

CERISE



2017

GESTIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL
INFORME PAÍS

ARGENTINA

RED ARGENTINA DE INSTITUCIONES DE MICROCRÉDITO



RADIM

Este informe presenta el estado de desarrollo de la Gestión del Desempeño Social (GDS) de los miembros de la Red. Analiza los puntos exitosos y los desafíos a enfrentar por parte de la Red respecto a las áreas estratégicas y los principales temas operativos de GDS. Se basa en las auditorías SPI4¹ llevadas a cabo por los auditores certificados de RADIM, en base a los contenidos brindados por el SPI4.

En este informe, se analizan los puntos exitosos y los desafíos a enfrentar por parte de la Red respecto a las áreas estratégicas y principios operativos de la GDS. Las auditorías y el presente informe fueron llevados a cabo con el apoyo financiero del Social Performance Fund, financiado por la Fundación Ford y administrado por el Microfinance Centre.¹

RESUMEN EJECUTIVO

La Red Argentina de Instituciones de Microcrédito (RADIM) este año ha dado el primer paso en el proceso de incorporación de los Estándares Universales para la gestión del Desempeño Social del Social Performance promovidos por el grupo de trabajo en Desempeño Social¹ (SPTF por sus siglas en inglés). La gestión del desempeño social es un proceso utilizado por las organizaciones para lograr su misión social y colocar a los clientes en el centro de todas sus decisiones estratégicas y operativas². Una exitosa gestión del desempeño social implica la oferta de servicios financieros seguros y beneficiosos para los clientes.

El sector ha estipulado un conjunto de prácticas gerenciales básicas que permiten una gestión exitosa del desempeño social que se han denominado Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social³. A fin de poder medir este desempeño, CERISE ha desarrollado el SPI4 (Social Performance Indicators 4). Dicha herramienta también contempla los Principios de Protección al Cliente de la Smart Campaign. Hemos utilizado esta valiosa herramienta en el presente trabajo. El SPI4 audita las siguientes dimensiones.⁴



Desde el 2004, RADIM nuclea a las principales instituciones de microfinanzas de la Argentina y promueve el desarrollo sectorial. A hoy cuenta con 20 socios. Como líder sectorial, propone este año a sus socios avanzar en la incorporación de los mencionados estándares. El primer paso de este proceso ha sido la realización de auditorías SPI4 a distintos miembros de la Red. Como resultado, el año culmina con 2 auditores de RADIM cualificados como auditores SPI4 por CERISE y 7 instituciones líderes de Argentina auditadas.

¹ Para más información sobre el SPTF, visitar: www.sptf.info

² CGAP, Portal de Microfinanzas.

³ ada-microfinance.org

⁴ Cuadro elaborado por SPTF.

Logros

- Argentina se encuentra dentro del rango de los promedios internacionales según los Estándares Universales de Gestión del Desempeño social, en muchos casos, los supera. Sus máximos logros los alcanza en la dimensión 2 referida al compromiso con los objetivos sociales. También su desempeño es interesante en la dimensión 4 relativa al trato responsable a los clientes.
- Los recursos humanos del sector se encuentran sólidamente capacitados para la operatoria.
- Las IMFs se encuentran ampliando sus servicios hacia el área de salud, la educación financiera y la capacitación de los emprendedores.
- Las IMFs tienen una clara perspectiva de género y trabajan por el empoderamiento de las mujeres.
- Las instituciones poseen contratos transparentes que permiten conocer con claridad los precios y guardan celosamente la privacidad de los datos de los clientes.
- El sector comienza a crecer luego de un largo período de desfinanciación debido a la crisis externa y la falta de fondeo local.

La gestión del desempeño social en la Argentina

Por primera vez en el país, se implementó un programa de promoción y difusión de los estándares universales de gestión del desempeño social a fines con el fin de fortalecer las buenas prácticas en GDS, alcanzar una mejor gestión de las actividades internas centradas en la misión social de las instituciones y así lograr sus objetivos sociales

Desafíos

- El principal desafío consiste en equilibrar el desempeño social y financiero (Dimensión 6). Sólo algunas de las instituciones logran alcanzar la autosostenibilidad.
- Aumentar los volúmenes de cartera manteniendo su calidad, de esta forma hacer disponible el crédito y otros productos microfinancieros a un número creciente de clientes.
- Ampliar la cobertura no sólo urbana sino también rural.
- Incorporar nuevos desarrollos tecnológicos a fin de reducir los costos operativos.
- Al avanzar en los puntos previos, las instituciones deben avanzar en la reducción del nivel absoluto de las tasas.

Hacia adelante

- Difundir la importancia de la gestión del desempeño social y promover la aplicación de los estándares universales entre todas las IMFs del país.
- Consolidar el equilibrio financiero y social de las IMFs.
- Promover el fortalecimiento patrimonial de las instituciones microfinancieras.
- Avanzar hacia un mercado de mayores volúmenes que permitan la reducción de las tasas de interés.
- Fortalecer la existencia de la diversidad de actores del ecosistema microfinanciero argentino.
- Promover una ley de microfinanzas que contemple las distintas necesidades sectoriales en materia laboral, impositiva y financiera.

Panorama sectorial

El período 2007-2017 es fundamental en el desarrollo de RADIM y de las microfinanzas en la Argentina. Tras la profunda crisis del 2001, que deja al 50% de la población bajo la línea de la pobreza y un 21,5% de desempleados, la promoción del trabajo vía el emprendedorismo se establece como un eje de intervención social fundamental. De esta forma, las microfinanzas toman un rol activo en este contexto socio-económico y las IMFs se consolidan como alternativas de financiación de un segmento considerable de la población que quedaba excluido del mercado laboral formal y del sistema financiero tradicional.

Una vez superado el período de aguda crisis, Argentina empieza un período de crecimiento socioeconómico. A pesar de esta recuperación, el trabajo informal se mantiene en altos niveles (30% para mediados de la década). En este marco, las microfinanzas siguen siendo cruciales para el segmento de emprendedores sociales. En el 2006 se sanciona la primera ley nacional de microcrédito dirigida a financiar a ONGs que otorguen microcréditos. Esto fomentó el fortalecimiento y creación de instituciones a la vez que aumentó la financiación de las instituciones más pequeñas.

En la actualidad, el sector de las microfinanzas en Argentina es pequeño y está compuesto por un amplio espectro de actores que abarcan desde los dos principales bancos públicos, sociedades anónimas, programas de organismos públicos hasta fundaciones y diversas asociaciones sin fines de lucro. La cartera bruta total al 30/9/2017 asciende a ARS 1.773.077.056 (equivalentes a USD 101.318.689). El saldo promedio de crédito es de ARS 24.012 (USD 1.372), aproximadamente un 6,8% del PBI per cápita, lo cual ilustra la profundidad de las microfinanzas en la Argentina⁵ Al día de hoy, RADIM cuenta con 20 socios y se encuentra incorporando dos nuevos miembros.

El principal desafío del sector es desarrollar nuevos canales de financiación que permitan aumentar la escala de operaciones. Esto resulta fundamental para la reducción de los costos operativos ya que hay importantes economías de escalas. Asimismo, el sector no cuenta con regulaciones específicas ni estrategias de inclusión de las IMFs al sistema financiero regulado.

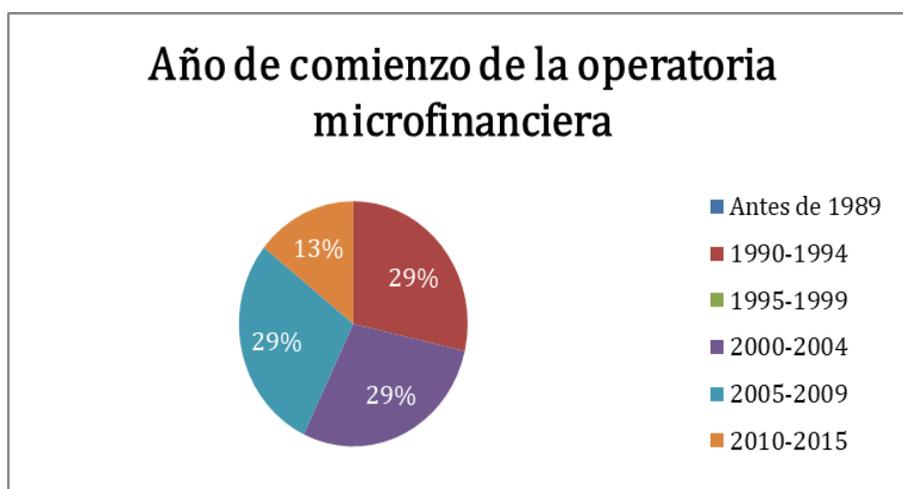
⁵ Ver estadísticas a Septiembre 2017 en www.reddemicrocrédito.org

En cuanto a la Gestión del Desempeño Social en el sector de las Microfinanzas en Argentina, si bien se comenzó a difundir en la década del 90, su implementación a nivel práctico ha sido mucho más lenta que en otros países de América Latina. En este sentido, la regulación de la actividad en esos países ha promovido muchas de estas buenas prácticas.

Los socios de RADIM que participaron de las auditorías sociales⁶

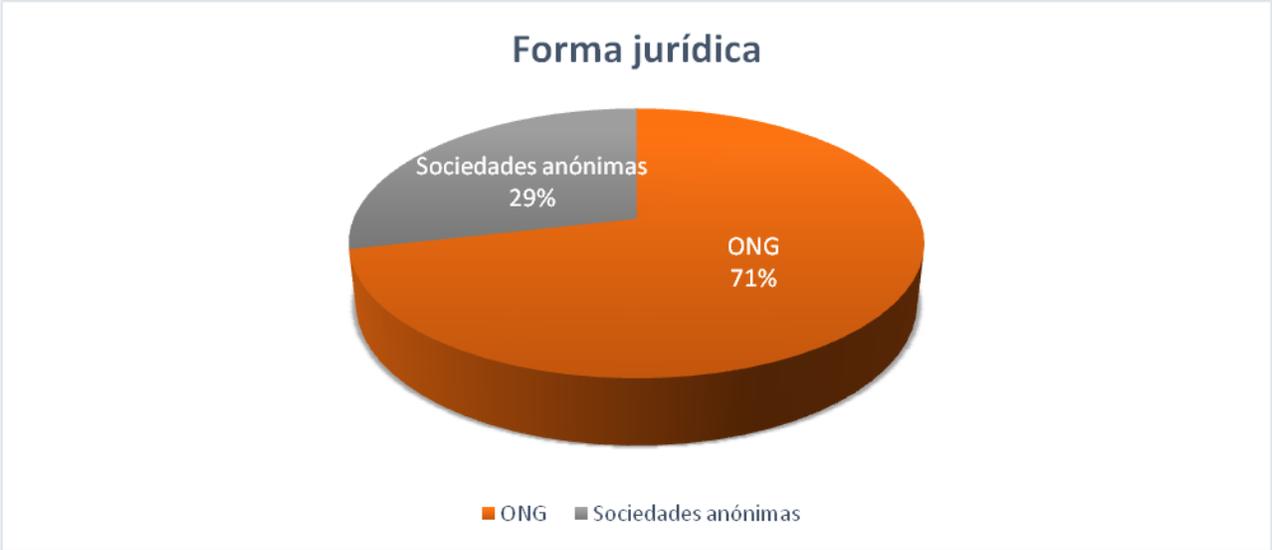
Participaron de las auditorías sociales, siete instituciones miembros de RADIM que se encuentran distribuidas a lo largo del territorio nacional. Estas instituciones son:

- Fie Gran Poder
- Fundación Pro Vivienda Social
- Nuestras Huellas
- OMLA
- Pro Mujer Argentina
- Pro.So.Co
- Programa Alumbra – Fundación Banco Macro

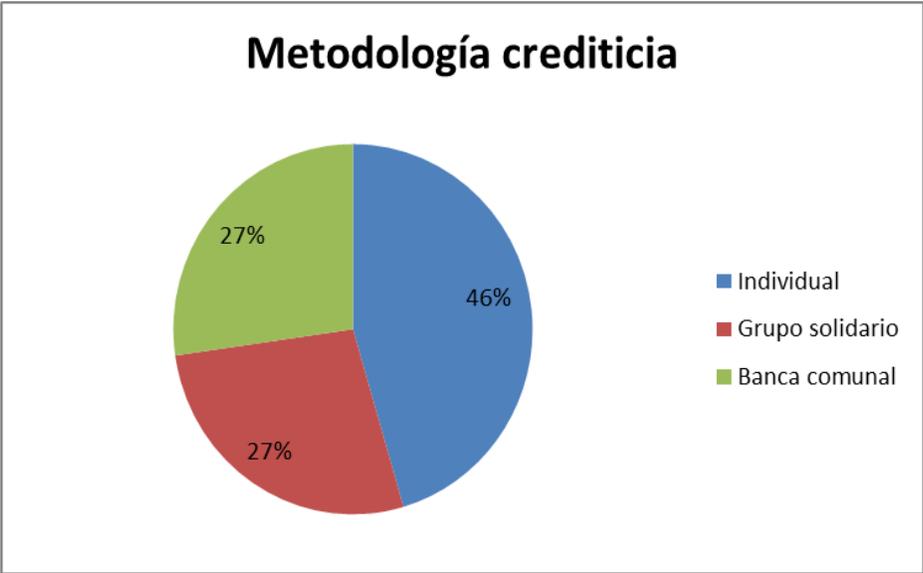


⁶ Los datos citados en el informe y expuestos en los cuadros provienen de la información relevada por los auditores de RADIM en colaboración con las IMFs participantes del proyecto.

El 71% de las IMFs surgen después de la crisis socioeconómica del 2001, de las cuales el 71% se hallan constituidas como organizaciones no gubernamentales y el 29% como sociedades anónimas. En Argentina, las IMFs no están reguladas, de modo que no pueden captar depósitos.



Las instituciones participantes aplican tecnologías crediticias variadas: individual, grupo solidario y banca comunal. El 46% de las mismas utiliza una tecnología crediticia individual, mientras que el 27% emplea grupos solidarios y el 27% restante, desarrolla bancas comunales. Algunas de las instituciones combinan la tecnología individual con otras modalidades como el grupo solidario o la banca comunal, principalmente como estrategia de fidelización de los prestatarios y como medio para brindar servicios más moldeables a las necesidades particulares de los prestatarios y sus emprendimientos.



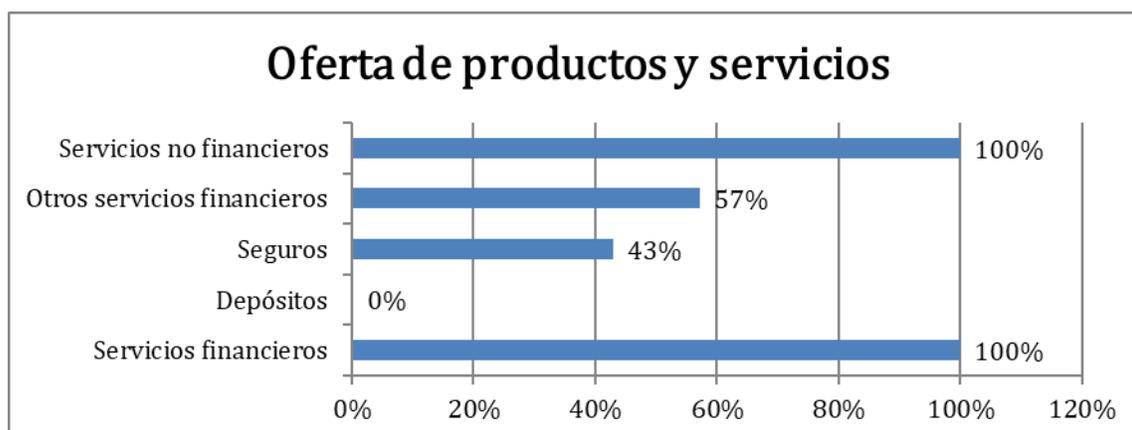
Miembros: Panorama de sus operaciones

Rango de productos

Todas las instituciones ofrecen una variedad de productos y servicios, tanto financieros como no financieros. En lo que respecta a la oferta de productos y servicios financieros, las instituciones abarcan una variedad relativamente amplia si bien se destaca por la oferta de microcréditos productivos. Es un factor a resaltar que todas las instituciones auditadas ofrecen servicios no financieros diseñados para complementar los servicios financieros de la IMFs y, al mismo tiempo, brindar acceso a servicios que contribuyen al mejoramiento de la sostenibilidad de los emprendimientos y a la calidad de vida de los prestatarios.

Debido a la falta de regulación para el sector microfinanciero, las IMFs no pueden captar ahorro de sus prestatarios de modo que no están habilitadas para brindar servicios financieros vinculados al ahorro. Esperamos que en el corto plazo se pueda avanzar en el camino de la regulación del sector que permita a las IMFs captar depósitos y brindar servicios de facilitación del ahorro para sus clientes. Esto sería beneficioso tanto para los prestatarios, que tendrían alternativas de ahorro que les resulten accesibles y familiares, como para el fondeo de las IMFs. En el próximo tiempo juzgamos que un avance podría ser tomar depósitos por cuenta y orden de los bancos por ejemplo sólo a clientes de las IMFs y con topes máximos. Sin embargo, en tanto los costos de traslado del dinero y de la seguridad no se reduzcan, a pesar de que sería muy valioso para los clientes, es difícil que pueda implementarse.

La regulación por parte de la autoridad monetaria no parece viable en el presente porque implicaría mayores costos por la información a producir y por las auditorías que habría que recibir.



Cobertura geográfica

La presencia de las instituciones se concentra fuertemente –84% de las agencias– en las zonas urbanas del territorio nacional mientras que la presencia en zonas rurales es baja –16% de las agencias. Esto se debe a dos motivos principales: por un lado, las zonas urbanas argentinas tienen alta densidad poblacional de modo que las IMFs apuntan a alcanzar a estas poblaciones. Por el otro, operar en zonas rurales tiene una estructura de costos sensiblemente mayor a la operación en zonas urbanas, cuestión que dificulta la cobertura de las zonas más retiradas de los centros urbanos. Surge como un desafío aumentar la cobertura de las IMFs en zonas semi-urbanas y rurales, particularmente del interior del país. Es necesario destacar que algunas de las IMFs que operan en las provincias del norte del país, tienen programas en zonas rurales dedicados a trabajar con las comunidades originarias de la región.

Dentro de estos centros urbanos densamente poblados, el 18% de las sucursales se encuentran en zonas muy pobres o excluidas. Sin embargo, dentro del 82% de las agencias restantes, muchas tienen presencia en centros urbanos de barrios populares y se encuentran próximos a asentamientos precarios. De este modo, aunque las agencias no se encuentren localizadas estrictamente en zonas calificadas como "muy pobres", la ubicación de muchas de ellas permite el fácil acceso a las poblaciones más vulnerables.



Desempeño financiero

En Argentina hay poco apoyo de los donantes locales o del exterior, las instituciones hacen grandes esfuerzos para autosustentarse –en promedio alcanzan un 90,7% de

cobertura de sus gastos. Los costos son altos debido a la escala pequeña, a las exigentes leyes laborales argentinas y a la escasez de fondeo de segundo piso.

La principal causa de la dificultad de autosustentarse es la falta de escala y su causa, la carencia de financiación para crecer. Esto se funda a su vez en los bajos patrimonios de las instituciones, en la escasez global de financiamiento y en la baja rentabilidad de las instituciones.

Este conjunto de instituciones suma ARS289,484M, aproximadamente USD17 MM, y atiende a 24.271 clientes, lo cual indica que el préstamo promedio es de ARS 11,927 o unos USD 702. Estos valores reflejan la profundidad que alcanza la industria.

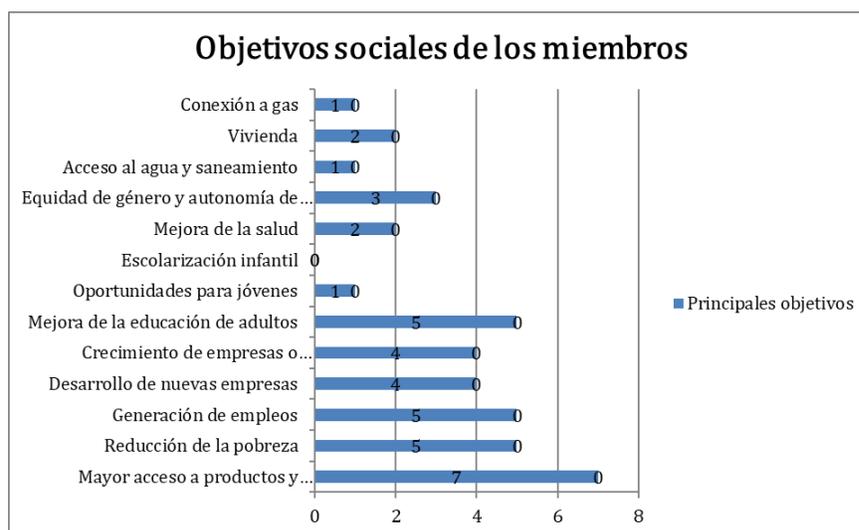
La cartera en riesgo a más de 30 días en promedio es de 4,6%. Algunas de las instituciones analizadas tienen 0%, sobre todo las instituciones que utilizan como tecnología la banca comunal. Los castigos ascienden en promedio a 0,9%, lo cual representa un valor bajo. El ROA promedio es de 8,8% con un rendimiento de cartera promedio de 61,9%.

METAS SOCIALES

**Nuestros miembros
tienen objetivos
sociales claros**

Además de promover la inclusión financiera a través de la financiación para capital

de trabajo, mejoras habitacionales y vivienda, nuestras instituciones desarrollan productos y servicios específicos para el sector. También abordan la educación financiera, promueven el desarrollo y crecimiento de los emprendimientos que atienden y, en algunos casos, facilitan el acceso a servicios básicos y promueven la reducción de la pobreza. La salud, la equidad de género y el empoderamiento son ejes fundamentales para algunas de nuestras IMFs.



Rango de clientes en nuestras instituciones

Las microfinanzas en Argentina son de carácter predominantemente urbano (84%). Dirigen su atención a personas mayores de edad de las zonas urbanas más densamente pobladas. El lento crecimiento de las microfinanzas en Argentina, signado por las dificultades de acceso a financiación, ha obstaculizado el acceso a zonas rurales ya que las urbanas aún no están cubiertas en su totalidad. Sin embargo, algunas de las instituciones están comenzando a trabajar en el sector rural para extender su cobertura incluso en regiones remotas y relativamente aisladas del noroeste argentino.

Cabe señalar que el 70% de sus clientes, son mujeres. Hasta el momento, las instituciones no han desarrollado programas específicos destinados a los adolescentes o la juventud en particular. Las instituciones brindan sus servicios a personas mayores de 18 años que cuenten con un emprendimiento, hay poca financiación de start-ups debido al riesgo de falencia de los mismos.

Foco en la pobreza

Nuestros miembros atienden básicamente personas que desarrollan sus actividades en un marco de informalidad laboral lo cual implica que, se trate de una estrategia explícita o no, mayoritariamente se atienden personas de sectores pobres o empobrecidos. El hecho de no tener acceso al mercado formal repercute negativamente sobre las condiciones de vida ya que estas personas, en su mayoría, quedan por fuera de los beneficios y protección social asociados al empleo formal.



Más de la mitad de nuestros miembros focalizan su actividad en la reducción de la pobreza (57%) mientras que aquellos que no lo hacen específicamente, de todas formas, impulsan a su reducción al financiar y acompañar emprendimientos productivos que contribuyen a mejorar los ingresos de las familias de los sectores populares. Actualmente,

dos instituciones dentro de la Red utilizan herramientas que permiten realizar un diagnóstico y una medición de los niveles y evolución de la pobreza de sus clientes. De hecho, una de ellas, Pro Mujer Argentina, acaba de terminar un extenso estudio donde se censó el nivel socioeconómico de todas sus socias (clientes) evaluando los ingresos, activos y vivienda, privaciones monetarias y no monetarias, salud y empoderamiento. El relevamiento, que se ha denominado Primer Encuesta de Segmentación de Socias (PESS), aborda el perfil sociodemográfico de las socias activas de PMA y aspectos relacionados con salud en general, salud sexual y reproductiva, y al acceso a las Tecnologías de la Información y Comunicación (TICs). Este estudio se usará de base para el desarrollo de servicios que permitan a las socias abordar mejor sus necesidades vitales. Asimismo, constituye una línea de base para medir los progresos de años sucesivos. También Pro.So.Co. cuenta con una herramienta para medir la evolución temporal de sus clientes en relación a la pobreza.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Nuestros socios ofrecen un conjunto de servicios financieros

Si bien el mercado argentino está focalizado en el microcrédito destinado a capital de trabajo, mejoras habitacionales y la construcción/adquisición de vivienda, recientemente se ha diversificado los productos que se ofrecen a los clientes. Hoy en día nuestro segmento cuenta con oferta de tarjetas de crédito, seguros, billeteras electrónicas y tarjetas prepagas. El advenimiento de las nuevas tecnologías y el posible desarrollo de corresponsalías no bancarias podrían abrir un juego interesante en el transcurso del próximo año.

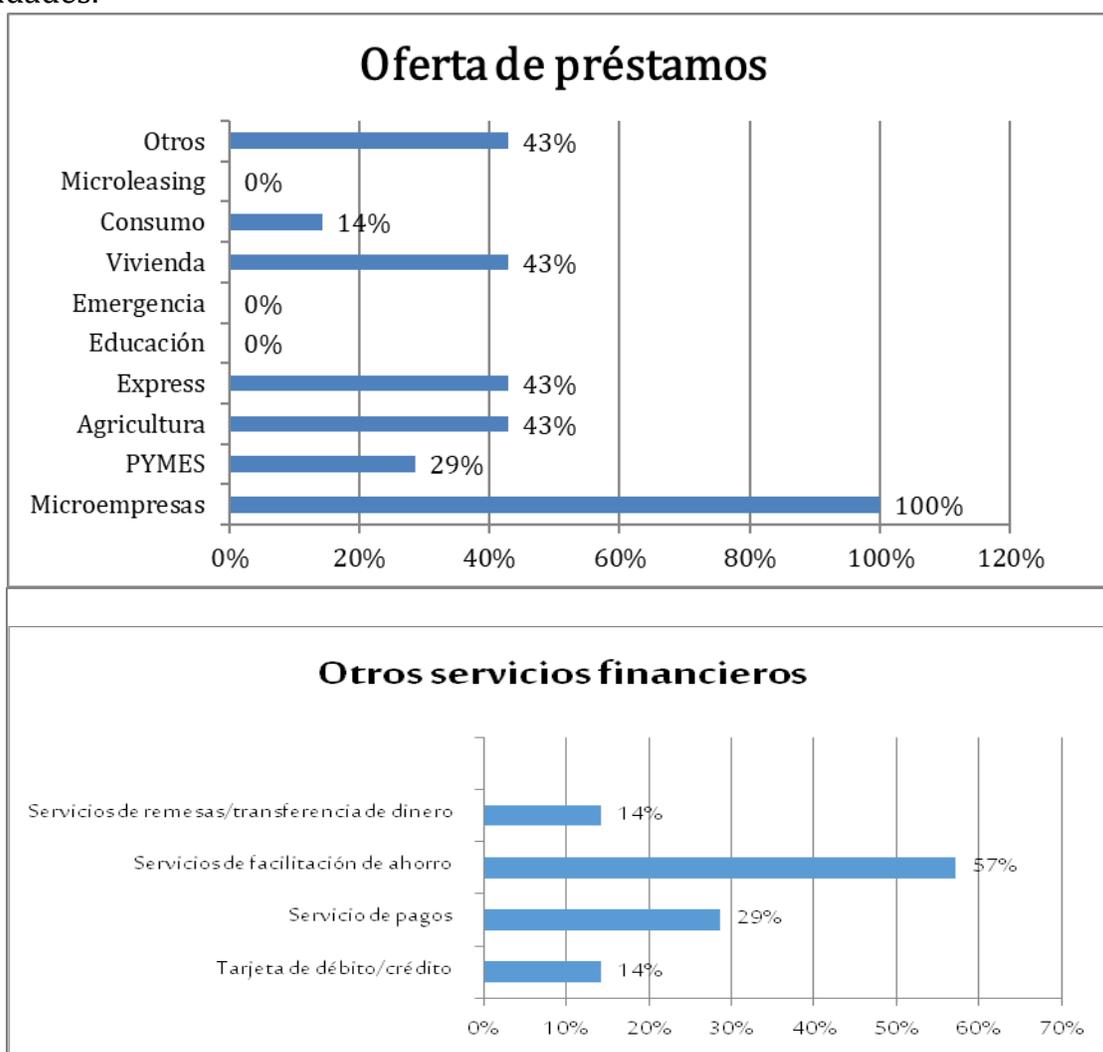
Nuevas tecnologías abren el camino a novedosos productos y servicios basados en aplicaciones telefónicas. De esta forma, se prevé una reducción en los costos transaccionales que facilitará la difusión y el acceso a los mismos.

Servicios financieros

Todas las instituciones tienen líneas de financiación para los microemprendedores y las microempresas. El 43% de las instituciones da préstamos para vivienda, agricultura o préstamos express. Sólo el 14% de las instituciones tiene líneas de financiamiento del consumo. Asimismo, el 43% de las instituciones tiene alguna línea de crédito orientada a

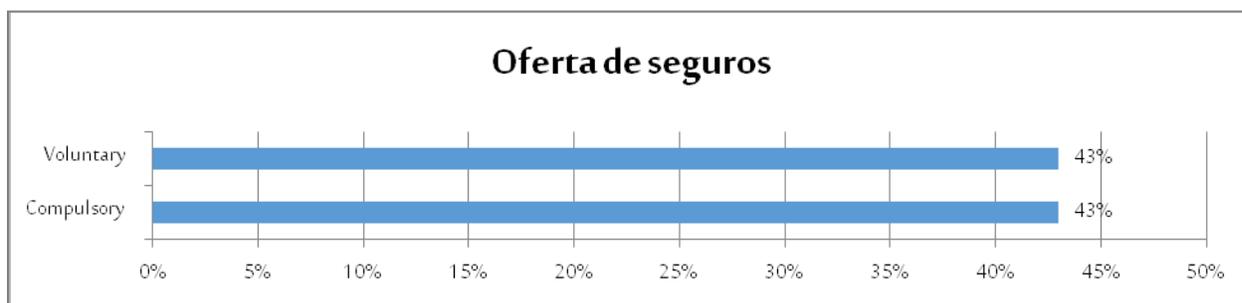
la adquisición o refacción de viviendas. En este marco, cabe señalar que una de las instituciones es un destacado articulador de fondos para financiar la conexión a servicios básicos tales como gas y cloacas de los hogares de sectores populares con carencias habitacionales.

Respecto a otros servicios financieros brindados, cabe señalar que algunas instituciones (14%) realizan transferencias de dinero y remesas o cuentan con tarjetas de crédito. Si bien en el mercado local las instituciones, al no ser reguladas, no pueden tomar ahorros; aquellas que emplean tecnologías de banca comunal promueven que los socios de las bancas desarrollen dispositivos propios que permitan su propio ahorro. De esta forma, las instituciones promueven el hábito del ahorro y capacitan a los socios de las bancas comunales para que tomen buenas decisiones financieras y puedan replicarlas en sus comunidades.



Seguros

En el plano local, sólo una compañía de seguros provee a la IMFs de seguros para el sector. Existe poca conciencia aseguradora en el segmento que abordamos. A la fecha, el 43% de las instituciones auditadas tiene una oferta que se concentra básicamente en el seguro de cancelación de deuda. En algunos casos, se ofrecen seguros de salud y sepelio.



Servicios no financieros

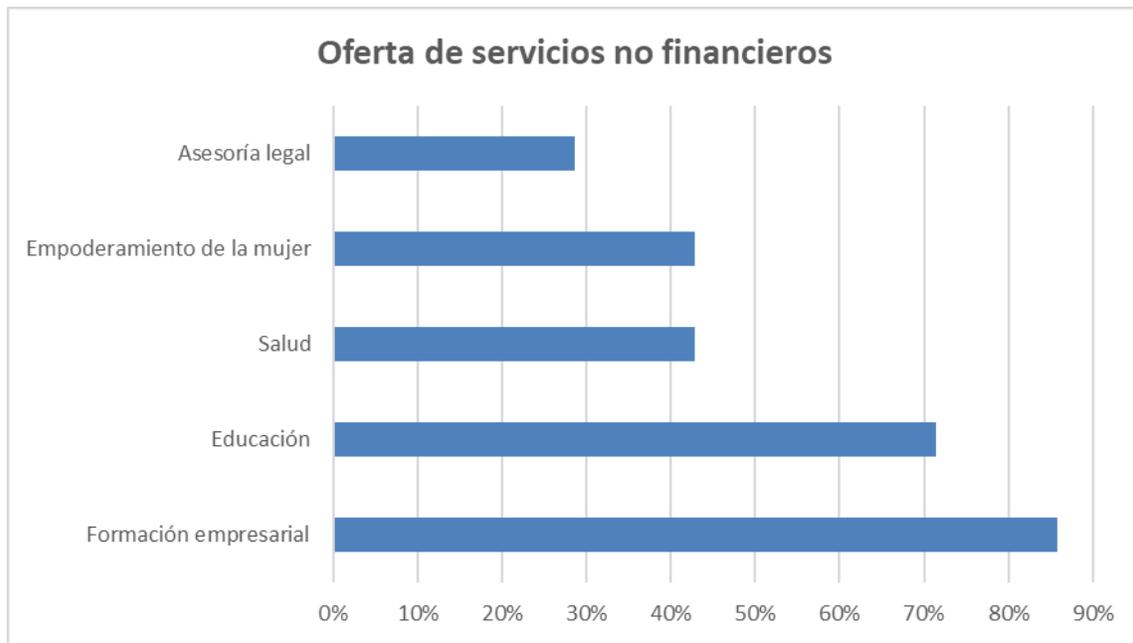
Nuestros socios también ofrecen servicios no financieros que están destinados a atender las necesidades de los clientes. Dentro de estos servicios, se destaca la oferta de capacitaciones en gestión de emprendimientos, formación empresarial y educación financiera. Las instituciones dan cursos gratuitos a sus clientes con el objetivo de contribuir a su formación y fortalecer la sostenibilidad de sus emprendimientos. Casi la mitad de las IMFs ofrece servicios destinados al mejoramiento de la calidad de salud de sus clientes y familias a través de la facilitación del acceso a servicios básicos de salud y, en otros casos, mediante el otorgamiento de seguros que permiten descuentos en medicamentos o acceso a cirugías.

Otra iniciativa destacable que llevan adelante algunas instituciones consiste en el ofrecimiento de patrocinio jurídico gratuito –en convenio con una ONG especializada en el tema⁷– para personas en situación de vulnerabilidad. Este servicio tiene un valor muy alto para aquellos clientes que necesitan resolver cuestiones jurídicas, vinculadas especialmente a temas de familia e identidad.

Finalmente, los distintos indicadores nos permiten observar la creciente importancia que la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer va adquiriendo en el sector microfinanciero argentino. Esto se evidencia tanto en la predominancia de la

⁷ Microjusticia Argentina

participación de las mujeres, tanto en el grupo de clientes como en la composición del personal, y en la oferta de servicios dirigidos específicamente a las mujeres. En este marco, las IMFs auditadas muestran un activo compromiso con la igualdad y el empoderamiento de las mujeres.



La mayoría de las instituciones proveen educación financiera y formación empresarial, más del 40% brinda acceso a la salud y trabaja sobre el empoderamiento de la mujer y casi un 30% les da acceso a servicios de asesoría legal.

Escuchando a los clientes

Existe disparidad entre las instituciones en cuanto al registro de los comentarios y quejas de los clientes y a la importancia que asignan a su resolución. Algunas instituciones tienen sistemas integrados de registro y resolución de quejas que conjugan vías múltiples para presentar reclamos y propuestas y cuentan con un responsable de seguimiento y con plazos establecidos para la respuesta. Otras instituciones, no han logrado

Argentina supera la puntuación media del estándar en la dimensión referida a tratar a los clientes responsablemente

Alcanza 74% en comparación con el 64% del resto del mundo, sólo América Latina lo supera con 76%.

establecer aún procedimientos formales de registro y solución de quejas, pero hemos observado que, en todos los casos, las instituciones identifican como prioritario dar una respuesta lo más satisfactoria posible a los clientes.

Un factor importante a tener en cuenta es la falta de personal para desarrollar actividades específicas que afrontar las instituciones. Muchas IMFs no cuentan con la posibilidad de contratar la cantidad de empleados que requerirían para fortalecer distintos aspectos de su gestión.

PROTECCIÓN AL CLIENTE

Los clientes tienen pocas opciones de financiamiento, su condición de informalidad limita su acceso al mercado de los bancos. Sin embargo, cada vez más los bancos públicos se involucran en este segmento y, en principio, avanzan sobre terreno ya trabajado anteriormente por otras instituciones. Por esta razón, el año próximo será importante cuidar que los clientes no se sobreendeuden. La cartera en riesgo mayor a 30 días es, en promedio, de 4,6%, y trabajamos para que disminuya.

Hay un pequeño rango de productos microfinancieros a los que los clientes pueden acceder, hasta ahora, el microcrédito productivo ha sido el principal o único producto en algunas instituciones. Esto se explica por la escasa oferta de productos microfinancieros dada la baja escala global de operaciones y la escasez de personal que, en algunos casos, limita la creación y comercialización de nuevos productos.

Nuestros clientes en general no tienen posibilidad de efectuar ahorros en nuestras instituciones. Además, los ahorros en moneda local han estado castigados por la inflación, por ello, los excedentes financieros suelen aplicarse a la compra de stocks o materias primas para los emprendimientos.

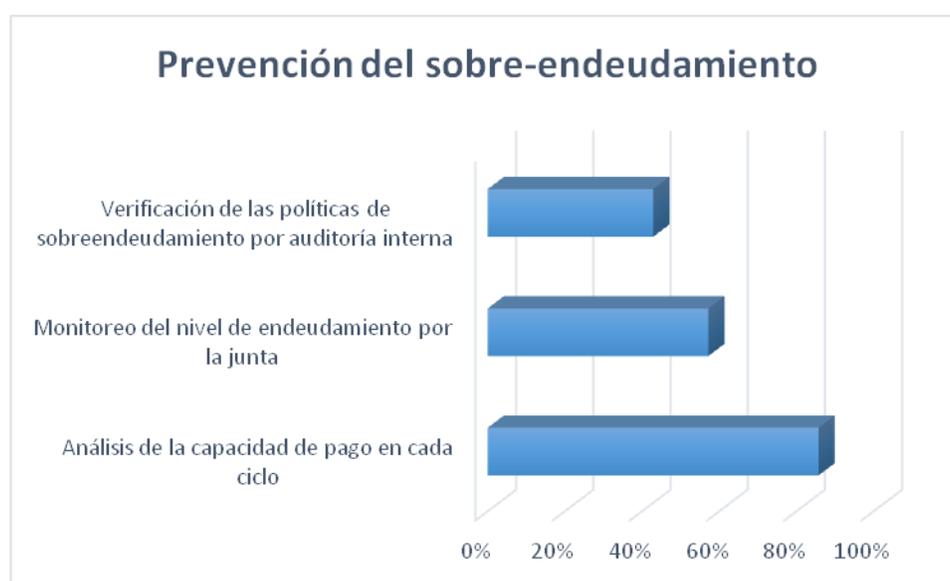
La oferta de seguros aún es limitada, en parte debido a que la población a la que se alcanza es de bajos ingresos y por lo tanto encuentran onerosa su adquisición, en parte porque las aseguradoras no encuentran este mercado apetecible y no desarrollan productos para el mismo. Con planteles magros, estos productos de baja rentabilidad, no resultan muy atractivos para las IMFs.

Nuestros socios trabajan para prevenir el sobreendeudamiento

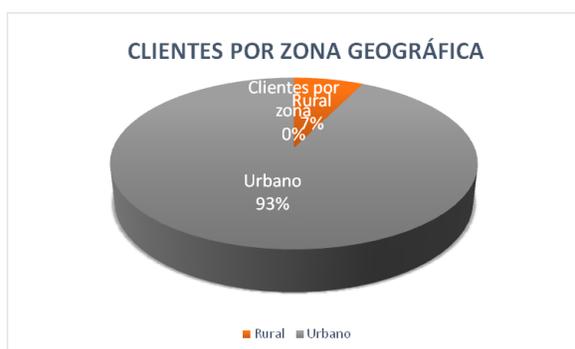
La totalidad de los socios que trabajan con tecnología crediticia individual consultan uno o más bureaus a la hora otorgar créditos. Esta práctica no se verifica en la banca comunal ya que el otorgamiento corre por cuenta de sus autoridades y no de la IMFs. De todas formas, actualmente las instituciones se encuentran revisando estas políticas.

El 80% de las instituciones verifica en cada ciclo la capacidad de pago, esto es así ya que las políticas internas en algunos casos establecen que para determinada antigüedad del cliente, no es necesario hacerlo. En un 40% de las IMFs la auditoría interna verifica el cumplimiento de las políticas de sobreendeudamiento.

Aún cuando las instituciones se esfuerzan por determinar el nivel de endeudamiento de sus clientes y tratan de evitar que éste se vuelva perjudicial para los mismos, en las poblaciones de menores ingresos, existen financiaciones informales que los bureaus de crédito no reflejan.



Amplia perspectiva de género



Nuestras instituciones están focalizadas en la financiación de un segmento tradicionalmente desentendido en Argentina: las mujeres de bajos ingresos. El compromiso con la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres se refleja con claridad en la composición de los clientes de las IMFs: el 70% de los clientes son mujeres.

Las microfinanzas en la Argentina están focalizadas en Ciudad de Buenos Aires, conurbano bonaerense y el noroeste del país (Salta, Jujuy y Tucumán). Asimismo, sus clientes son en un 93% de zonas urbanas. A diferencia de lo que sucede en otros países latinoamericanos, la oferta microfinanciera rural en Argentina es notoriamente limitada, si bien, distintas IMFs tienen agencias en zonas rurales de difícil acceso y se encuentran desarrollando estrategias para aumentar su presencia rural.

Las microfinanzas en la Argentina han tenido un lento desarrollo: las previsiones indican que la cartera bruta del sector podría multiplicarse en no menos de 20 veces en los próximos años. A medida que se densifique la financiación urbana, irá creciendo la de los sectores rurales tal como ha pasado en el resto del mundo.

ADMINISTRANDO Y PROTEGIENDO A LOS RECURSOS HUMANOS

Nuestros socios capacitan y apoyan a su personal para que puedan alcanzar excelentes resultados en lo social y financiero

Las instancias de inducción y capacitación permanente para los empleados es un factor característico de las IMFs de Argentina. Todas las instituciones tienen programas de capacitación diseñados para enriquecer y fortalecer las trayectorias laborales de sus empleados.

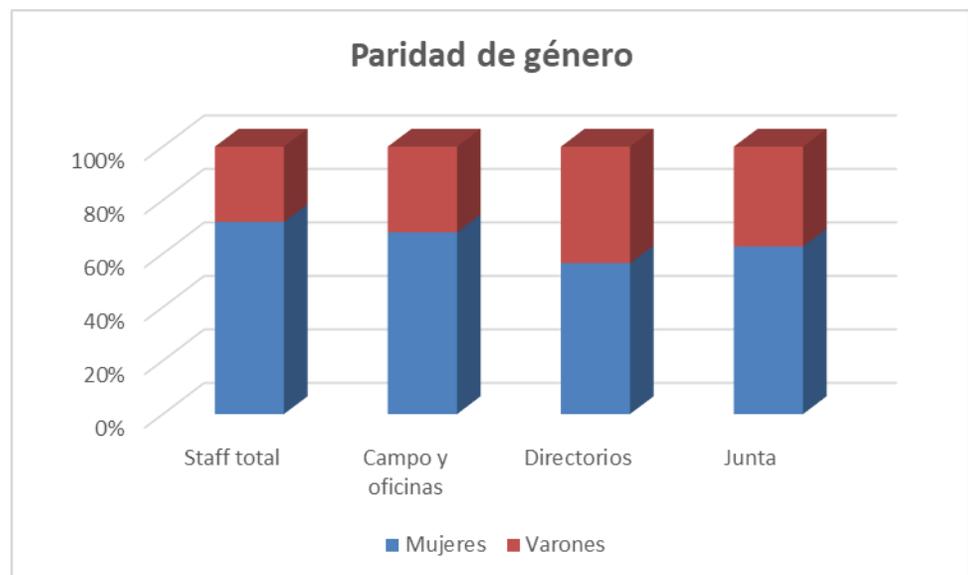
Nuestros miembros cumplen con los parámetros de igualdad de género

Alrededor del 60% del personal total de las IMFs auditadas está compuesto por mujeres. Esta característica se verifica tanto en el campo como en las oficinas. La proporción de mujeres disminuye levemente en el caso de la composición de las juntas y los directorios, pero sigue manteniéndose dentro de parámetros que cumplen con la paridad de género. Estas circunstancias se verifican en las distintas áreas geográficas cubiertas por las instituciones.

La alta participación de las mujeres en todos los niveles jerárquicos de las instituciones es una virtud a destacar del sector microfinanciero de Argentina. Estos niveles se encuentran dentro de los más elevados del mundo.

Nuestros miembros dicen “NO” a la desigualdad de género

La creciente participación de las mujeres en todas las instancias jerárquicas de las IMFs del país es una fortaleza característica de nuestras instituciones que nos llena de orgullo.

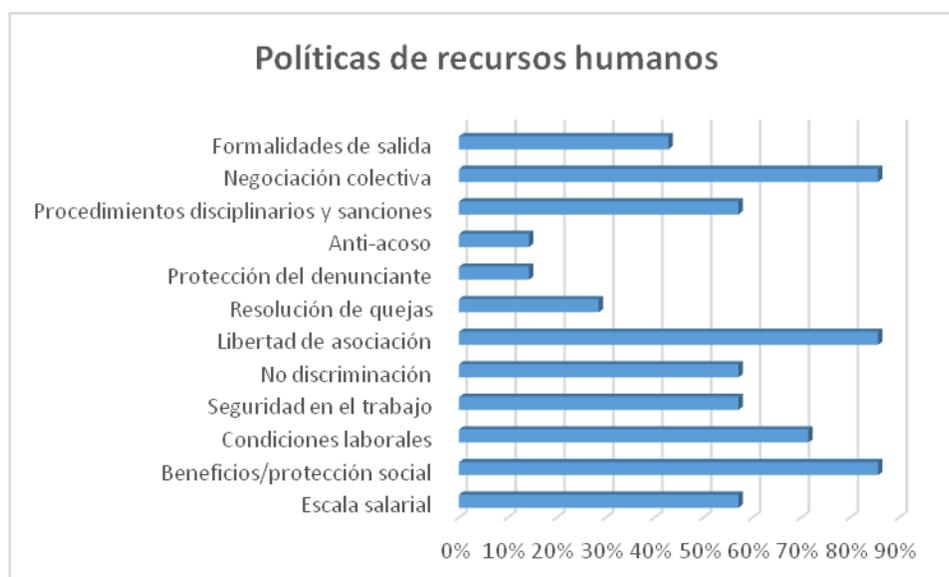


Condiciones laborales del personal

En Argentina la legislación laboral es exigente y relativamente homogénea para todos los trabajadores formales. Los derechos laborales incluyen las negociaciones colectivas de salarios, libertad de asociación gremial, parámetros de no discriminación, protección social (salud y jubilación), vacaciones, aguinaldo, indemnizaciones, entre otros. Las IMFs contratan a sus empleados formalmente por lo cual cumplen y respetan los derechos laborales correspondientes a sus trabajadores.

Debido a la extensa protección que brinda la exigente ley laboral argentina, muchas de las instituciones no cuentan con políticas propias, enunciadas de forma explícita, ya que la sola aplicación de la ley garantiza el cumplimiento de esos derechos y los trabajadores cuentan con distintas instancias sindicales y legales para demandar el cumplimiento de sus derechos.

Más allá de la cobertura y protección brindada por la legislación, las IMFs argentinas deben avanzar en el camino de la medición del clima laboral interno y la satisfacción de sus empleados. Estos estudios brindan insumos muy valiosos para la dirección estratégica de las instituciones. Confiamos que el crecimiento de las instituciones brindará las condiciones suficientes para que puedan seguir avanzando en esta dirección.



SITUACIÓN DEL DESEMPEÑO SOCIAL EN ARGENTINA

La siguiente tabla resume el puntaje general –resultante del promedio de los puntajes de todas las IMFs auditadas- obtenido en cada dimensión y sus correspondientes subdimensiones. A continuación, se analizan los resultados desagregados por dimensión en comparación a las medias de América Latina y el mundo en general.

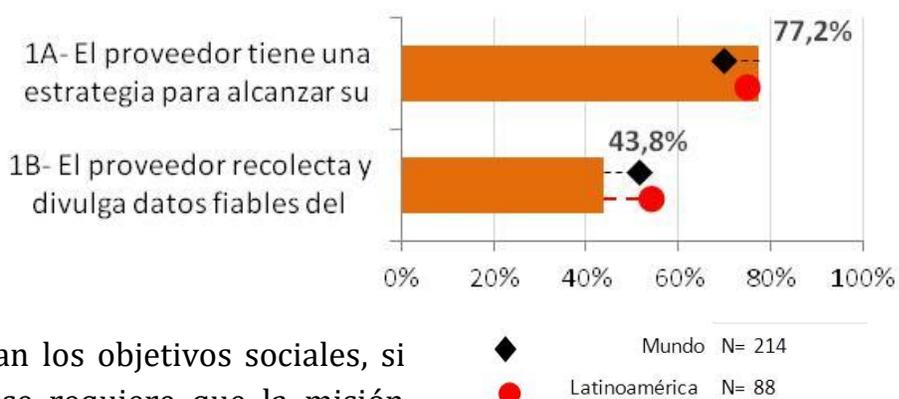
Estándares universales de GDS
Puntaje medio por dimensión y estándar, de las 7 IMFs que han realizado un SPI4

1- DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES	61%
1A - Estrategia social	77%
1B - Comunicación de datos a nivel de clientes	44%
2- COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS SOCIALES	61%
2A - Compromiso de la Junta	51%
2B - Compromiso de la alta dirección	64%
2C - Compromiso de los empleados	67%
3- DISEÑAR PRODUCTOS QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES	60%
3A - Necesidades y preferencias de los clientes	49%
3B - Beneficios para los clientes	72%
4- TRATAR A LOS CLIENTES RESPONSABLEMENTE	74%
4A- Prevención del sobreendeudamiento	77%
4B- Transparencia	90%
4C- Trato justo y respetuoso de los clientes	58%
4D- Privacidad de los datos del cliente	83%
4E- Mecanismos para la resolución de quejas	61%
5- TRATAR A LOS EMPLEADOS RESPONSABLEMENTE	67%
5A - Política de RRHH	62%
5B - Comunicación de las condiciones de empleo	83%
5C - Satisfacción de los empleados	56%
6- EQUILIBRAR EL DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO	68%
6A- Tasas de crecimiento	74%
6B- Armonización de los objetivos	57%
6C- Tarifación	81%
6D- Remuneración	59%
Total	65%

1) Definir y monitorear los objetivos sociales

Esta dimensión se refiere a la importancia de que una institución describa claramente sus objetivos sociales y explicita de forma concisa la manera en que su trabajo lleva a cabo esos objetivos y la forma en la que medirán su progreso hacia esos objetivos. Las IMF argentinas definen y monitorean los objetivos sociales, si bien en algunas instituciones se requiere que la misión estipule cómo logrará aquello que se propone hacer de forma clara y concreta. Estas instituciones nacen de la inspiración de sus accionistas, mayormente luego de la gran crisis argentina del 2002. Al ser pequeñas, se encuentran muy cerca de su cliente, conocen el monto y plazo del préstamo a otorgar a cada cliente y monitorean que no se sobreendeuden. A la vez, la proximidad los habilita a comprender el impacto de su accionar y accionar para conservar el cliente objetivo. Todas las instituciones de la Red participan del relevamiento de instituciones que RADIM efectúa trimestralmente y permiten su libre publicación. Las instituciones comerciales más grandes, FIE Gran Poder y OMLA, reportan información sobre su cartera al Banco Central, de modo que pueden consultarse on line.

1- DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES



En otro plano, cabe señalar que, por ejemplo, Pro Mujer Argentina -que tiene como tecnología la banca comunal-, advirtió que un conjunto de sus socias con un extenso recorrido en la institución, requería de montos mayores y decidió recientemente desarrollar préstamos individuales de mayor monto para permitirles seguir creciendo.

En este campo, nuestro país alcanza los valores similares a los del resto del mundo (61%). En la industria de América Latina, el valor llega al 65%, mostrando la importante evolución de países como Bolivia y Perú. Algunas instituciones como ADRA Perú hemos podido verificar que cuentan con un diagnóstico de pobreza y seguimiento de la evolución de sus clientes excelente. En el plano local, Nuestras Huellas sigue su metodología.

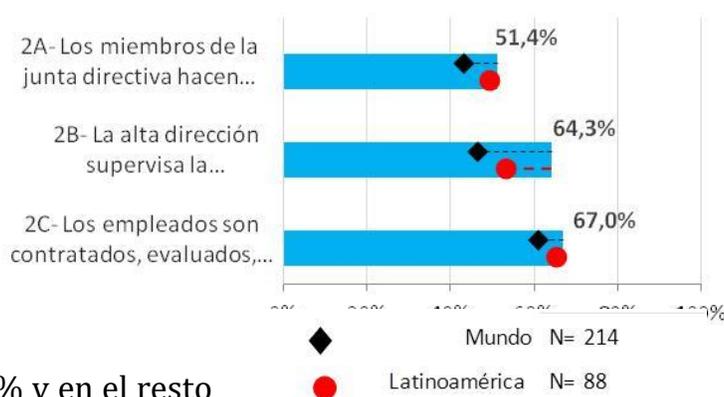
Las siete instituciones auditadas poseen misiones que buscan definir y explicitar sus objetivos sociales. Son más exitosas en la definición de los objetivos sociales (77%), obteniendo resultados acordes a la región y superiores al mundo. En cuanto a la comunicación de los datos a nivel de los clientes (44%), Argentina se encuentra por debajo de los puntajes internacionales. Las instituciones deben consolidar sus estrategias comunicacionales para fortalecer este aspecto.

También, hemos detectado algunas misiones que necesitan incorporar de manera explícita la forma en que se plantean alcanzar sus objetivos sociales. En este sentido, es necesario avanzar en el desarrollo de herramientas que permitan medir de forma efectiva los avances realizados respecto a la correcta implementación de las misiones y cumplimiento de los objetivos sociales de las instituciones. El desarrollo de nuevas tecnologías y softwares de gestión contribuirán en el mejoramiento de este aspecto. De hecho, algunas de las instituciones se encuentran actualmente avanzando en esta dirección.

2) Compromiso con los objetivos sociales

Para que la estrategia de la institución se pueda llevar a cabo exitosamente, este compromiso ha de verificarse en todos los niveles de la organización: Junta Directiva, la gerencia y el personal. En esta dimensión, Argentina tiene un desempeño importante. Supera los puntajes registrados en los demás países siendo que para Argentina el puntaje es de 61%, en Latinoamérica 56% y en el resto del mundo 50%.

2- COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS SOCIALES

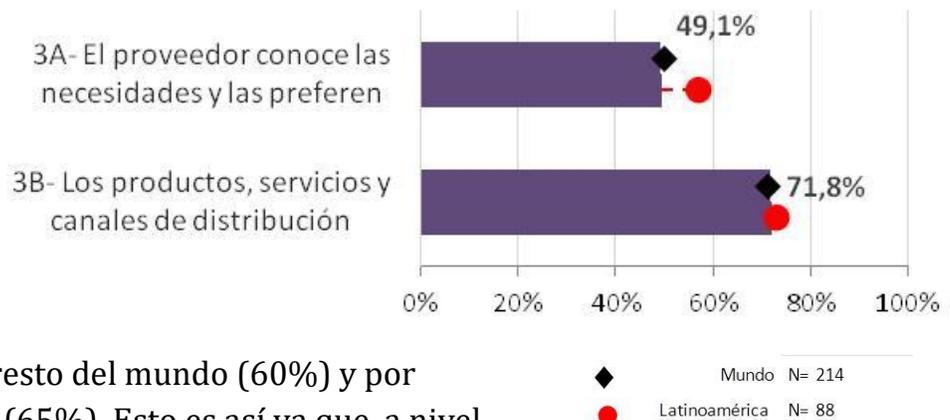


Los valores más altos son registrados a nivel de los empleados que se comprometen con la misión y objetivos sociales de las instituciones. Al igual que en el resto del mundo, las IMFs argentinas deben avanzar en el fortalecimiento del compromiso de las juntas directivas con la gestión del desempeño social.

3) Diseñar productos que respondan a las necesidades de los clientes

A fin de poder responder cabalmente a las necesidades de los clientes se requiere recopilar información sobre sus necesidades y preferencias y adaptar los productos y servicios a fin de servirlos mejor. En este aspecto, Argentina está a un nivel comparable al resto del mundo (60%) y por debajo de América Latina (65%). Esto es así ya que, a nivel regional, la escala de mercado permite avanzar con múltiples productos rentables que consolidan una oferta microfinanciera variada.

3- DISEÑAR PRODUCTOS QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES



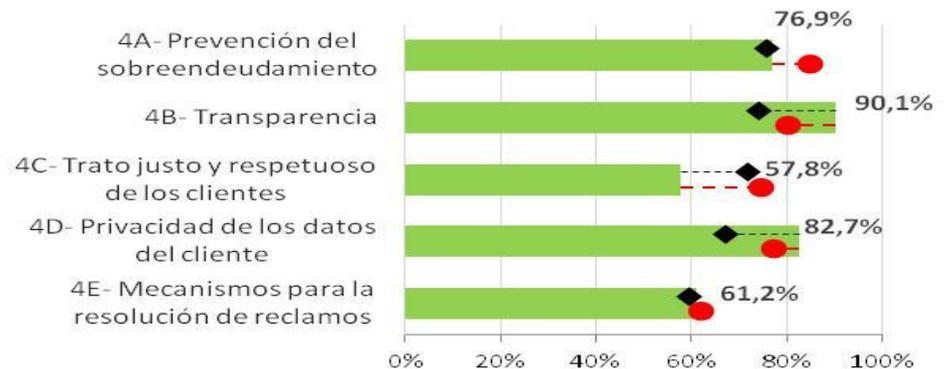
En este aspecto, las instituciones muestran mayores dificultades para relevar las necesidades y preferencias de los clientes a fines de ofrecer una mayor variedad de productos y servicios. En este sentido, es preciso destacar que el volumen actual de cobertura de las IMFs locales dificulta el desarrollo de una oferta variada de productos y servicios. Asimismo, las instituciones encuentran costo desarrollar estudios de mercado.

4) Tratar a los clientes responsablemente

A nivel general, Argentina obtuvo un 74% frente al 69% del resto del mundo. América Latina, ayudada por su legislación que establece normativas claras para el sector, obtiene el mayor puntaje (76%). En Argentina, se observan prácticas adecuadas en cuanto a la transparencia, la privacidad de los datos de los clientes y la prevención del sobreendeudamiento. Dentro de ellas, la que más se destaca es la búsqueda de transparencia (90%) y la que mayor trabajo requiere es el trato justo y respetuoso de los clientes (58%).

El menor puntaje obtenido en esta subdimensión se debe a la dificultad que las IMFs encuentran para desarrollar sistemas y estudios de evaluación de la satisfacción de los clientes debido a distintos motivos tales como la falta de fondos o personal para realizarlos.

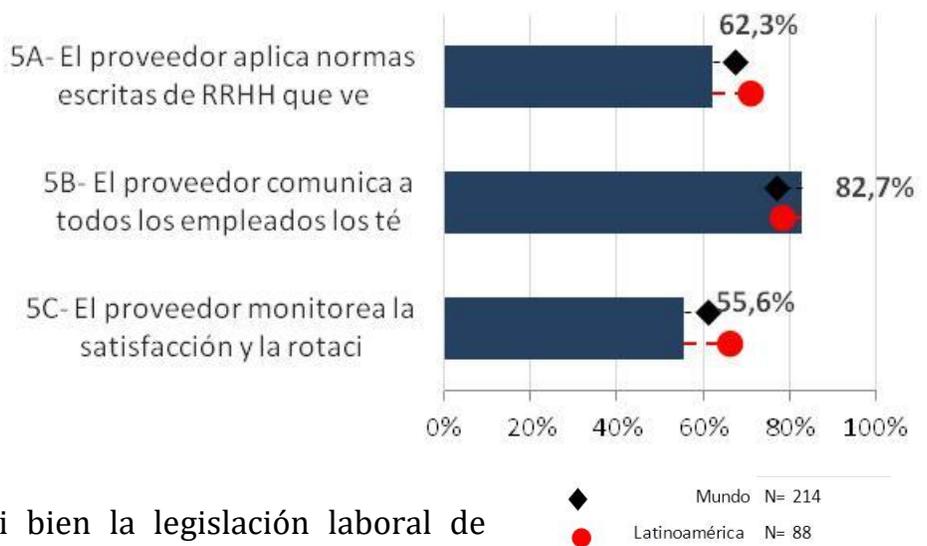
4- TRATAR A LOS CLIENTES RESPONSABLEMENTE



5) Tratar a los empleados responsablemente

Argentina presenta valores inferiores a los internacionales (67% vs. 72% de América Latina y 68% del resto del mundo) ya que, como la ley lo prevé, muchas instituciones no desarrollan manuales ni explicitan sus políticas de recursos humanos. Cabe señalar que tampoco son frecuentes las encuestas. Si bien la legislación laboral de Argentina es muy exigente y contempla casi todos los aspectos, en muchos casos las IMFs no se la apropian mediante manuales o prácticas que las reflejen plenamente. Esto lleva a que la puntuación sea levemente más baja que la general. A medida que las IMFs puedan crecer sostenidamente, lograrán avanzar en la medición de la satisfacción de sus empleados y el fortalecimiento de las áreas de recursos humanos.

5- TRATAR A LOS EMPLEADOS RESPONSABLEMENTE



◆ Mundo N= 214
● Latinoamérica N= 88

6) Equilibrar desempeño social y financiero

Dada la magnitud actual de la cartera de microfinanzas en Argentina, no sorprende que su desempeño (68%) sea inferior en comparación con América Latina (77%) y el resto del mundo (74%). El mercado local es resiliente ya que, en un contexto en el que no ha habido políticas de apoyo importantes para el sector, este ha logrado sobrevivir y perdurar en el tiempo. Argentina se destaca en el establecimiento responsable de precios, ubicándose en valores consistentes con los del mundo y la región. Si bien en Argentina los precios son altos, la elevada estructura de costos laborales y de fondeo dificulta la sostenibilidad de las instituciones. Sólo dos de las IMFs analizadas logran la autosostenibilidad lo cual demuestra que los precios establecidos se corresponden con las estructuras de costos, la cual tiene una incidencia significativa en la composición de las tasas.

El aspecto que requiere mayor atención es el alineamiento de los inversores, prestamistas, junta y gerencia con los objetivos sociales del proveedor para que puedan adoptar una estructura financiera apropiada para la

combinación de fuentes, términos y rendimientos deseados.

La escasa oferta, especialmente de financiadores alineados con los objetivos sociales de los proveedores, dificultan la

optimización del fondeo. Cabe señalar que las IMFs logran reflejar transparentemente la estructura de financiación en sus estados financieros auditados anualmente.

En el nuevo contexto, con menor inflación y mayor acceso a la financiación que estamos enfrentando de cara al 2018, cabe esperar que las instituciones puedan aumentar tanto la cantidad de clientes como lograr mayores carteras. En este escenario prometedor, confiamos en que las IMFs dispondrán de los recursos para continuar avanzando en el desarrollo del sector microfinanciero de Argentina.

6- EQUILIBRAR EL DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO



El nivel de las tasas de interés en las microfinanzas en Argentina y el debate de precios responsables

Precios responsables son aquellos que permiten la sostenibilidad de la IMF y que pueden ser pagados por el cliente (Indicator 6C11, SPI4 Audit Guide 2017, Cerise). En ese sentido, argumentamos que en Argentina los precios son altos pero son responsables ya que, como demuestra este informe, apenas tres instituciones son autosustentables. Existen altos costos de operación debido a la baja escala que poseen las microfinanzas, al escaso y oneroso fondeo que reciben, al costo de su personal, al bajo crédito promedio que otorgan y a la escasa adopción de tecnologías reductoras de costos.

Blanca Aldasoro, en el Estudio sobre las Tasas de Interés de Microcrédito en México, señala que la tasa promedio de interés en México en el 2015 fue de 74,7%. Ese año la inflación ascendió al 2,13%. Las tasas nominales de interés de las instituciones analizadas en Argentina en el 2017 están a niveles similares a los mexicanos con una tasa de inflación nacional diez veces superior (25%). Quiere decir esto que la tasa real de interés es mucho más alta en México que en Argentina y por ende mucho más retributiva para las instituciones.

La inflación debe ser incluida en la tasa de interés a fin de preservar la capacidad adquisitiva de la cartera de créditos, de otra forma, al recuperar un crédito, ese importe no financiaría la misma cantidad de bienes. Eso *per se* elevaría las tasas de Argentina más de 20 puntos en relación a México, sin embargo, las tasas son similares.

Nuestras consideraciones coinciden con las de Aldasoro en el sentido de que para reducir las tasas de interés, se requieren más volumen y menores costos. El escaso volumen en Argentina es función de la disponibilidad de financiación que reciben las IMFs, ya que existe demanda insatisfecha. Para lograr su reducción, es crucial lograr fondeo. Es importante trabajar en rentabilizar a las instituciones con mayores volúmenes y mediante la innovación en los procesos de búsqueda, calificación y seguimiento del cliente.

En Argentina se están empezando a recorrer estos caminos, por un lado se comienza a securitizar carteras de las instituciones en el mercado de valores, por otro, casi todas las instituciones están analizando nueva tecnología para eficientizar sus procesos.

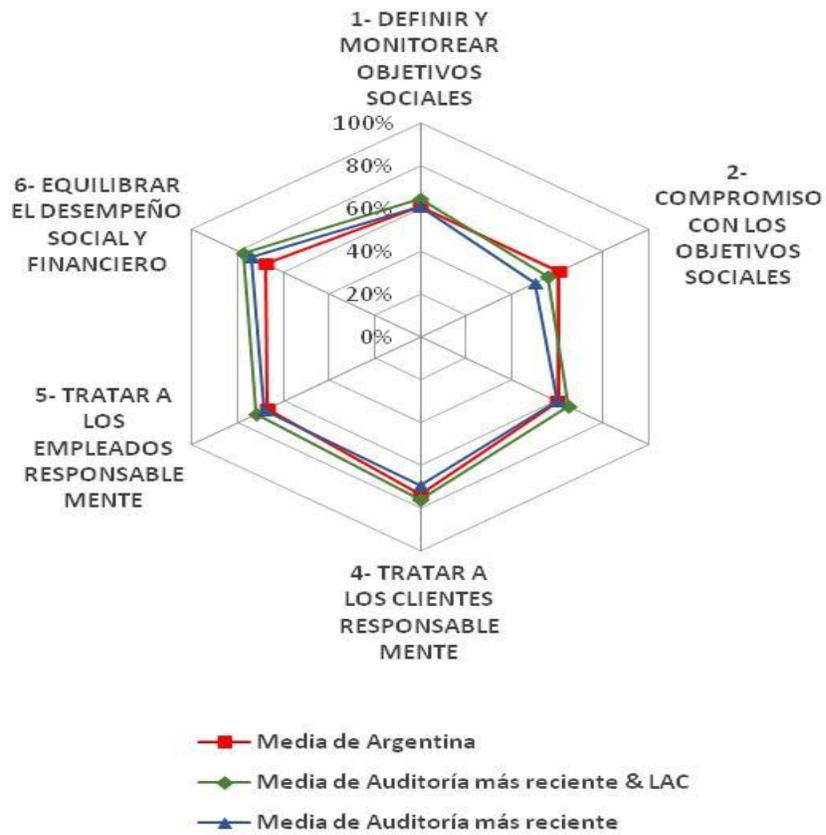
La baja rentabilidad de las instituciones y sus magros patrimonios no favorecen el fondeo, por eso la apertura al mercado de valores será importante. La financiación bancaria es escasa y las instituciones públicas que fondean la actividad poseen montos acotados para acompañar a las IMFs por eso, esta vía es interesante ya que no depende del patrimonio.

Benchmark: Una mirada comparativa hacia la región y el mundo

Los siguientes gráficos resumen comparativamente los resultados obtenidos por cada dimensión y los comparan con los puntajes del mundo y la región latinoamericana.

Puntaje medio por dimensión de las 7 IMFs miembros de RADIM comparado con las IMFs de la región de Latinoamérica y del resto del mundo

	IMFs miembros de RADIM	IMFs de la región de Latinoamérica	IMFs del resto del mundo
Numero de IMFs	7	88	214
1- DEFINIR Y MONITOREAR OBJETIVOS SOCIALES	61%	65%	61%
2- COMPROMISO CON LOS OBJETIVOS SOCIALES	61%	56%	50%
3- DISEÑAR PRODUCTOS QUE RESPONDAN A LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES	60%	65%	60%
4- TRATAR A LOS CLIENTES RESPONSABLEMENTE	74%	76%	69%
5- TRATAR A LOS EMPLEADOS RESPONSABLEMENTE	67%	72%	68%
6- EQUILIBRAR EL DESEMPEÑO SOCIAL Y FINANCIERO	68%	77%	74%
Total	65%	68%	64%



Acerca de RADIM

RADIM es una red de instituciones de microcrédito nacida en 2004 que se dedica a la inclusión financiera. Abarca a los 20 principales actores de las microfinanzas en Argentina. Tiene como propósito el mutuo fortalecimiento, mediante la capacitación y el intercambio, la búsqueda de financiamiento y la incidencia en políticas públicas referentes a la inclusión financiera. Asimismo, procura ser el centro de información sectorial, publicando los datos de los asociados y de todo el sector. Sus socios financian a personas que, en su mayoría, se encuentran en la informalidad, apoyándolos en distintos aspectos, no sólo vinculados a lo financiero sino que, en muchos casos, brindan servicios de capacitación, salud y empoderamiento.



Hemos dedicado este año al conocimiento y difusión del SPI4 de la mano de Cerise, Oikocredit y el Social Performance Task Force. Para ello, contamos con el auspicio de la Fundación Ford a través del Microfinance Centre de Polonia.

Hemos realizado 7 auditorías sociales de nuestros socios que hemos sintetizado en este trabajo.

Nuestros miembros son:

- ALTERNATIVA 3
- ASOCIACION PARA EL DESARROLLO REGIONAL DE CERES Y HERSILIA
- AVANZAR
- CORDIAL
- ECLOF
- FIE GRAN PODER
- FUNDACION BANCO DE LA MUJER
- FUNDACION FRANCISCANA
- FUNDACION PRO VIVIENDA SOCIAL
- FUNDACION VIVIENDA DIGNA
- MUJERES 2000
- NUESTRAS HUELLAS
- OMLA
- POTENCIAR MICROEMPRESAS
- PROGRAMA ALUMBRA, FUNDACIÓN BANCO MACRO
- PROVINCIA MICROEMPRESAS
- PROMUJER ARGENTINA
- Pro. So. Co.
- WARMÍ SAJASUNGO
- TECHO

Para más información, contacte:

María Silvia Abalo / Directora Ejecutiva
msabalo@reddemicrocredito.org