

EL IMPACTO DEL MICROFINANCIAMIENTO

Los donantes quieren asegurar unos beneficios sociales de sus inversiones. En el caso del microfinanciamiento, los donantes deben juzgar si facilitar a los pobres acceso a servicios financieros produce unos beneficios sociales suficientes en comparación con otras actividades de mitigación de la pobreza.

Afortunadamente, las evaluaciones de los efectos sociales han demostrado que los servicios financieros a los pobres hacen que mejoren sus vidas al aumentar sus ingresos y mejorar su capacidad de pagar los servicios sociales. No obstante, aunque el microfinanciamiento es un importante catalizador en la lucha contra la pobreza, no es un remedio mágico. Escapar a la pobreza suele ser un proceso lento y desigual. El financiamiento a cargo de los donantes para fines de microfinanciamiento no puede sustituir, sino complementar, las inversiones en servicios esenciales como salud, educación e infraestructuras.

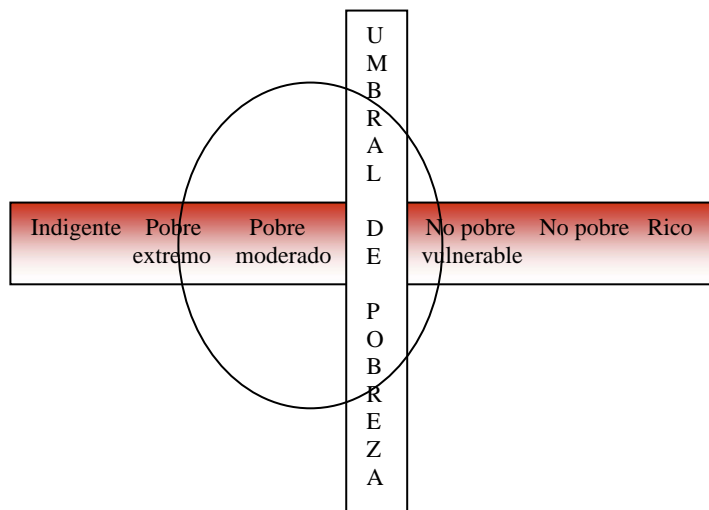
¿Qué entendemos por “impacto del microfinanciamiento”?

Cuando hablamos de impacto nos referimos a entender cómo afectan los servicios financieros a las vidas de los pobres. Hasta la fecha, la mayoría de las evaluaciones de los efectos sociales se han centrado en los programas de microcréditos y no en una gama de servicios financieros.

- Para evaluar el impacto se considera el crecimiento de los ingresos, la generación de activos y la reducción de la vulnerabilidad.
- Los indicadores del impacto van más allá de las mediciones de parámetros empresariales (activos, empleo, ingresos), e incluyen múltiples dimensiones de la pobreza, como los ingresos del conjunto de la unidad familiar, las mejoras sociales en salud y educación, y la potenciación de la mujer, entendida en términos de aumento de su autoestima y de su control de los recursos familiares.

¿Qué sabemos sobre el impacto del microfinanciamiento?

- **La penetración es importante.** Para tener impacto, las instituciones financieras deben llegar a los clientes pobres. Como se muestra en el gráfico, la mayoría de los clientes del microfinanciamiento se encuentran actualmente en una banda situada en torno al umbral de pobreza. El microfinanciamiento raramente llega a los pobres extremos. (Los programas de protección social son a menudo más adecuados para los indigentes y para los pobres extremos).
- **Las características de los productos también cuentan.** Las características específicas de los productos financieros, como las condiciones de los préstamos y el volumen de las operaciones, afectan al impacto. Los préstamos de capital de trabajo a corto plazo pueden funcionar bien para los comerciantes que deseen adquirir existencias. Para los productores que necesiten hacer inversiones de carácter excepcional en compras de equipos, sin embargo, estos préstamos no son tan adecuados. Estos clientes pueden necesitar otros servicios, como los de ahorro a plazo fijo o préstamos a más largo plazo.



- **La base del activo de los clientes es pertinente.** La base inicial de recursos de un cliente afecta al impacto. El impacto de los servicios financieros sobre los clientes que empiezan con más recursos (financieros, físicos o sociales) tiende a ser mayor que en el caso de clientes que parten de una base de recursos muy baja.
- **La sostenibilidad importa.** El tiempo que lleva una persona como cliente de una institución está relacionado directamente con el impacto. Las instituciones sostenibles aseguran un impacto continuado brindando acceso permanente a los servicios.
- **El contexto del país es un factor del impacto.** Los entornos macroeconómico, legal y de políticas afectan significativamente al impacto. Una mala situación económica, una infraestructura social y física débil (educación, salud, carreteras), la corrupción y la falta de seguridad afectan negativamente a la capacidad de los clientes de beneficiarse de los servicios financieros.

¿Qué impacto tiene el microfinanciamiento?

En el plano doméstico

- Los microcréditos dan lugar a un aumento de los **ingresos** familiares. El uso de préstamos y servicios de depósito puede dar lugar a una diversificación de las fuentes de ingresos (como en Uganda) o al crecimiento de las empresas (como en Europa oriental).
- El acceso a los servicios financieros permite a los clientes mejorar y cambiar su combinación de **activos**. Los microcréditos se pueden emplear para adquirir tierras, construir o mejorar la vivienda, o comprar animales y bienes de consumo duraderos. Los clientes también pueden usar los préstamos para hacer inversiones importantes en activos humanos, como la salud y la educación.
- Los pobres son muy vulnerables y van de crisis en crisis. El acceso al microfinanciamiento les permite **gestionar el riesgo** mejor y aprovechar las oportunidades. En Bolivia, muchos clientes de Pro Mujer usan los préstamos para proteger su nivel de consumo cuando llegan las crisis, evitando así reducciones prolongadas de su bienestar material.

En el plano individual

- Para las mujeres, la administración del dinero, un **mayor control de los recursos** y el acceso al conocimiento posibilitan mayor capacidad de elección y les dan voz en los asuntos familiares y comunitarios. La potenciación económica se acompaña de un aumento de la autoestima y la confianza en sí mismas y de nuevas oportunidades. En 2002, 103 mujeres clientas de Activists for Social Alternatives (ASA) fueron elegidas miembros de consejos locales de la India.
- Los clientes del microfinanciamiento tienden a tener mayores niveles de **ahorros** que los no clientes, lo que es muy importante para generar activos. En Zimbabue, los clientes del microfinanciamiento abrieron cuentas en bancos u oficinas postales; en Perú, la desconfianza hacia las instituciones formales se tradujo en que los ahorros se invirtieron en materiales de construcción y existencias.

En el plano empresarial

- **Los ingresos de las empresas** aumentan como resultado de los servicios de microfinanciamiento, pero no siempre donde se esperaba. Los préstamos son fungibles y se usan allí donde se percibe una mayor necesidad o rentabilidad. Entre 1997 y 1999, se observó un aumento general de los ingresos en todas las empresas familiares de India y Perú. Sin embargo, los mismos estudios indicaron una total ausencia de impacto sobre las propias empresas para las que se suponía que se contrataban los préstamos.
- La **creación de empleo** en las empresas unipersonales resulta irrelevante. Sin embargo, cuando se combina el número total de empresas, se observa que los hogares clientes generan a menudo trabajo para otras personas. Por ejemplo, en Perú, cada cliente del microfinanciamiento generaba tres jornadas adicionales al mes para trabajadores no pertenecientes a la unidad familiar.

¿Cómo podría aumentarse el impacto de los servicios financieros?

Hasta la fecha, el microfinanciamiento se ha limitado fundamentalmente a ofrecer microcréditos diseñados para microempresas con un gran volumen de negocios. La mayoría de las evaluaciones de

los efectos sociales se han centrado en este tipo de microcréditos, pero la realidad indica que los clientes adaptan estos préstamos, bastante rígidos, a diversos usos, como el pago de gastos médicos, funerales y tasas escolares. El impacto del microfinanciamiento podría ser mayor si ofreciera una gama más amplia de servicios financieros que satisficiera mejor las variadas necesidades de los pobres, incluidos servicios de depósito, microseguros y transferencias.

¿Cómo pueden los donantes aumentar el impacto de los servicios financieros para los pobres?

- 1.** Dando prioridad a la penetración a gran escala. Apoyando a las instituciones financieras con potencial de sostenibilidad y crecimiento.
- 2.** Invirtiendo en una variedad instituciones financieras prometedoras para asegurar que se llegue a una diversidad de clientes de muchos niveles de ingresos, extendiendo todo lo posible la penetración en todos los niveles.
- 3.** Fomentando el doble objetivo de sostenibilidad e impacto, y realizando un seguimiento de los progresos de las IM con respecto a ambos objetivos.
- 4.** Alentando las investigaciones de mercado para entender mejor las preferencias de los clientes y las limitaciones que impiden a los pobres aprovechar plenamente los servicios financieros (es decir, el analfabetismo, la falta de títulos de propiedad, etcétera).
- 5.** Apoyando a las instituciones dinámicas que desarrollan productos y mecanismos de prestación de servicios para satisfacer las necesidades de sus clientes.

Autor: Monique Cohen, con la colaboración de personal del CGAP y de Deena Burjorjee. **Fuentes:** Carolyn Barnes y Jennefer Sebstad, *Guidelines for Micro-finance Impact Assessments*, Discussion Paper for the CGAP Virtual Meeting on Impact Assessment (Washington, D.C.: AIMS/MSI, 1999); The SEEP Network, *Learning from Clients: Assessment Tools for Microfinance Practitioners* (Washington, D.C.: SEEP Network, 2001); Anton Simanowitz y Alice Walter, “Ensuring Impact,” en *Pathways out of Poverty*, comp. Sam Daley-Harris (Bloomfield, Conn.: Kumarian Press, 2002); Donald Snodgrass y Jennefer Sebstad, *Clients in Context: The Impacts of Microfinance in Three Countries, Synthesis Report* (Washington, D.C.: AIMS/MSI, 2002). **Sitios web:** www.usaidmicro.org (ir a “AIMS publications”); www.microfinancegateway.org/impact

