

# Microfinanzas y Género

## El balance entre el desarrollo con enfoque de género y la sostenibilidad

III Foro de Género y Microfinanzas  
"Oportunidades de Desarrollo en Tiempo de Crisis"

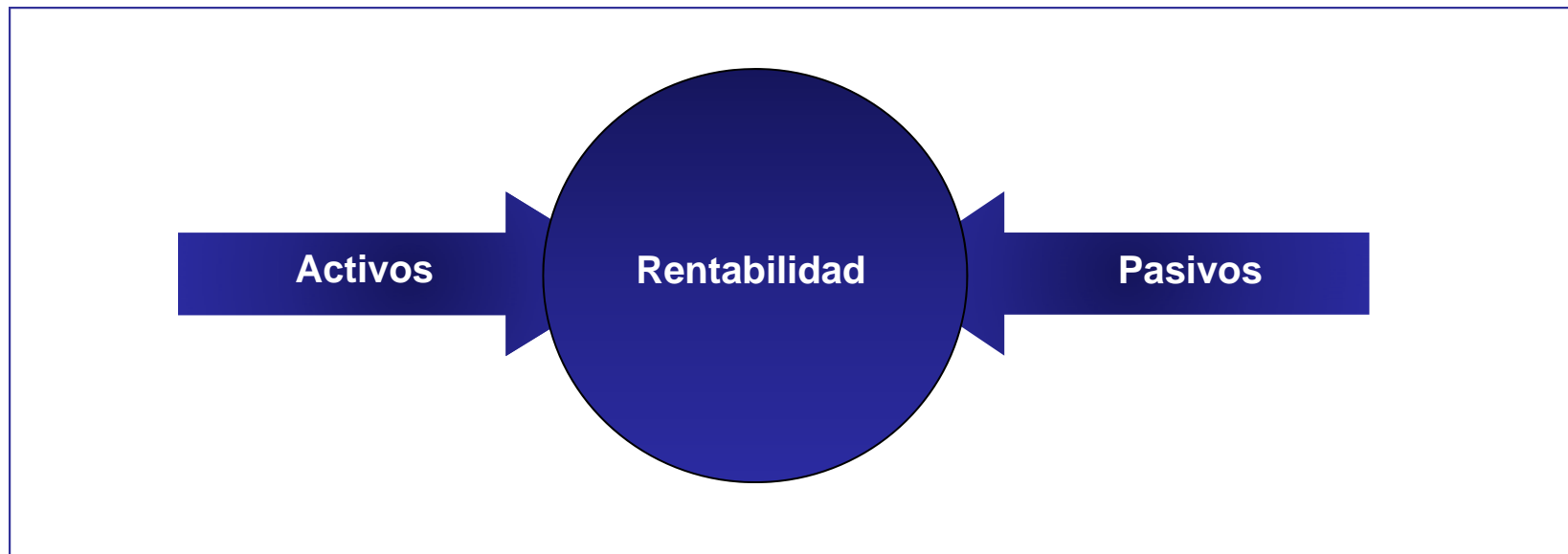
Mayo 2010

Barbara Magnoni

EA Consultants

# La Crisis Financiera Global y las Microfinanzas

- El sector microfinanciero ha sufrido efectos de la crisis mundial, los cuales han tenido un impacto significativo en los **retornos sobre activos** y el **costo de pasivos**
- Este proceso ha impactado la rentabilidad del sector en general, y la viabilidad de las instituciones



# La Crisis Financiera Global y las Microfinanzas

- Donantes e inversionistas adquieren una mayor sensibilidad hacia el impacto social
- El impacto social
  - Caída en la rentabilidad de la microempresa
  - Reducción del ahorro y de la capacidad de ahorro
  - Menor capacidad de pago de créditos
  - Mayor vulnerabilidad a riesgos (muerte, salud, accidentes etc.)
  - Desempoderamiento
- El Impacto sobre la mujer
  - El vehículo tradicional de empoderamiento ya no aporta si no puede perjudicar el empoderamiento
  - Necesidad de sensibilizar los actores en ofrecer nuevas alternativas de empoderamiento y equidad de genero

# Barreras al Crecimiento de Los Negocios de las Mujeres

- El Estudio del BID
  - Estudio comisionado en Mayo 2009, informe preliminar Abril 2010
- Propósito:
  - Analizar las barreras que enfrentan las mujeres empresarias en Latinoamérica con un enfoque a las barreras en acceso a servicios financieros
- Por que:
  - Mujeres son un mecanismo importante al crecimiento de la economía (actividad de empresas de mujeres representa el 19 del crecimiento del PIB)
  - Las mujeres contribuyen mas de sus ingresos al hogar y la familia
  - Evidencia de menor crecimiento y productividad
- Países:
  - Guatemala, Nicaragua, Colombia, Bolivia, Peru, y Mexico

# Barreras al Crecimiento de Los Negocios de las Mujeres

- Metodología:
  - Revisión de fuentes secundarias a nivel mundial, países en vía de desarrollo y en LAC
  - Análisis de estadísticas de censo y otras fuentes por cada país
  - Entrevistas con especialistas
  - Análisis cuantitativo de información de 3 IMF
    - Bancamía, Colombia
    - Génesis, Guatemala
    - MiBanco, Perú
  - Análisis cuantitativo de una encuesta a microempresarios en Nicaragua
  - Análisis cualitativo con microempresaria/os
    - Grupos focales (Perú, Colombia, Guatemala)
    - Entrevistas individuales (Guatemala, Nicaragua)

# Situación Actual

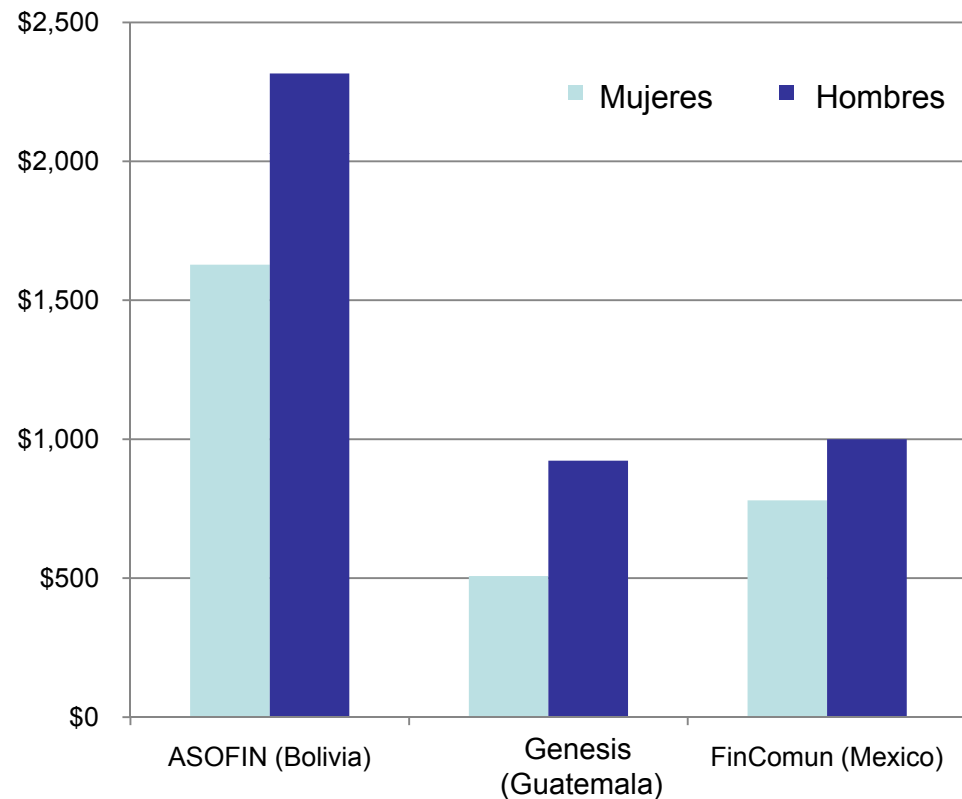
- Guatemala: ingresos del negocio 30% menor
- Nicaragua: ingresos menores en 46%
- Colombia: negocios de mujeres son 33 % menores en ventas y 22% en rentabilidad
- Perú: Ventas de mujeres 23% menor que las de los hombres



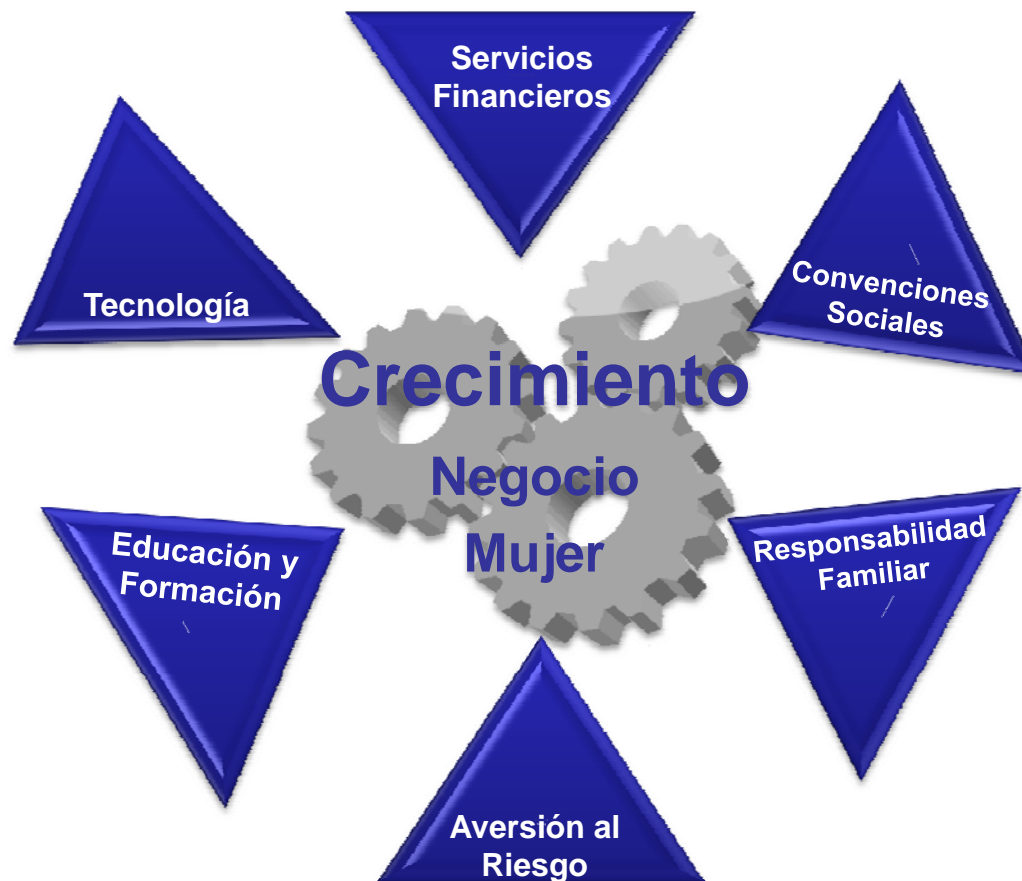
# Estudios de Caso

- Monto de préstamo es un indicador del tamaño del negocio
  - Bolivia 30% menor
  - Mexico 29% menor
  - Guatemala 45% menor
  - Nicaragua montos parejos usando otra metodología (deuda total)

Monto Promedio de Préstamo por Sexo (US\$)



# Barreras Principales



# Barreras Principales

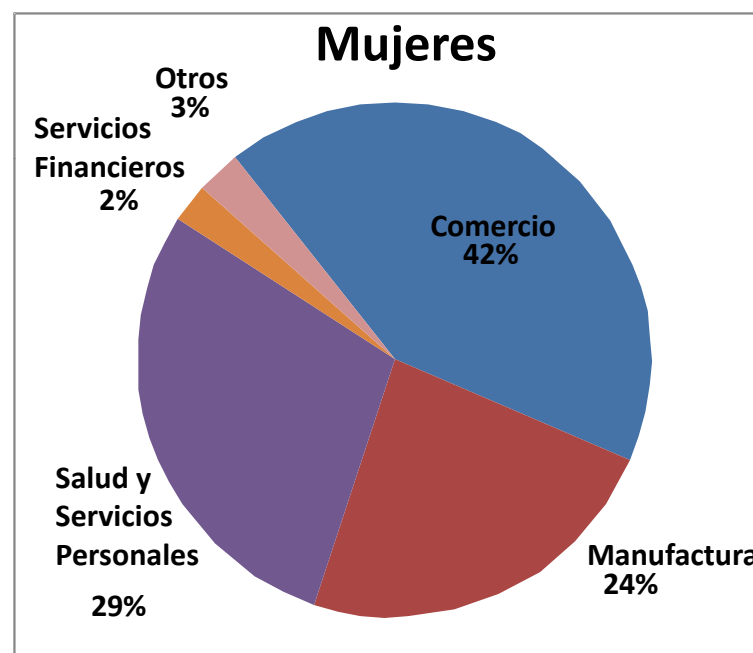
- **Acceso a Finanzas:** La oferta de productos no satisface las necesidades de crecimiento (ahorros, créditos de inversión, seguros);
- **Aversión al Riesgo:** Crecimiento horizontal y no vertical;
- **Convenciones Sociales:** Influyen el tipo de empresa que empiezan;
- **Responsabilidades Familiares:** Priorizan la inversión en el hogar en lugar de la empresa, reducen tiempo disponible;
- **Educación & Formación:** Niveles de educación más parejas pero formación técnica de las mujeres es menor;
- **Tecnología:** Las mujeres no introducen nuevas tecnologías en la empresa

# Caso Guatemala

## Convenciones Sociales/ Formación

- 42% de mujeres en el sector comercio (33% hombres)
- Concentración de trabajo en el sector informal:
  - 37% de mujeres autoempleadas (30% de hombres)
  - 21% en actividades no remuneradas (15% de hombres)
- Mujeres 40% de negocios informales y solamente 20% de negocios formales
- Bajos niveles de educación

Poblacion economicamente activa por Sector  
(ecluye Agricola)

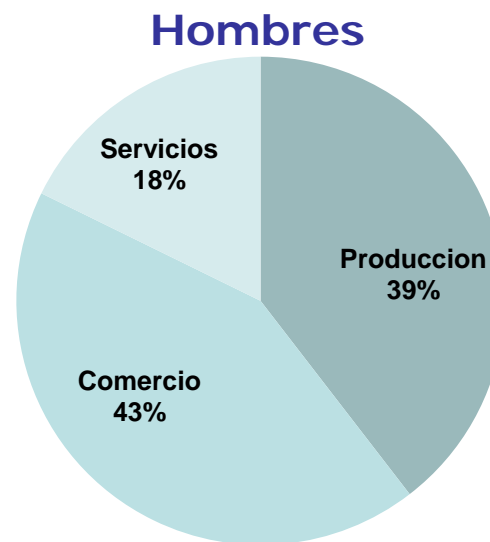
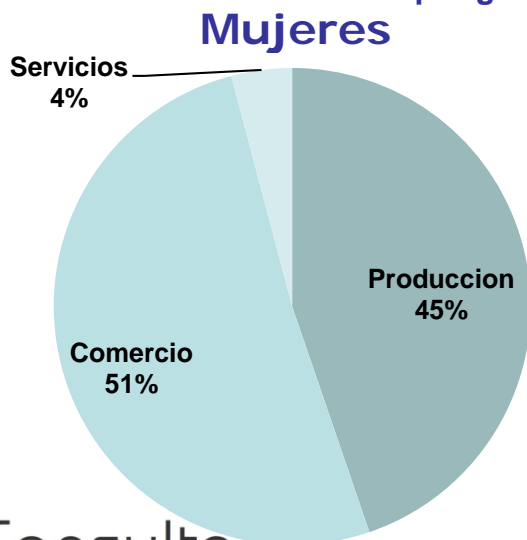


# Caso Guatemala

## Convenciones Sociales/ Formación

- Génesis Empresarial reconoce un bajo nivel de educación y formación en las clientes mujeres
- Concentración de mujeres en comercio y producción “liviana”
- En el sector comercio, los montos de prestamos de mujeres (QZ4,840) son casi la mitad de los de hombres (QZ9,295)

Distribución de clientes por genero y rubro: Génesis Empresarial, Guatemala



# Caso Guatemala

## Convenciones Sociales/ Formación

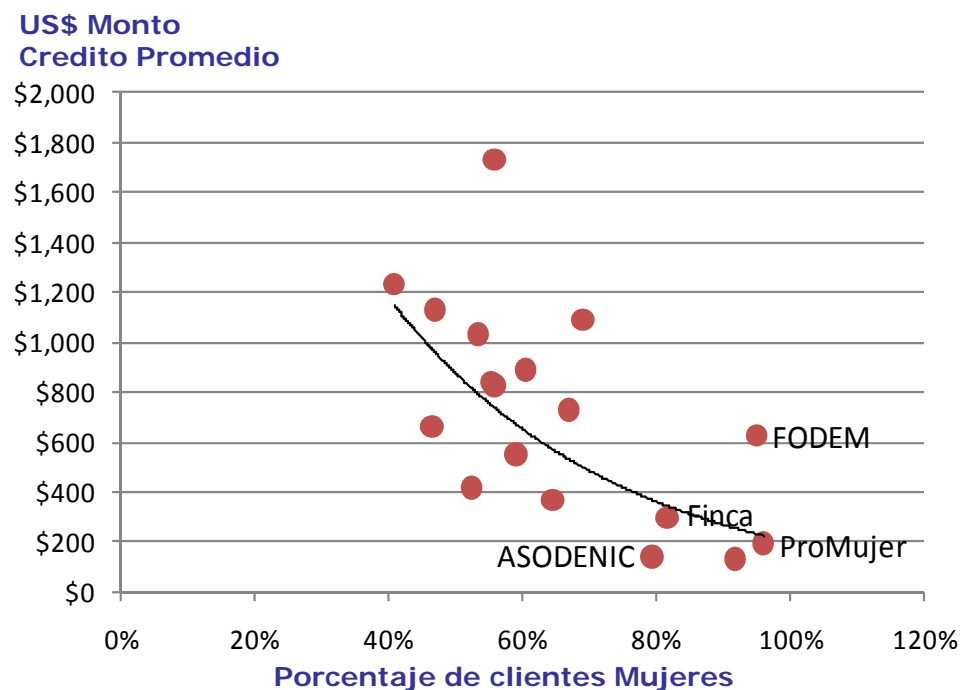
- “Los dueños de las fabricas son principalmente hombres. Las mujeres que trabajan en la categoría de “producción” están en rubros como artesanías, preparación de comida o a veces en zonas rurales en el sector pecuario. Los hombres también tienen la mayoría de las empresas de “servicios” en reparación electrónica, de automóviles...las mujeres en servicios están en pocos rubros, como peluquería” –Gerente de Sucursal, Pro América Guatemala
- “Hicimos un ejercicio de costeo con un grupo de clientes y encontramos que sus actividades pecuarias nhacemoso eran rentables....preguntaron, “entonces que, no sabemos hacer nada mas” - Alejandra Penedo, Directora Mercadotecnica, Génesis Empresarial



# Caso Nicaragua

## Acceso a Finanzas

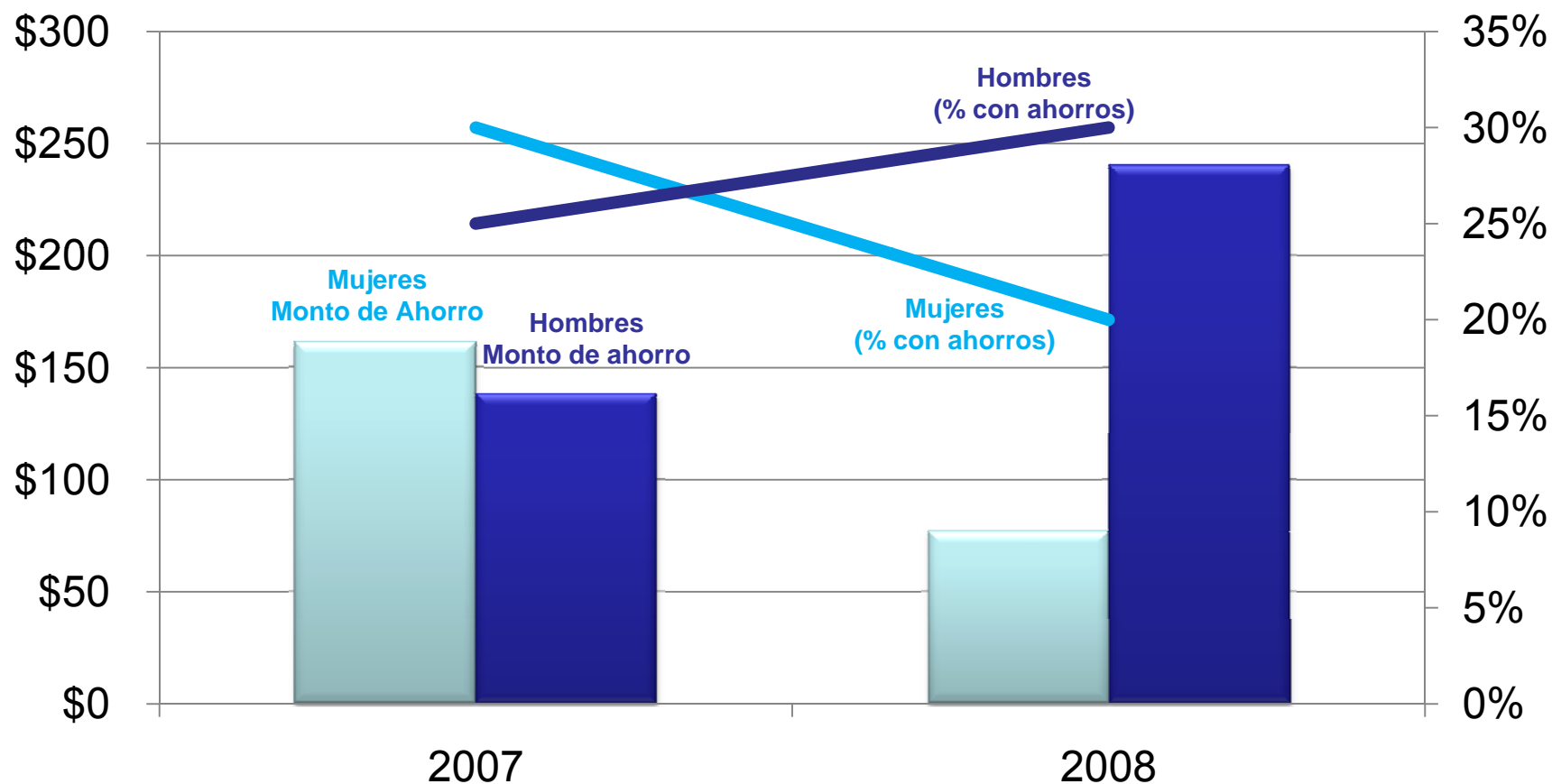
### Relación Genero/Monto en Nicaragua



- Amplio acceso a servicios financieros
  - 55% de las mujeres y el 43% de los hombres (mercados de Managua) era cliente de una institución financiera
- Entidades con menores prestamos tienen mas clientes mujeres (Pro Mujer, Finca, Asodenic)
- Productos limitados a resolver necesidades de capital de trabajo de bajo plazo y alta rentabilidad
- Enfoque en productos de carácter no productivo (consumo, vivienda, educacion) no permitieron ampliar la capacidad de pago y causaron un aumento en la mora

# Caso Nicaragua

## Acceso a Finanzas y Responsabilidad Familiar



Fuente: Encuesta Estudio Seguro Facultativo INSS Nicaragua 2007-2008

# Ahorros

## Productos Inadecuados

- Altos costos de transacción, especialmente con los bancos tradicionales, reducen las ganancias del ahorro (Colombia).

## Montos Menores

- Las mujeres ahorran con mas frecuencia en menos cantidad (Perú, Colombia, Nicaragua).

## Impacto Negativo en la Empresa

- La mujer invierte el ahorro en las necesidades familiares para cubrir periodos de ventas bajas (Nicaragua, Colombia).
- El hombre utiliza sus ahorros para reinvertir en su negocio.



# Como Respondemos

- Balance entre hacer desarrollo, microfinanzas con enfoque de género y la sostenibilidad financiera
- El crecimiento del negocio de la mujer
  - Apoya el empoderamiento
  - Apoya el desarrollo social de la unidad familiar
  - Apoya a la comunidad
  - Apoya al crecimiento económico del país
- Actores
  - Microempresarias
  - Compañeros y familiares
  - Instituciones de microfinanzas
  - Donantes, entidades de cooperación internacional
  - Entidades gubernamentales

# Como Respondemos Información y Análisis

- La información permite cambiar paradigmas
- Educar a las fuentes de cooperación y fondeo sobre las necesidades de la población, el impacto de los servicios actuales y las carencias del mismo
- Recomendaciones
  - Incorporación de indicadores de genero que permiten el análisis a nivel institucional
  - Colección de datos a nivel de red/ asociación etc. (REDCAMIF/MIX...)
  - Estudios longitudinales
  - Análisis de impacto
  - Estrategia de gestión de información enfocada y coordinada

# Como Respondemos Productos Financieros

- Necesidad de financiar el *crecimiento* de los negocios de “sub-subsistencia” de la mujer
  - Mejorar la capacidad de análisis de créditos individuales
  - Ampliar conocimiento sectorial de IMF para hacer prestamos productivos (ej. Especialización de oficiales de crédito por rubro)
  - Créditos de inversión (leasing, largo plazo, menores tasas)
  - Reducir el costo operativo para ofrecer mejores precios
- Ahorros programados
  - Para necesidades del hogar (educación, mejora de vivienda, etc.)
  - Para necesidades del negocio (maquinaria, capacitación, ampliación)
  - Involucrar la pareja- el ahorro para la educación es una responsabilidad compartida!
- Ahorros líquidos de bajo costo
  - Algunas inversiones no son rentables con tasas de interés de IMF



# Como Respondemos Productos Financieros

- Microseguros
  - Reducción estratégica de algunos riesgos que amenazan la empresa
    - Salud Sexual y Reproductiva
    - Accidentes
    - Maquinaria
    - agricola
- Canales tecnológicos/masivos
  - Mujeres muestran una preferencia para herramientas que ahorran el tiempo ya que tienen un “ doble día”
    - Canales de pago eficientes
    - Seguridad
    - Campañas masivas por medios de comunicación
  - *Se necesita ser grande y tener volumen para que esto sea costo efectivo*

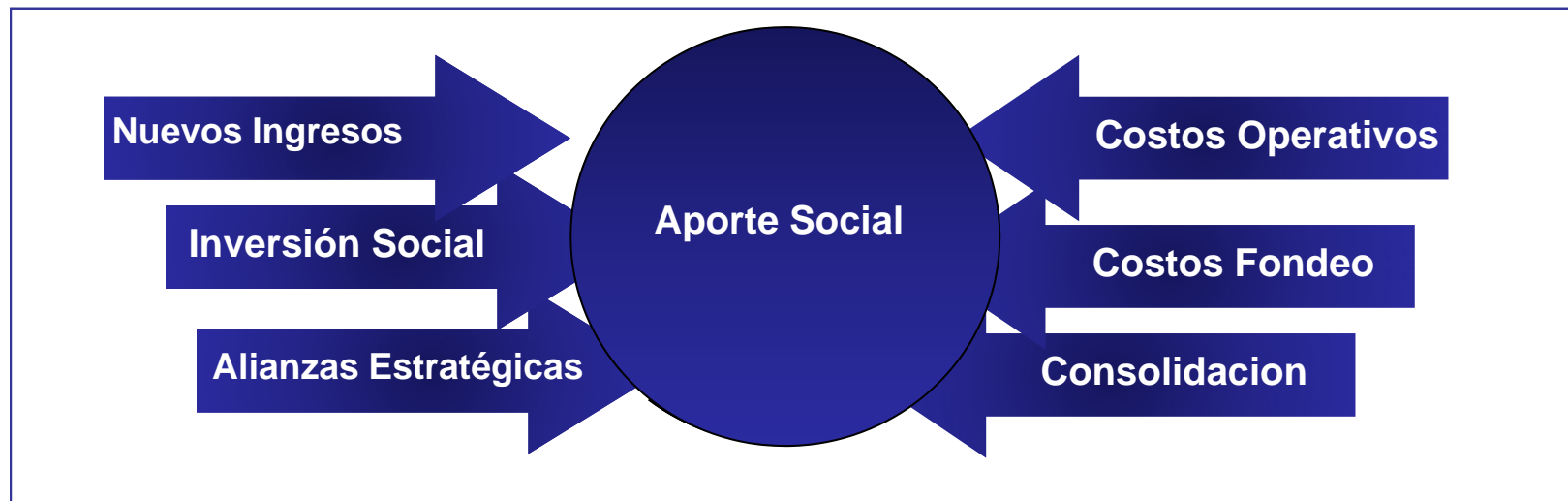
# Como Respondemos Formacion y Capacitacion

- Formación y capacitación empresarial
  - Mujeres tienen menos formación práctica adquirida por experiencia laboral anterior
  - Necesidad de adquirir capacidades en nuevos rubros más rentables
  - Mujeres muestran una preferencia para cursos sencillos de administración de crédito y dinero
  - No todas son emprendedoras, pero todas quieren un ingreso digno
- Nuevas técnicas de formación y capacitación humana
  - Empoderar a la mujer a través de formación en espacios tradicionales de microfinanzas (banca comunal, grupos etc.)
  - Empoderar al cliente hombre a reconocer su valor humano como educador de niños, pareja, y miembro de su comunidad
  - Espacios de diversión y aprendizaje comunitarios
  - Tomar en cuenta que las mujeres tienen poco tiempo por sus responsabilidades en el hogar



# La Crisis Financiera Global y las Microfinanzas

- El paradigma de la rentabilidad financiera alta y el retorno social no permite el impacto necesario para lanzar a la mujer en un espacio de igualdad



# Muchas Gracias!



Barbara Magnoni  
Presidente, EA Consultants  
Email: [bmagnoni@eac-global.com](mailto:bmagnoni@eac-global.com)