento por parte de los dueños de las pymes sobre programas de financiamiento del Gobierno y los Fondos de Capital semilla. La atracción de capital debe ser una prioridad estratégica para el negocio. Con ello, los emprendedores podrán afinar su visión y planes de largo plazo, con la experiencia y consejos de inversionistas.

**44%** de las empresas de más de 5 años mantienen estancado su crecimiento en ventas.



### 3 Crédito sin rumbo

La falta de acceso a crédito es el principal freno del crecimiento de las pymes, sin embargo las empresas que tienen acceso no lo utilizan para alcanzar sus objetivos estratégicos. El crédito es usado para cubrir una falta de liquidez y no para proyectos que les permita acelerar el crecimiento.



Solo el 16% de los encuestados invierten en tecnología y talento.

#### 4 Escasez de inversión en talento y tecnología

El estancamiento en el crecimiento actual, se puede atribuir a una falta de visión estratégica que ocasiona que enfoquen sus recursos en la operación del día a día y descuiden aquellas actividades que generarán un impacto mayor a largo plazo. El dueño de pyme se concentra en objetivos a corto plazo y no piensa en un escalamiento exponencial.

