

Microfinanzas PR Puerto Rico

Caracterización por las principales dimensiones de vulnerabilidad de los clientes nuevos que contrataron su primer crédito durante 2015, y de los clientes totales que a cierre de 2015 tenían un crédito vigente con la entidad.

Más adelante en el capítulo se ve con más detalle cómo son los clientes, a qué se dedican, y cómo se han desarrollado. Las líneas conservan las proporciones correspondientes.

1.112

Cientes totales

570

Cientes nuevos

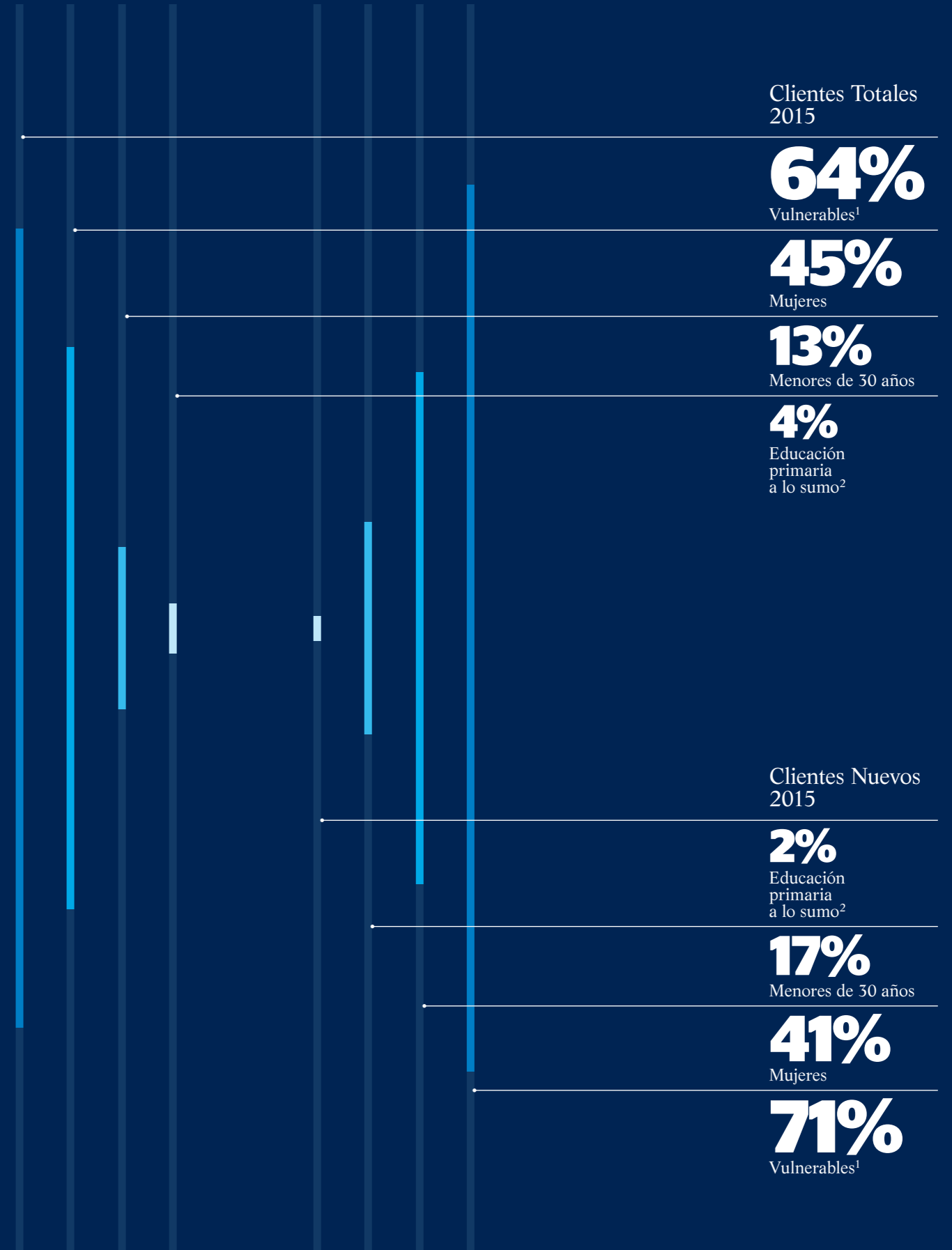
1_De acuerdo a las líneas de pobreza oficiales establecidas por Puerto Rico, (diferenciando entorno rural y urbano).

Fuente: Censo de los EEUU. El ingreso per cápita del hogar estimado a partir del excedente del negocio dividido entre los

integrantes del hogar. Se considera como segmento vulnerable a aquellos clientes cuyo ingreso per cápita está sobre

la línea de pobreza pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar la línea de pobreza por 3.

2_Proporción sobre el total de clientes de activos que tienen, como máximo, educación primaria completa.



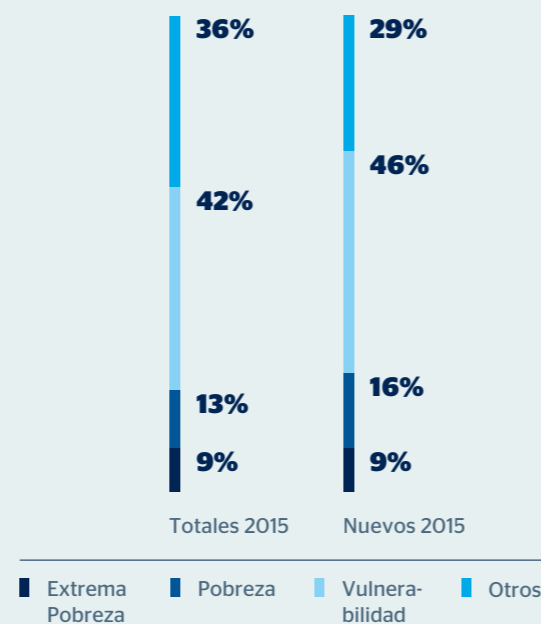
Nuestros clientes y nuestra escala

Microfinanzas PR

mantiene su foco en atender a las emprendedoras y emprendedores de bajos ingresos en Puerto Rico.

El **64%** de sus clientes se encuentra en **situación de vulnerabilidad monetaria.**

Vulnerabilidad monetaria¹



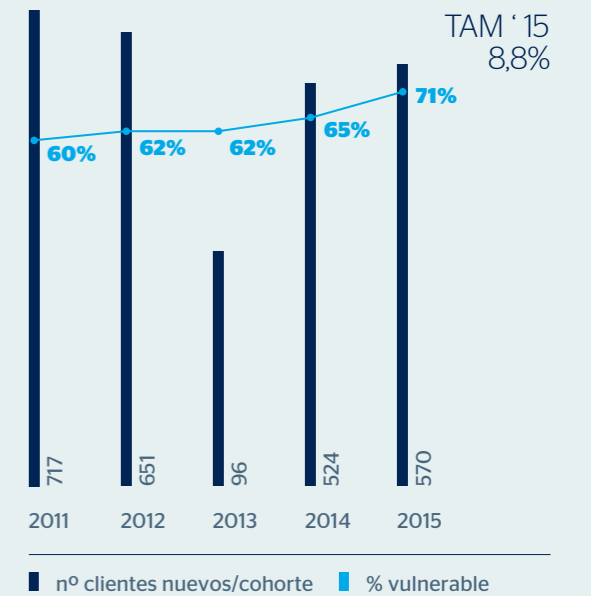
Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

1_De acuerdo a las líneas de pobreza oficiales establecidas por Puerto Rico, (diferenciando entorno rural y urbano). Fuente: Censo de los EEUU. El ingreso per cápita del hogar estimado a partir del excedente del negocio dividido entre los integrantes del hogar. Se considera como segmento vulnerable a aquellos clientes cuyo ingreso per cápita esta sobre la línea de pobreza pero por debajo del umbral que se obtiene al multiplicar la línea de pobreza por 3.

2_Considera la entrada de clientes nuevos durante el año.

Se observa una **tendencia creciente en la captación de clientes nuevos** en los últimos años, **en especial de clientes vulnerables.**

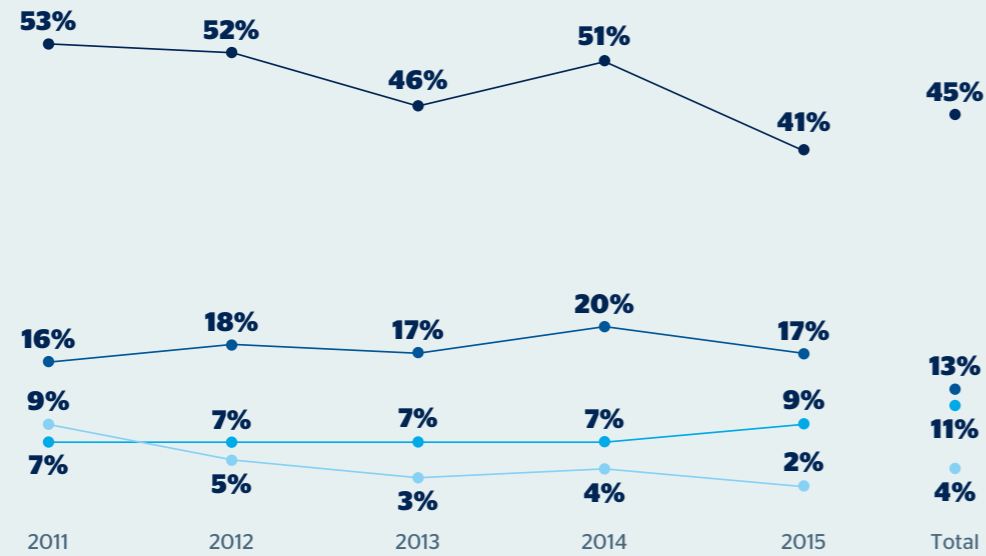
Clientes nuevos de activo²



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

- Si bien casi la mitad de los clientes son mujeres, en los últimos años se observa un aumento de la proporción de clientes hombres. (ver siguiente página)
- El peso que representa la cuota del crédito sobre el nivel de ventas mensuales de los clientes nuevos al comenzar su relación con la entidad se ha mantenido estable alrededor del 6% en los últimos años. (ver siguiente página)

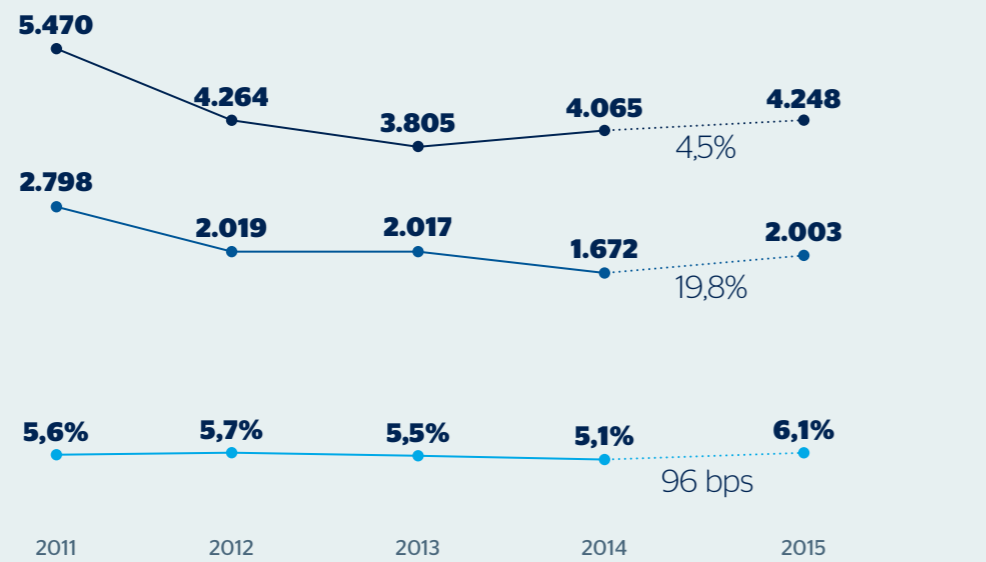
Perfil de nuestros clientes nuevos de activo ²



■ % Mujeres ■ % Menos 30 años ■ % Más 60 años ■ % con ed. primaria a lo sumo

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Ventas, desembolso y cuota s/ventas de clientes nuevos ²



■ Promedio ventas (USD) ■ Promedio desembolso (USD) ³ ■ Peso cuota sobre ventas (prom.) ⁴

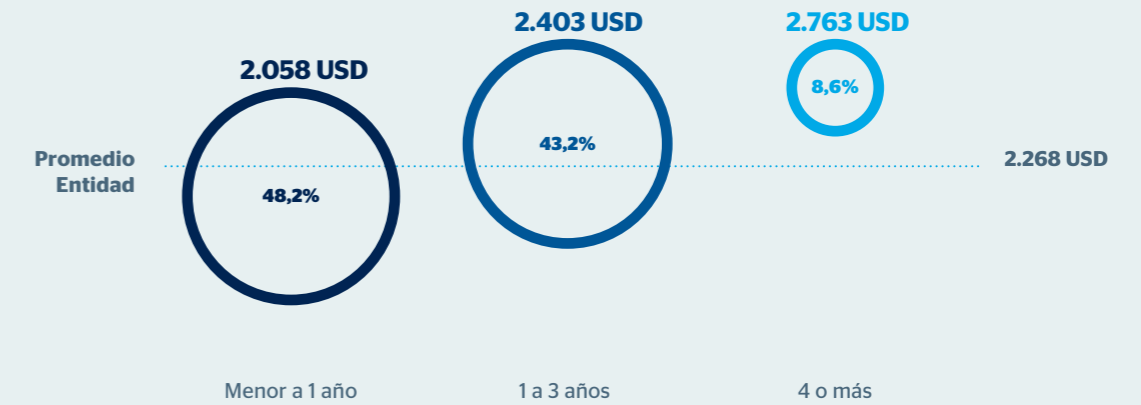
Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

² Considera la entrada de clientes nuevos durante el año.

³ Desembolso medio, calculado como el promedio del primer desembolso para los clientes nuevos en cada año.

⁴ Peso de la cuota calculado como promedio de ratio (cuota sobre ventas) de cada cliente.

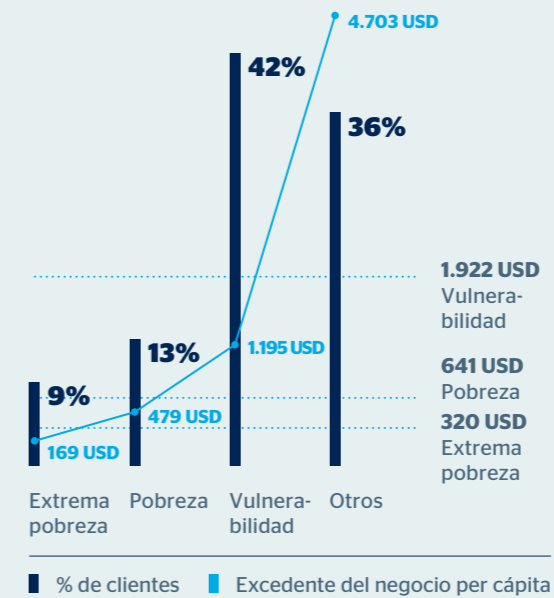
Excedentes mensuales medios per cápita del negocio por antigüedad en la entidad ⁵



Área de la circunferencia representa el % del n° de clientes sobre el total

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Excedentes mensuales medios per cápita del negocio según nivel de vulnerabilidad monetaria ^{5,6}



Fuente: Oficina del Censo de EE.UU. Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

⁵ Datos sobre la cartera vigente al 31 de diciembre 2015.

⁶ Líneas de pobreza corresponden al entorno urbano.

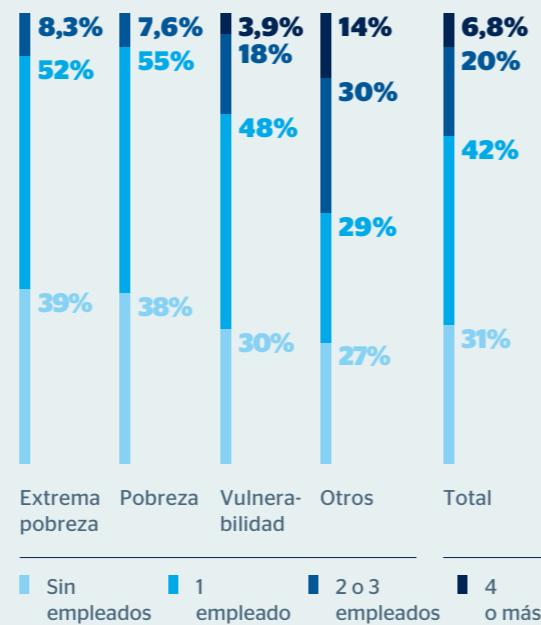
El 22% de las personas atendidas viven con 12 USD por persona y día.

- Prácticamente la mitad de los clientes de Microfinanzas PR ha entrado en la entidad en el último año y su excedente mensual medio per cápita es todavía inferior al del conjunto de la entidad.
- El excedente mensual medio per cápita de los clientes de Microfinanzas PR se sitúa un 18% por encima de la línea de vulnerabilidad; sin embargo, una amplia mayoría de clientes (64%) vive con un excedente menor.

Los negocios de nuestros clientes

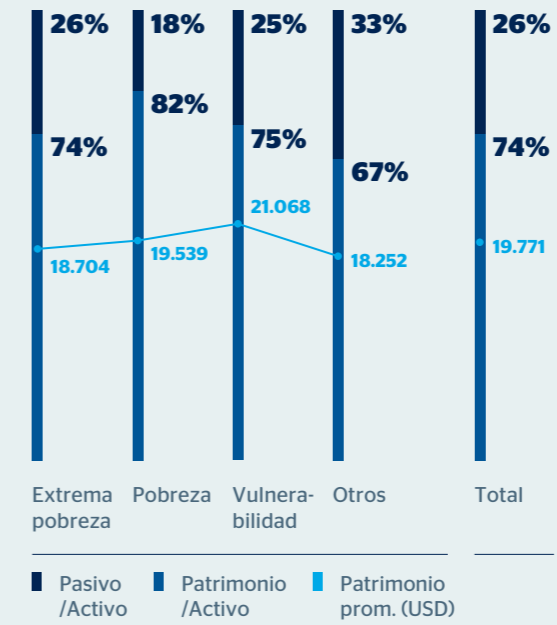
- El 87% de los clientes opera en el sector terciario (comercio y servicios).
- La capacidad de generar empleo es mayor a medida que disminuye la vulnerabilidad de los clientes. El 69% de los microempresarios atendidos por la entidad crean empleo.

Fuente de empleo ⁷



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

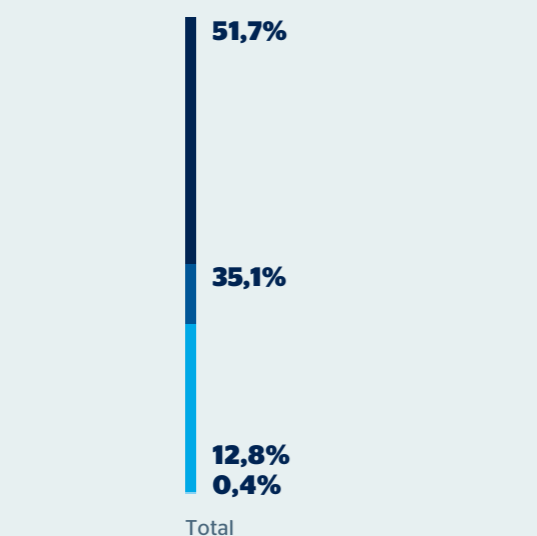
Estructura financiera y patrimonio ^{8,9}



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

- El nivel de desembolso medio por activos es similar para todos los segmentos (6% de los activos totales), excepto para los no vulnerables, donde representa un 10% de los activos totales.
- Sin embargo, a medida que el cliente es menos vulnerable, el peso que representa la cuota sobre sus ventas se va reduciendo.

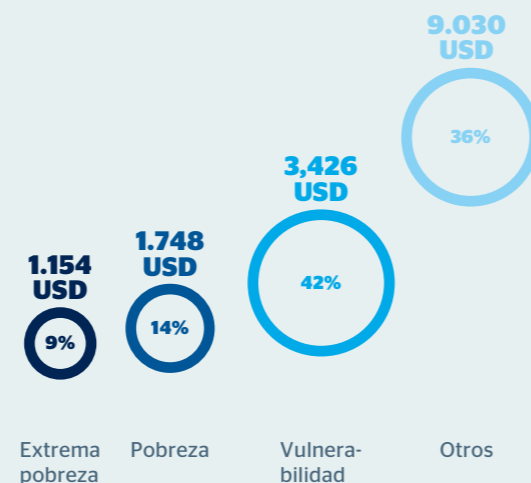
Actividad económica ⁷



■ Servicios ■ Comercio ■ Producción y Agro Transformación

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Ventas mensuales por vulnerabilidad ⁷



Área de la circunferencia representa el % del total de clientes por rango de vulnerabilidad.

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

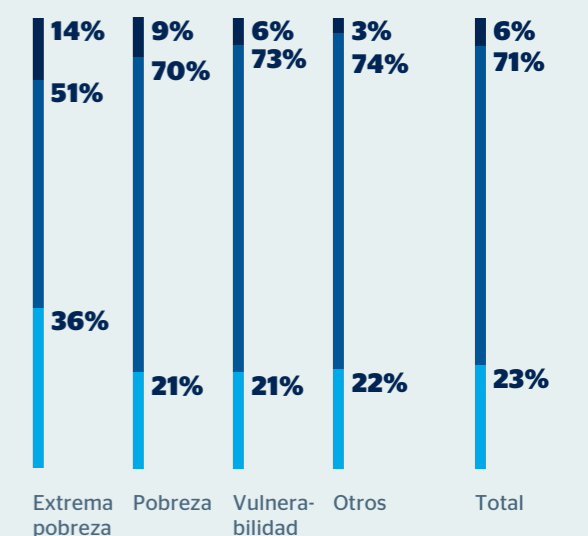
Desembolso y activo por rango de vulnerabilidad monetaria ⁹



■ Desembolso medio operación (USD) ■ Activos medios (USD)

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Gastos y márgenes como % de las ventas ¹⁰



■ % Cuota ■ % Excedente ■ % Costos

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

7_Datos sobre la cartera vigente a 31 de diciembre 2015.

8_Activos y pasivos calculados en el momento de la evaluación de riesgos del crédito (i.e. no compute el crédito)

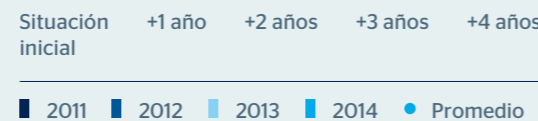
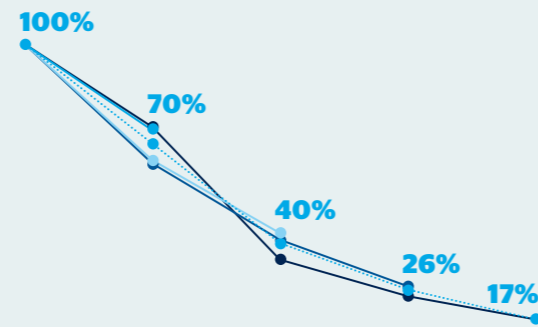
9_Datos sobre la cartera vigente a 31 de diciembre 2015.

10_Cálculos sobre el número de clientes que informan el gasto.

Desarrollo de nuestros clientes

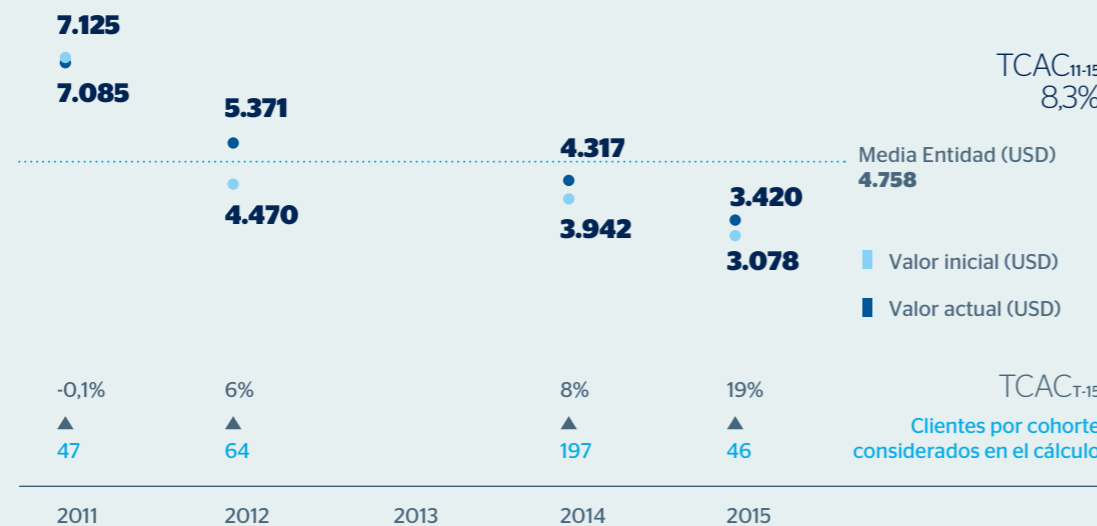
- La retención de clientes de Microfinanzas PR tiene una tendencia similar en los últimos años. En promedio, un 70% de los clientes continúa su relación con la entidad después del primer año, y solo un 40% después de dos años.

Retención ¹¹



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Ventas mensuales medias del negocio USD ^{12,13}



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

11_Porcentaje de clientes de cada cohorte que siguen vigentes tras el paso de los años consecutivos. Datos actualizados a 31 de diciembre 2015.

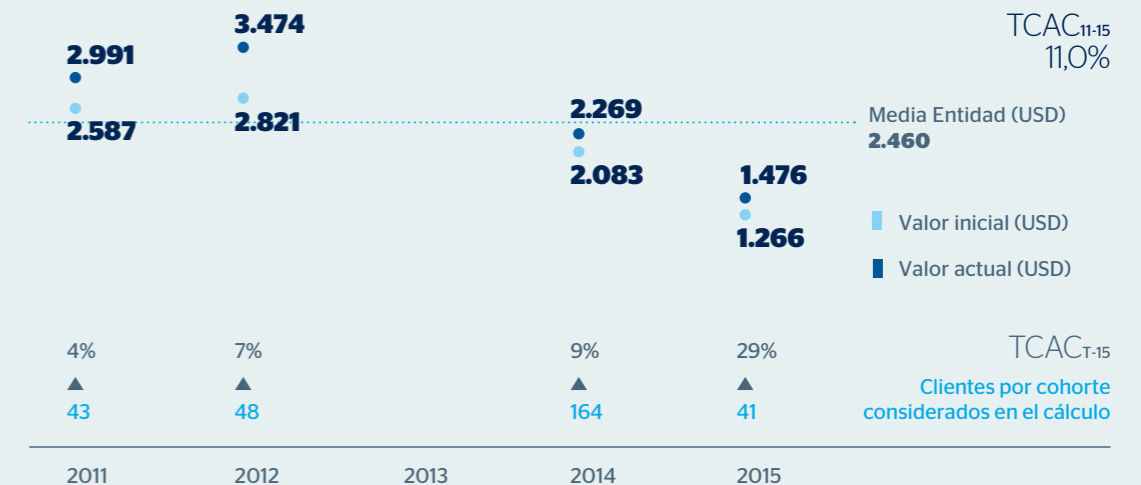
12_Datos sobre clientes que se encuentran vigentes al 31 de diciembre 2015, y que cuentan con alguna actualización de sus datos durante los últimos 12 meses. Se muestra la situación inicial (datos en su año de cohorte) y la situación actual a cierre de diciembre 2015. La situación inicial es el momento de concesión del primer crédito.

13_Quedan 8 clientes de la cohorte 2013, no se considera relevante para el análisis.

- El crecimiento del excedente es en los últimos años mayor que el de las ventas, sugiriendo una mejora de la gestión de los negocios.

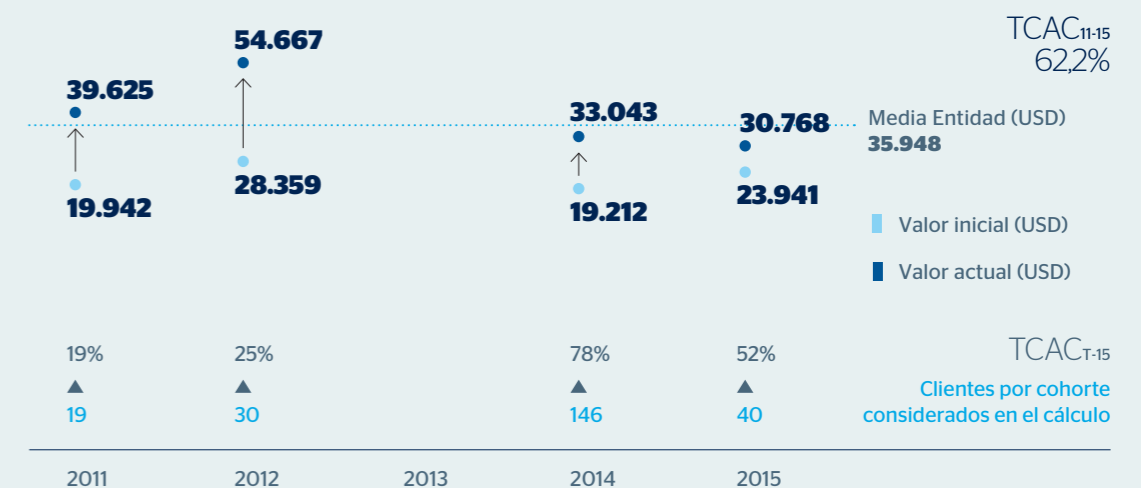
- Se confirma que las nuevas cohortes tienen menores ventas y menores excedentes mensuales per cápita.

Excedentes mensuales medios per cápita del negocio USD ^{12,13}



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Activos medios del negocio USD ^{12,13}



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Desembolso medio por operación ¹⁴



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

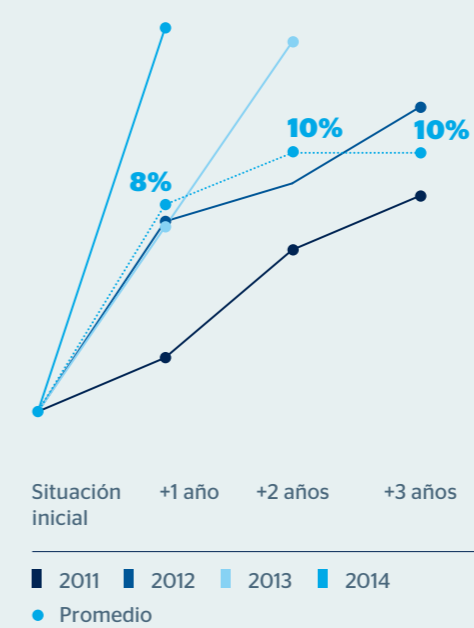
Ventas por empleado ¹⁶



Área de la circunferencia representa el % sobre el total del nº de clientes con, al menos, un empleado a cargo.

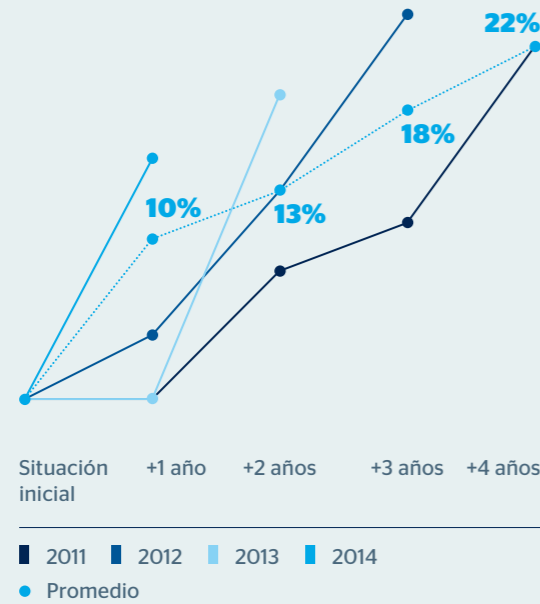
Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Mejora en nivel de salud ¹⁷



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

Negocios que generan empleo (proporción) ¹⁵



Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.

- El desembolso medio aumenta de manera continuada con el tiempo de relación con la entidad.
- El 13% de los clientes de Microfinanzas PR crea al menos un nuevo puesto de trabajo tras dos años de relación con la entidad, y el 22% tras cuatro años.

- Durante los tres primeros años el 10% de los clientes atendidos amplía su cobertura sanitaria.

14_Desembolso medio, calculado como el desembolso total realizado en un año entre el número de operaciones de cada cliente que participan en el desembolso de dicho año.

15_Proporción de negocios, de entre los ahora vigentes de cada cohorte, que han aumentado la plantilla de su negocio.

16_Se incluyen sólo clientes que tienen al menos un empleado a cargo.

17_Proporción de clientes, ahora vigentes de cada cohorte, que pasa de no tener seguro de salud a tener alguno, o pasa de tener público a tener mixto o privado, o pasa de mixto a privado.

Datos de actividad

Resumen de la actividad¹⁸

	Total
Cartera bruta (USD)	1.924.276
Monto desembolsado en 2015 (USD)	2.246.296
Número de desembolsos en 2015	961
Desembolso medio en 2015 (USD)	2.337
Recursos administrados de clientes (USD)	NA
Número Empleados	20
Número Oficinas	1
Clientes que reciben educación financiera	NA

18_Datos a 31 de diciembre 2015.

Fuente: Microfinanzas PR. Cálculos FMBBVA.