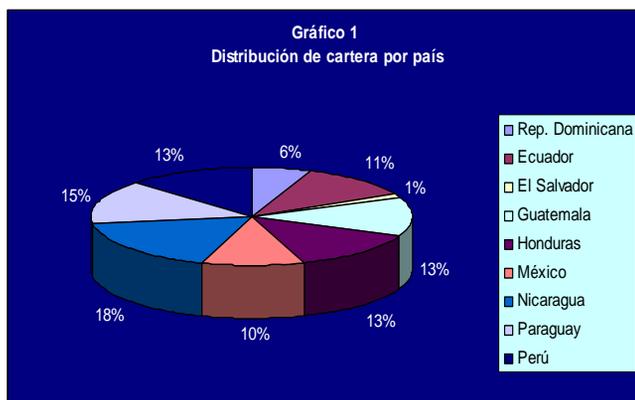


Desempeño global del fondo BBVA Codespa Microfinanzas

A noviembre de 2008, el fondo está financiando las operaciones de 24 entidades de microfinanzas en América Latina. Estas entidades están especializadas en la concesión de microcréditos para el desarrollo y promoción de la microempresa. El conjunto de estas entidades suma un total de 955.259 clientes activos (en su mayoría mujeres microempresarias), con una cartera bruta de microcréditos de 857 millones de euros (ver Cuadro 1). El monto promedio del microcrédito concedido por estas entidades a sus clientes es de 1.188 euros (calculado como la cartera bruta vigente sobre el total de préstamos activos).

El préstamo promedio más pequeño es el otorgado por la entidad ADIM en Nicaragua, con un monto de 96 euros, le sigue AMYPES en El Salvador con un monto promedio de 118 euros y FINCA Honduras, con un monto de 176 euros.

Cuadro 1	
Datos globales del conjunto de las entidades prestatarias	
FONDO BBVA CODESPA MICROFINANZAS	
Noviembre 2008	
Número de entidades prestatarias	24
Clientes activos	955.259
Cartera bruta total	857 millones euros
Préstamo promedio	1.188 euros



Un 45% de los fondos se han destinado a entidades ubicadas en Centroamérica (Nicaragua, Honduras, Guatemala y El Salvador). Por otro lado, se han destinado un 39% de los fondos a Suramérica en países como Perú, Ecuador y Paraguay (Gráfico 1). El país con mayores índices de pobreza (medido en términos de ingreso per capita) del conjunto de países atendidos por el fondo, Nicaragua, es el que concentra la mayor cantidad de fondos prestados. A través de los fondos recibidos por las IMF prestatarias de este país, se estima que se ha alcanzado a un aproximado de 4.700 microempresarios nicaragüenses.

La tipología de entidades receptoras de fondos es variada. La mayor parte de las IMF prestatarias son ONG especializadas en la concesión de microcréditos. En segundo lugar, entidades financieras supervisadas no bancarias, es decir, IMF con una figura jurídica específica que de acuerdo al marco regulatorio del país, pueden prestar servicios microfinancieros. En tercer lugar, se han apoyado cuatro bancos de microfinanzas y una cooperativa. Todos tienen en común que son entidades especializadas en la prestación de servicios microfinancieros y que muestran excelente desempeño financiero, además de un elevado compromiso con sus clientes.

Para determinar el alcance del fondo BBVA Codespa Microfinanzas se ha estimado el número de clientes que las IMF prestatarias están atendiendo con los fondos recibidos. Para ello, se ha relacionado el monto de fondos recibidos por cada entidad y su préstamo promedio. De ahí, se puede concluir que el fondo BBVA Codespa Microfinanzas está facilitando el acceso a microcréditos a un total de 24.945 microempresarios de América Latina (ver Cuadro 2).

Cuadro 2	
Alcance del fondo	
BBVA Codespa Microfinanzas	
Nº clientes atendidos con fondos colocados:	24.945
Tipo de entidades receptoras:	
ONG	11 entidades
Cooperativas	1 entidad
Financieras	8 entidades
Bancos	4 entidades

Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, ADIM (Nicaragua)

ADIM fue creada en el año 1989 como ONG dedicada a promover los derechos de la mujer nicaragüense. Desde 1994 fue incorporando de forma progresiva en sus programas la concesión de microcréditos, hasta que en el año 2001 se especializa en este campo manteniendo su fuerte enfoque hacia el trabajo de promoción de la mujer. Entre sus fundadoras, se encuentran reconocidas sociólogas y religiosas preocupadas por la situación de la mujer emprendedora de escasos recursos. Observaron el papel preponderante de la actividad económica liderada por las mujeres y cómo éstas contaban con bajos niveles de autoestima y escaso apoyo personal y empresarial para salir adelante. ADIM nace con la finalidad de brindar un apoyo a estas mujeres emprendedoras, para que se reconozca en ellas su capacidad y potencial de contribuir a la reducción de la pobreza.



ADIM complementa su actividad microfinanciera con la concesión de otros servicios de gestión empresarial y programas educativos para la mujer nicaragüense de escasos recursos. Para la entidad, la concesión de microcréditos es un medio para conseguir un mayor bienestar de la mujer y el componente educativo del programa es el mecanismo por el que se logra un verdadero desarrollo integral de las clientes.

Así, ADIM tiene como misión ofrecer servicios de desarrollo empresarial en equidad, con preferencia de mujeres emprendedoras en segmentos de sobre vivencia y micro empresas rurales y de periferia urbana, para promover el crecimiento económico y su empoderamiento personal y empresarial.

Para lograr estas metas sociales, desarrollan dos programas: Servicios financieros y Desarrollo Empresarial con énfasis en la promoción de la equidad de género y el empoderamiento de la mujer.

Cuadro 3
Datos de población atendida
Noviembre 2008

Número de clientes	5232
% mujeres	91,13%
Préstamo promedio	106 euros
Préstamo promedio (%GDP)	14%
Préstamos con garantía solidaria	63%
Plazo de los préstamos:	60% de 6 a 12 meses
Sector financiado:	
Servicios	1,56%
Comercio	81,37%
Agrícola	3,61%



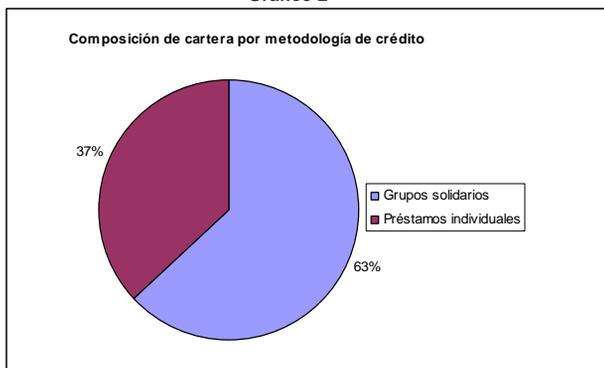
Cuadro 4
Datos de la cartera de microfinanzas
Noviembre 2008

Volumen cartera	556.628,00 euros
Crecimiento clientes anual	64,42 %
Cartera en riesgo (PAR30)	4,14%
ROE (octubre 08)	11,95 %
Cartera gestionada por oficial	34.788,14euros
Financiadores:	
	Banco de Finanzas (BDF), Oikocredit, Kiva, Etimos, Prodel, Privados, NOVIB, FIA

¿Cómo son sus clientes?

ADIM busca atender a mujeres microempresarias que trabajan en actividades de subsistencia (negocios como comedores, tiendas, producción de tortillas, bebidas de maíz, venta de frutas, talleres de costura, producción de canastos de bambú, etc.) en zonas de la periferia urbana y en zonas rurales. La mayoría son mujeres cabeza de familia. Actualmente, ADIM atiende a 5232 personas, de las cuales el 91% son mujeres. El préstamo promedio es aproximadamente de 106 euros. Sólo entre enero y octubre de 2008, el número de clientes de ADIM se incrementó en un 56%. El porcentaje de retención de clientes es del 70% .

Gráfico 2



¿Qué servicios microfinancieros brinda?

ADIM ofrece microcréditos utilizando diversas metodologías. Ha desarrollado varios productos financieros con la finalidad de adaptarse a las necesidades identificadas en sus clientes.

Grupos solidarios: se forman grupos de 3 a 6 personas que acceden a un microcrédito con garantía solidaria para financiar capital de trabajo, gastos escolares y algunas necesidades de consumo. Se otorgan préstamos desde 37 euros. A través de este producto se atiende a mujeres con actividades de subsistencia.

El préstamo promedio asciende aproximadamente a 55 euros. Con los préstamos grupales se financian las actividades económicas de los sectores más pobres que no cuentan con bienes para ofrecerlos en garantía. Se basa en la confianza y en el acompañamiento del grupo para el control y seguimiento de los pagos.

Préstamos individuales: se trata de microcréditos otorgados a una persona individual utilizando garantía prendaria o aval. Se destinan a financiar principalmente capital de trabajo aunque también se destinan a inversiones agropecuarias, activos fijos, gastos escolares, etc. Se otorgan préstamos desde los 92 euros. El préstamo promedio se encuentra en los 148 euros. Muchas de las clientes que acceden a estos préstamos comenzaron trabajando con préstamos grupales. De hecho, ADIM tiene como objetivo que un 35% de las mujeres con préstamos grupales se gradúen hacia préstamos individuales en los que tienen mayor autonomía y pueden acceder a mayores montos. Para ello, es necesario que hayan generado cierto patrimonio. Un 93,21% de los préstamos individuales recaen en esta categoría de préstamo.



Olga María García Murillo

La sra. García ha recibido un primer préstamo para capital de trabajo de 160USD, que ha invertido en su taller "Canastería García" en el que fabrican canastos de bambú.

Crédito mujer: modalidad de préstamo individual destinada a facilitar los gastos de salud u otras necesidades de la mujer, como un mecanismo de promoción de su autonomía y decisiones. Va desde los 37 euros a los 111 euros con un plazo de entre 2 y 6 meses. Para acceder a ello la mujer presenta algunas garantías prendarias, como pueden ser electrodomésticos del hogar y debe demostrar el que el destino del préstamo coincide con el motivo para el que se solicitó. Representan un 4,25% de la cartera de préstamos individuales.

Préstamo para vivienda: modalidad de préstamo individual destinado a mejorar las condiciones de las viviendas de las clientes. Representan tan sólo un 2,54% de la cartera de préstamos individuales.

El 88% de la cartera de préstamos se destina a financiar capital de trabajo de las microempresas de las mujeres atendidas, un 9% va a consumo, el resto en otro tipo de inversiones.

¿Qué servicios adicionales brinda?

Además de los servicios microfinancieros, ADIM ha desarrollado un programa de formación con una metodología propia: Metodología de Desarrollo Empresarial con Enfoque de Empoderamiento (MEDE). Se trata de módulos de formación (Desarrollo Empresarial, Desarrollo Humano e Intercambio Empresarial) que, en su conjunto, duran unas 72 horas. El objetivo es que las mujeres que acceden a esta formación mejoren su nivel educativo desde aspectos relacionados con la mejor gestión de su negocio, el desarrollo de habilidades de negociación y el establecimiento de alianzas con otras empresas o entidades, hasta el desarrollo de su autoestima y la apropiación de su proyecto de vida personal. La finalidad es despertar en las mujeres la percepción de ser dueñas de su futuro y que su actividad empresarial sea un medio para lograr el cumplimiento de sus metas como persona. Hasta la fecha, el programa de capacitación requiere de la financiación de la cooperación internacional (Fundación Interamericana, NOVIB, entre otros). Asimismo, ADIM cobra una pequeña cuota a sus clientes lo que le sirve para identificar la verdadera demanda de sus servicios de capacitación. En el futuro, ADIM aspira a financiar este programa con los excedentes derivados del programa de crédito.

¿Cómo gestionan su desempeño social?

ADIM entiende la gestión de su desempeño social como la manera de alinear la misión social institucional con los procedimientos internos necesarios para su cumplimiento. Desde sus orígenes, la entidad ha mostrado interés por la medición del impacto de sus servicios, por lo que ya ha conducido tres evaluaciones de impacto, correspondientes al cierre de sus tres últimas planificaciones estratégicas. Desde el año 2006, con el apoyo del programa MISION (liderado por Catholic Relief Services Perú y la Fundación Ford), está desarrollando sistemas de gestión orientados al cumplimiento de sus metas sociales. Estos sistemas permiten a la gerencia de la institución conocer, al igual que en el ámbito de los indicadores financieros, si la entidad se acerca o aleja de sus objetivos sociales.

a. Definición de metas sociales y desarrollo de sistemas de gestión del desempeño social.

ADIM ha realizado un esfuerzo institucional de definir de forma concreta sus objetivos sociales y establecer indicadores que permitan a la entidad analizar el grado de avance en el cumplimiento de los mismos. Esto significa que la entidad recopila información sobre sus metas sociales y que ha definido los procesos internos para la obtención de esta información. ADIM ha traducido su misión social, en la búsqueda de los siguientes objetivos:

Objetivo	Metas para el año 2010
De selección: Atender preferentemente a mujeres emprendedoras con negocios de subsistencia y micro empresas rurales y de periferia urbana.	<ol style="list-style-type: none">1.El 40% de cartera de crédito está orientado a mujeres con empresas de sobre vivencia (con un monto promedio 74 euros) para el 2010.2.El 45 % de la cartera de crédito orientada a mujeres con micro empresas (con un monto promedio de 222 euros) en el 2010.3.40% de cobertura, del total de clientes, con servicios de Desarrollo empresarial y Género, en el 2010.4.Al 2010 aumentar el número de clientas del sector de subsistencia en 230 % en relación al año 2006.5.Alcanzar en 2010 una cartera de clientas del sector de subsistencia de 70 %.
De satisfacción: Ofrecer servicios de desarrollo empresarial en equidad.	<ol style="list-style-type: none">1.Al 2010, 70 % de las clientas satisfechas con el servicio de crédito, con un mínimo de 60% de satisfacción.2.Al 2010, 80 % de las clientas satisfechas con el servicio de capacitación, con un mínimo de 60% de satisfacción.3.En el programa de crédito mantener el 95 % de la retención de clientas en el segmento de sobre vivencia.4.Mantener el 90 % de la retención de clientas en el segmento de sobre vivencia en el programa de capacitación.
De superación: Promover el crecimiento económico y el empoderamiento personal y empresarial.	<ol style="list-style-type: none">1.35% de mujeres en crédito grupal se gradúan a créditos individuales para el 2010.2.40% de mujeres con crédito individual incrementan sus activos en el 2010.3.60% mujeres que han recibido capacitaciones tomando decisiones empresariales con enfoque de género el 2010.

Para poder obtener información de estos indicadores, ADIM está invirtiendo en el desarrollo de procesos de gestión del desempeño social, en la formación de su personal, así como la adecuación de sus sistemas de información.



Lucila de los Santos Gaitán

María de los Santos es una madre soltera. Su objetivo más inmediato es poder pagar los estudios de sus hijos de 15 y 11 años para que sean "alguien en la vida". Vive al lado de su negocio en una casa de tablas con piso de tierra que no es de su propiedad. Trabaja desde la madrugada preparando el maíz que ofrece desde antes de las seis de la mañana para que sus clientes desayunen y cierra su negocio por la noche hasta que se le termina toda la masa que preparó. Ha recibido un préstamo de 99 euros a devolver en 9 meses.

b. Medición del nivel de vida de los clientes atendidos

La definición y medición de indicadores sobre el nivel de vida, permite a la institución observar la composición de su cartera de clientes de acuerdo con su situación socioeconómica y mantener su misión original de atender a poblaciones pobres. Esto significa que ADIM obtiene información sobre el número y porcentaje de clientes que trabajan en empresas de subsistencia o microempresas, y quiere brindarles un servicio adecuado de productos financieros y de formación. Para ello, ADIM está obteniendo información sobre el nivel de pobreza de sus clientes, bien considerando cuántas de sus clientes viven con 1 dólar al día (subsistencia) o más (microempresaria establecida), bien considerando si las mujeres cubren con sus ingresos una canasta básica (subsistencia) o más de una (microempresaria establecida), o midiendo el valor conjunto de los activos familiares (de 200 euros a más de 740 euros de activos). Esta información se recoge gracias al trabajo realizado por los oficiales de crédito que mantienen el contacto personal con los clientes y que recopilan la información cuando completan el expediente de crédito.

Además, ADIM aspira a mejorar los niveles educativos y de desarrollo personal de sus clientes a través del acceso a los servicios de capacitación con enfoque de género. De ahí, que su meta institucional sea ampliar la cobertura de clientes que acceden a estos servicios. Los oficiales de crédito tienen entre sus objetivos la motivación a la capacitación por lo que reciben un incentivo si logran despertar ese interés.



Miriam de los Ángeles Jarquín

El quiosco del parque central del pequeño poblado de Nindirí sirve de local al negocio de la microempresaria Miriam Jarquín. Ella ha recibido préstamos de ADIM desde hace 3 años. Actualmente tiene un préstamo de 240 euros.

Es jefa de familia de un hogar de dos hijos. Considera que con el apoyo de ADIM ha podido enfrentar la vida y cubrir las necesidades básicas de su familia y ha permitido a sus hijos asistir a la escuela. Aspira a ampliar su negocio y llegar a tener una tienda en su casa para lo que se ha propuesto ahorrar y administrar bien el dinero.

c. Medición del nivel de satisfacción de los clientes con los servicios financieros y no financieros

Las metas de selección se complementan con las metas de satisfacción que permiten medir si los clientes tienen una percepción positiva de los servicios recibidos. Desde el año 2000, ADIM aplica dos herramientas, los Grupos Focales de Satisfacción y las evaluaciones de impacto, con la finalidad de medir el nivel de satisfacción. Actualmente, la institución está haciendo un esfuerzo por incrementar la frecuencia con la que se toma información de los grupos focales. Se realizan grupos por cada sucursal una vez al año y se obtiene la valoración de los clientes, hombres y mujeres, sobre las condiciones de los préstamos (requisitos, monto del préstamo, periodo de desembolso, plazo, tasa de Interés, frecuencia de pago, atención del promotor/a, atención en la agencia) así como los programas de formación (temas, duración, etc.).

También se hacen entrevistas individuales para completar la información y encuestas a una muestra representativa de clientes. Otro de los indicadores utilizado es la tasa de retención, es decir, el número de clientes que deciden seguir utilizando los servicios de préstamo y formación que ofrece la institución. Este indicador se mide mensualmente para el servicio financiero y semestralmente para la capacitación ofrecida por ADIM.

d. Evaluación del impacto de los servicios de crédito ofrecidos por la entidad

El impacto o cambios esperados en la vida de los clientes que espera obtener la institución se refleja en los indicadores de superación. ADIM aspira a lograr un crecimiento económico de sus clientes, conscientes de que es necesario que el nivel de vida de éstos mejore de forma objetiva a través del acceso a las microfinanzas. Para ello, miden por un lado los clientes que pasan de recibir préstamos vía grupo solidario a préstamos individuales. Esto significa que, a través del acceso a los préstamos en grupo solidario, la persona ha sido capaz de generar activos que le permiten acceder a un préstamo por sí mismo y realizar nuevas inversiones. Esto es valorado positivamente por los clientes ya que les reporta mayor independencia y posibilidades de desarrollo personal.

Por otro lado, ADIM mide los incrementos en el nivel de activos de las microempresas financiadas. Se considera que el aumento de los activos de un cliente refleja que su negocio o actividad está generando los suficientes ingresos para mantener sus gastos familiares y además hacer inversiones en equipos y en bienes muebles e inmuebles.

Aunque esto puede estar provocado por diferentes factores ajenos al crédito, se considera que el crédito es uno de los factores que contribuye a este aumento. ADIM recopila por tanto información a través del personal de campo, cuando completan las solicitudes de crédito de los clientes y al finalizar el préstamo. Para ello, ADIM está adecuando sus sistemas de información para poder recabar y analizar esta información.

e. Evaluación de los servicios de capacitación ofrecidos por la entidad

Por último, ADIM analiza cómo sus servicios impactan en la autoestima de la persona, su empoderamiento (liderazgo en su propio futuro), toma de decisiones en la familia y el negocio y participación en organizaciones. Esto lo hacen a través de grupos focales y entrevistas individuales al comenzar y terminar los procesos de capacitación.

Juan José Arauz Valdivia

Juan José tiene 27 años y dos hijos. Vive con su esposa, sus hijos y un cuñado en la casa de su suegra, una sencilla vivienda de piedra piedras, ubicada en un amplio terreno, en un sitio que ofrece la oportunidad de ampliar la oferta de servicios de su taller de bicicletas.

Actualmente, cuenta con un préstamo de 118 euros que ha invertido en la adquisición de materiales para las reparaciones. Aspira a ampliar el equipamiento con una maquinaria para una mejor reparación de las ruedas.



f. Órgano de gobierno y personal alineado con fines sociales de la entidad

ADIM cuenta con un órgano superior de gobierno, la Asamblea General, conformado por ocho miembros fundadores de la entidad con perfiles diferenciados desde la sociología, finanzas, consultoría y psicología. La Junta Directiva se reúne cuatrimestralmente para aprobar el plan estratégico, el presupuesto y darle seguimiento. El órgano de gobierno valora que los productos financieros deben ser sostenibles financieramente pero al mismo tiempo cumplir con una clara finalidad social. Un 60% de su personal está integrado por mujeres, incluyendo los cargos directivos de la entidad. El equipo está conformado por profesionales y técnicos con más de cinco años de experiencia. La cultura institucional se distingue por el respeto a la diversidad, un equilibrio entre autoridad y equidad, eficiencia profesional y trabajo en equipo. ADIM está realizando esfuerzos por desarrollar los niveles formativos de su personal en los objetivos sociales de la institución como el enfoque de género y la equidad. Todo el personal de campo realiza las formaciones que reciben las clientes en el programa de capacitación. Toda la institución trabaja en base a los planes estratégicos definidos a tres años que a su vez, se traducen a planes operativos anuales y metas trimestrales.

g. Diseño complementario de los servicios financieros y no financieros

Los productos financieros y no financieros desarrollados están ajustados a las necesidades del grupo meta y a la misión de ADIM. Se observa una importante complementariedad entre los objetivos de un programa y otro que contribuyen a la consecución de las metas sociales de la entidad. Asimismo, ADIM analiza el nivel de satisfacción de los clientes tanto con los servicios financieros como los no financieros. Conscientes además de la importancia que tiene que las mujeres accedan a ambos servicios para lograr los impactos de desarrollo esperados, ADIM se marca como objetivo motivar la participación de las clientes en la formación. La meta institucional es que el 60% de los clientes accedan a formación y que el 90% de los atendidos permanezca en el programa.



Rosa Adelaida Aguirre Acuña

Tiene 22 años y se dedica a la venta de artesanía en el mercado de Masaya. Ha recibido un préstamo de 240 USD para invertir en mercancía de su tienda. Deberá devolverlo en el plazo de 1 año.

Nota: La información reflejada en este informe proviene de las fuentes de información suministradas por ADIM y por el equipo del proyecto MISION (integrado por CRS Perú, Fundación FORD, COPEME y ASOMIF) que ha apoyado a la institución en sus sistemas de gestión del desempeño social y ha sido recopilada por el equipo de Fundación Codespa por medio de la realización de entrevistas y revisión documental.