

Serie de Implementación del SPTF

Sección 1: Definir y Monitorear los Objetivos Sociales

Martes, 3 de diciembre de 2013

Moderadora: Cara Forster, Asociada del SPTF

Panelistas: Gloria Díaz, Gerente del Programa de Microfinanzas, CrediMUJER de Manuela Ramos, Perú;
Ever Egúsqiza, Jefe del Area de Desarrollo Económico, COPEME, Perú

Introducción

Resumen de los dos estándares y las prácticas esenciales que se discuten en esta sesión:

- 1a. La institución tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales.
- 1b. La institución recopila, reporta, y garantiza la precisión de los datos al nivel del cliente que son específicos para las metas sociales de la institución.

Entrevista con Gloria Díaz, Manuela Ramos

- **Manuela Ramos** es una asociación civil privada que nació con una orientación social. Hay diferencia en cómo la institución maneja la gestión de desempeño social; en la mayoría de las IMF la GDS es más una respuesta a las críticas sobre cosas como el sobreendeudamiento de clientes. En el caso de MR, la misión específica a nivel del programa de microfinanzas es contribuir al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres, pero de mujeres emprendedores en negocios de bajos recursos y en zonas urbanas marginales o rurales.
- **El proceso que la institución utilizó para revisar la misión** - Cada 5 años hace el proceso de revisar las estrategias y revisar si los objetivos siguen relevantes. Es un proceso participativo (todo el equipo de programa participa) y sistemático.
 - Recogen información de los últimos años del programa utilizando varias metodologías y se presenta la información en dos talleres de planeamiento estratégico. Hay grupos que revisan la misión y visión y después comparten en una plenaria para ver si van a ajustar la misión que tiene y en qué términos. Después hacen una revisión de los objetivos estratégicos y las estrategias para alcanzarlos. El Consejo Directivo interno y la Asamblea hacen la aprobación. Después se comunican los cambios a todo el personal.
- **Clientes Meta de MR** - Enfocan el trabajo 100% en las mujeres porque enfrentan desigualdad, dependencia y subordinación frente al varón en la sociedad. Específicamente las mujeres emprendedoras en negocios de bajos recursos y en zonas urbanas marginales o rurales.
- **Definir los objetivos sociales** - El objetivo es global 'contribuir al empoderamiento y autonomía de las mujeres.' Brinda servicios de crédito y ahorro a través de la metodología de bancos comunales. También trabaja para fortalecer las capacidades de las mujeres sobre derechos humanos, de vivir una vida sin violencia, mantener la salud, y tener un ingreso y disponer de él. Ha tenido resultados medios con el porcentaje de bancarización y mujeres capacitadas. Cuenta con un sistema de monitoreo y evaluación.
- **Medición de los objetivos sociales** - Han incorporado el PPI para medir el nivel de la pobreza de las clientas. Lo introduce con las clientas nuevas para ver cuántas cumplen con el perfil del cliente meta (mujer, de bajos recursos, etc.). Hicieron un estudio de impacto en el 2003 de los bancos comunales y decidieron en los indicadores a seguir y es la base para los indicadores de género que tiene actualmente. Han priorizado 6 indicadores de género para usar a largo plazo.
- **Medición de las metas sociales** - Son la cuantificación de los objetivos sociales. Las metas sociales son parte del planeamiento estratégico y también se revisan anualmente. En el tercer o cuarto año del plan es cuando puede ver los cambios más fuertes.

- **Incorporación de la tecnología** - siempre MR está buscando maneras de incorporar la tecnología en sus programas. Como muchas mujeres saben cómo usar el celular, MR trata de aprovechar de eso, envía mensajes y con los videos que ha producido, esto dinamiza mucho las opciones de difundir información.
- Preguntas de participantes y de la moderadora:
 1. *Las personas que hacen los grupos focales - son los agentes de crédito o diferentes personas que hacen esa función?* MR contrata personas externas. Todo el desarrollo de las encuestas está llevado interno pero contrata a personal externo para hacer la toma de información. Son personas calificadas en ese tipo de trabajo.
 2. *Como lo hace para tener el presupuesto suficiente para hacer el proceso de entrevistar a los clientes?* Justamente los costos son elevados. Tuvieron un proyecto que le permitió hacer el monitoreo y desarrollar el sistema y metodología. También, el próximo año va a trabajar con las universidades con la metodología de medición para ver si hay ajustes que puede hacer. Puede implementar a la magnitud el monitoreo de proyectos que compensan los costos.
 3. *Cuantos bancos comunales maneja cada asesor?* En zonas selva, tienen 27 bancos y un promedio de 20 mujeres por banco. En zonas tierra, puede ser casi igual tal vez 25 bancos pero el número de mujeres es menor, 17 socias por banco.
 4. *Cómo realizan la verificación de la información que levantan los asesores y cuántas encuestas de diferente mediciones maneja cada asesor?* Los asesores de crédito no manejan las encuestas. La única encuesta manejada por los asesores es el PPI. La encuesta de género es levantado por personas externas.
 5. *Quién verifica y entrega la información en la institución?* El procesamiento y entrega de información se realiza interno.
 6. *Cuáles son las principales estrategias para las mujeres para aumentar sus ingresos?* Las mujeres tienen acceso a crédito para el negocio a través de los bancos comunales. También MR fortalece sus capacidades empresariales, en algunos casos MR ha conseguido asistencia técnica para las mujeres para mejorar un producto o introducir un nuevo producto para aumentar la venta y los ingresos.
 7. *Cuáles recomendaciones tiene para las otras IMF que les gustaría tener un sistema parecido a lo que tiene MR en definir y monitorear los objetivos sociales?* Todo viene a partir de la misión y hay que tener claridad de que resultados quiere la institución. Sobre esta base puede construir la misión y bajar de allí para definir las estrategias para realizar la misión y alcanzar los objetivos.
 8. *Además de los proyectos para poder dar los servicios no-financieros a sus clientas, la institución tiene otras alianzas para controlar los costos o asegurar los servicios?* Sí, en el caso de asistencia técnica realiza alianzas con Centros Educativos Ocupacionales (CEOs). Buscan alianzas con instituciones (públicas o privadas) que tiene programas sociales y objetivos sociales para hacer puente para que las mujeres puedan acceder a los servicios. Igual con la salud, implementa ferias de salud y coordina con el centro de salud de la zona para que ellos brinden sus servicios a las clientas.
 9. *Podría contar un poquito más sobre los servicios no-financieros?* Tiene módulos sobre el género y derecho que son participativos y utilizan metodología de educación adulta. También tiene módulos de gestión empresarial con secciones en cómo aumentar la venta, cómo evitar deuda, etc. Todo es en un nivel básico.
 10. *Qué ha hecho MR para ver cómo su proceso de planificación y monitoreo compara con los Estándares?* Tiene una misión con objetivos sociales claramente definidos y estrategias y indicadores. Pero todavía hay un camino por seguir avanzando.

Comentarios de Ever Egúsquiza, COPEME

- COPEME es una red nacional de instituciones de microfinanzas, principalmente las ONG. Con los miembros decidieron a trabajar en la GDS pero al principio el modelo de trabajar no fue muy claro. La red tuvo el reto de diseñar cómo iba a implementar la GDS con los miembros. Ha trabajado con otras organizaciones cómo el Consorcio Imp-Act desde el 2004 y la red ha pasado por un camino haciendo avances en la implementación de la GDS.
- Cuando habla del temas de GDS no es un tema aislado, es una parte de la estrategia principal de trabajar con sus clientes meta.
- La red trata de hacer más visibles los resultados sociales como los resultados financieros. Aunque los resultados financieros son importantes, también es importante que los resultados sociales se tomen en cuenta y que sean valorados en la misma dimensión. Por qué? Porque la razón de ser son los socios.
- Hay que tener una estrategia de permanencia con los clientes y es importante por dos razones: el impacto que quiere lograr con los clientes es un impacto de largo plazo y la permanencia también significa una rentabilidad y una auto-sostenibilidad importante para la institución.

Preguntas

1. *COPEME facilitó una autoevaluación por algunos de sus miembros sobre los Estándares Universales. Podría contarnos un poquito más sobre ese proceso y cómo lo entregaron y que fueron los resultados? Este año la red hizo un esfuerzo para poder hacer, no una medición cuantitativa sino un estado situacional. Hizo un taller con los miembros para ver cómo se encuentran actualmente en términos de los indicadores de GDS y cuáles son las cosas comunes que les faltan para alcanzarlos. Fue interesante y mientras han hecho muchos avances, todavía hay cosas para mejorar y sistematizar.*

Dónde encontrar más recursos:

- Resumen de los Estándares: <http://sptf.info/images/usspm%20spanish%2011.16.12%20final.pdf>
- Esta presentación y grabación del audio: <http://sptf.info/online-trainings/implementacion-de-los-estandares-universales>
- Biblioteca de recursos GDS para los Estándares Universales en español: <http://sptf.info/online-trainings/implementacion-de-los-estandares-universales>