



ERISE

Comité d'Echanges, de Réflexion et d'Information
sur les Systèmes d'Épargne-crédit

CIDR
Centre International
de Développement et de Recherche

CIRAD

GRET

iram

SupAgro Montpellier
Institut des régions chaudes

SPI3 – Documento de trabajo N°25

Auditorias sociales en las microfinanzas: ¿qué hemos aprendido sobre el desempeño social?

Florent Bédécarrats, Cecile Lapenu, Romeo Zomahoun Tchala

Traducción : Leonardo Anulli

Septiembre 2010



Introducción

La evaluación del desempeño social ha evolucionado mucho en años recientes, con el desarrollo de las auditorías sociales, de los rating sociales, y de los estándares para los reportes. CERISE ha representado una fuerza importante en ese desarrollo, siendo pionera de la herramienta Social Performance Indicators (SPI). Desarrollada en 2004 con la colaboración de una vasta área de operadores (ahora miembros de la red ProsperA), el SPI es una herramienta de acceso libre¹ que evalúa los principios, las acciones, y las medidas correctivas implementadas por una IMF para alcanzar sus objetivos sociales. Los indicadores son utilizados para anotar el desempeño social de la IMF basado en 4 dimensiones claves, subdivididas en 3 criterios (ver la tabla). El SPI incluye todos los principales GTDS/Mix Estándares de Desempeño Social-Parte I, y la mayoría de los demás EDS-Parte II², facilitando así los reportes en el Mix por parte de las IMFs.

La herramienta SPI evalúa y analiza las prácticas de las IMFs, ayudándolas así a gestionar el desempeño social y mejorar el impacto social.

Dimensiones	Criterios
Dim. 1: Alcance a los pobres y excluidos	C 1.1 Focalización geográfica C 1.2 Focalización individual C 1.3 Metodologías financieras para los pobres
Dim 2: Servicios y productos	C 2.1 Gama de servicios tradicionales C 2.2 Calidad de los servicios C 2.3 Servicios innovadores y no-financieros
Dim 3: Beneficios los clientes	C 3.1 Beneficios económicos para los clientes C 3.2 Participación de los clientes C 3.3 Capital social
Dim 4: Responsabilidad Social	C 4.1 Responsabilidad social hacia el personal C 4.2 Responsabilidad social hacia los clientes/seis principios para la protección del cliente C 4.3 Responsabilidad social hacia la comunidad y el medio ambiente

La aumentada popularidad de las auditorías sociales

Al 31 marzo del 2010 CERISE ha recibido los resultados de 287 auditorías sociales desde 223 instituciones de 53 países de todo el mundo.

1 Disponible en ingles, frances, y espanol en www.cerise-microfinance.org

2 Solo las preguntas 18-22 sobre los resultados no están incluidas, porque no concordan con el marco del SPI

Perfiles de las IMFs que utilizan el SPI											
	Pares	SPI Base		MBB 09			Pares	SPI Base		MBB 09	
Continente	África	66	30%	195	18%	Tipo de inst.	Bancos	7	3%	82	8%
	Asia	19	9%	283	26%		Coop.	5	24%	182	17%
	ECA	5	2%	217	20%		IFNB	33	15%	338	31%
	LAC	123	55%	333	31%		ONG	87	39%	389	36%
	MENA	10	4%	56	5%		B Rural	4	2%	84	8%
Edad	Nueva	23	11%	191	18%	Escala	Pequeña	75	37%	428	36%
	Joven	33	16%	203	19%		Media	49	24%	394	34%
	Madura	134	66%	657	63%		Grande	48	24%	351	30%
	N/A	14	7%	0	0%		N/A	32	16%		

MBB: Microbanking Bulletin

ECA: Eastern Europe and Central Asia

LAC: Latin America and the Caribbean

MENA: Meaddle East and North Africa

Las instituciones de América Latina y de África dominan la muestra (55% y 30 % respectivamente), debido a la activa participación de las cumbres de las IMFs y de los fondos de inversiones sociales en estas regiones. Si se compara con los datos de Mix Market, la muestra está bien representada en términos de edad y escala; solo en la categoría de los tipos de IMFs las IFNB están un poco sub-representadas.

En 14 países, mas de 5 IMFs han sido auditadas. Hemos estimados que la gran mayoría de las IMFs en Bolivia, Benin, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Mali y Nicaragua han utilizado la herramienta SPI. De este listado aparece que los primeros países que han adoptado extensivamente la herramienta SPI son aquellos países donde las microfinanzas han sido cuestionadas por los gobiernos y donde han surgido movimientos “no pago”. En estos países las auditorias sociales han sido utilizadas para dialogar con los gobiernos, justificar cambios al marco legislativo y a las políticas publicas y ocasionalmente para subrayar la distancia desde las practicas irresponsable de las IMFs “ovejas negras”.

Auditoria SPI por año y tipo de evaluación

		Audit orias	%	IMF	%
Año de la evaluación SPI	2004	45	15,7	19	8,5
	2005	1	0,3	1	0,4
	2006	16	5,6	6	2,7
	2007	44	15,3	34	15,2
	2008	96	33,4	78	35,0
Tipo de evaluación	2009	85	29,6	85	38,1
	Externa	173	60,3	148	66,4
	Interna	98	34,1	64	28,7
Versión SPI	Test	16	5,6	11	4,9
	SPI1	45	15,7	19	8,5
	SPI2	177	61,7	144	64,6
Fuente de los SPIs	SPI3	65	22,6	60	26,9
	MIV	82	28,6	76	34,1
	Network	80	27,9	70	31,4
	TA	77	26,8	49	22,0
	Other	48	16,7	28	12,6

El SPI ha sido probado en el 2004; un público más amplio ha empezado a utilizarlo después que la herramienta fue finalizada en 2005. Nuestro análisis solo toma en consideración datos desde el 2006 (versión 2 y 3 del SPI). Un auditor externo ha validado la mayoría de las auditorias. Hasta el 2008, sobre todo las redes y los proveedores de asistencia técnica han administrado la herramienta, acompañando las IMFs en el proceso o verificando simplemente los resultados. Empezando en 2009, varios MIVs (Fundos de Inversion en las Microfinanzas) han empezado a utilizar el SPI, ayudando así a diversificar los perfiles de las IMFs que utilizan el SPI, atrayendo usuarios de la primera vez. El actual uso extensivo del SPI parece sugerir que este ha satisfecho las expectativas de muchos actores, cuales los inversores, las asociaciones profesionales/redes de microfinanzas, las

organizaciones de apoyo, los investigadores, los gobiernos, los reguladores y los donantes.

Los resultados del Desempeño Social

Distribución de los puntajes SPI			
	N	%	Cumul.
< 35%	14	6,9	6,9
35-40%	11	5,4	12,4
40-45%	11	5,4	17,8
45-50%	22	10,8	28,7
50-55%	30	14,7	43,6
55-60%	19	9,3	53,0
60-65%	29	14,2	67,3
65-70%	28	13,7	81,2
70-75%	22	10,8	92,1
> 75%	16	7,8	100

Menos de 1/8 de las IMFs han obtenido resultados bajos (menos del 40%). De modo parecido, menos de 1/12 de las IMFs sacan más del 75%. Efectivamente, si excluimos el primero y el último cuartil, la mitad de las IMFs sacan entre 49% y 68%. La mediana es 57% y la media es 58%.

La distribución es debida al hecho de que el SPI es estandarizado y pretende proporcionar una evaluación exhaustiva de las diferentes dimensiones del desempeño social. Por tanto, no hay que esperar que las IMFs saquen puntajes altos o muy altos; más bien, los resultados tendrían que reflejar las misiones y las estrategias que las instituciones se han dado. Por ejemplo, los bancos urbanos pueden priorizar un diferente mix de productos y la responsabilidad social, mientras una cooperativa rural puede enfocarse en la focalización y la participación de los clientes. Esta es la razón por la cual es muy importante perfeccionar el análisis más allá de los puntajes agregados; cada dimensión debe ser analizada en contexto con las prioridades estratégicas de las instituciones. Además, comparar los puntajes es útil solo cuando las instituciones son parte de los mismos grupos de pares.

Puntajes de desempeño social según grupos de pares

	Tous (N=204)	Africa (60)	Asia (14)	ECA (4)	LAC (116)	MENA (10)	Mixed (N=79)	Rural (N=62)	Urban (N=55)	Mature (N=134)	New (N=23)	Young (N=33)	Large (N=48)	Medium (N=49)	Small (N=75)	For Profit (44)	Not For Profit (N=141)	Bank (N=7)	Credit Union (N=54)	NBFI (N=33)	NGO (N=87)
Total SPI score	58%	54%	66%	47%	59%	54%	57%	62%	53%	58%	54%	56%	60%	61%	54%	54%	59%	59%	56%	53%	60%
Dim1-Targeting	63%	53%	77%	48%	67%	70%	61%	73%	54%	61%	66%	65%	57%	67%	62%	57%	65%	59%	53%	56%	72%
C1-1 Geog targeting	55%	48%	66%	52%	57%	66%	54%	72%	39%	53%	57%	57%	49%	62%	52%	47%	57%	48%	48%	44%	63%
C1-2 Indiv targeting	52%	40%	67%	30%	58%	49%	50%	56%	51%	52%	58%	49%	50%	53%	51%	53%	52%	60%	37%	51%	62%
C1-3 Methodol targeting	57%	51%	67%	44%	58%	68%	56%	63%	52%	55%	57%	65%	50%	60%	59%	50%	59%	44%	53%	52%	62%
Dim2-Services	62%	55%	68%	51%	65%	55%	63%	62%	60%	63%	56%	59%	69%	65%	56%	63%	61%	70%	59%	60%	63%
C2-1 Range of services	62%	58%	67%	51%	65%	40%	63%	61%	62%	64%	55%	56%	67%	70%	56%	62%	62%	77%	68%	57%	58%
C2-2 Quality of services	71%	62%	76%	56%	75%	70%	73%	68%	71%	72%	65%	67%	80%	76%	62%	72%	70%	78%	65%	72%	73%
C2-3 Innovative non fin services	54%	46%	62%	47%	57%	53%	53%	57%	49%	54%	50%	53%	60%	51%	50%	54%	53%	57%	47%	53%	56%
Dim3-Benefits	49%	54%	55%	38%	48%	35%	47%	59%	42%	50%	44%	48%	52%	49%	47%	41%	52%	39%	60%	42%	47%
C3-1 Eco Benefits for clients	50%	48%	56%	34%	52%	34%	47%	55%	47%	51%	48%	46%	53%	52%	46%	50%	49%	63%	54%	48%	46%
C3-2 Participation	48%	64%	50%	33%	42%	31%	44%	65%	37%	49%	43%	48%	50%	46%	49%	34%	53%	16%	71%	37%	42%
C3-3 Empowerment	50%	50%	60%	47%	51%	40%	50%	56%	44%	52%	42%	49%	52%	48%	47%	41%	53%	43%	53%	42%	53%
Dim4-Responsibility	56%	52%	62%	50%	58%	57%	57%	55%	56%	58%	51%	52%	63%	62%	51%	57%	56%	67%	53%	55%	59%
C4-1 SR to staff	64%	60%	67%	65%	65%	65%	66%	59%	66%	66%	65%	59%	71%	72%	57%	67%	64%	76%	59%	65%	68%
C4-2 Client protection	64%	59%	71%	61%	65%	73%	66%	60%	65%	67%	55%	61%	72%	72%	58%	66%	64%	85%	59%	62%	67%
C4-3 SR to community environ	40%	33%	49%	23%	44%	32%	37%	45%	37%	41%	34%	36%	44%	41%	36%	37%	40%	43%	38%	37%	42%

Generalmente las IMFs sacan puntajes más altos en la primera dimensión, “alcance a los pobres y excluidos” (63% promedio). Este representa efectivamente uno de los objetivos más importante de las instituciones de microfinanzas, lo que ha empujado a la creación de muchas IMFs.

La sucesiva dimensión por puntaje es la segunda, “servicios y productos” (62%) y la cuarta (56%). La tercera dimensión, que mide los “mejoramientos en la situación económico y social de los clientes”, genera los puntajes más bajos (49%). Efectivamente, esta dimensión implica que la IMF monitorea regularmente la situación de los clientes, o los involucre en los procesos

de gobernabilidad de la institución – dos aspectos que siguen siendo desatendidos en el sector de las microfinanzas.

Pasando a los criterios, la mayoría de las IMFs sacan puntajes altos en “calidad de los servicios” (C 2.2). La razón de este desempeño es que es muy difícil conseguir indicadores objetivos que sean estandarizados y verificables. A pesar de eso, aunque si este criterio es un poco sobre-estimado, los resultados dicen que las IMFs prestan atención a las necesidades de los clientes. El criterio en el que las IMFs sacan los puntajes más bajos es el de la “responsabilidad social hacia las comunidades y el medio ambiente” (C 4.3). Eso porque se trata de un indicador que intenta medir las dinámicas complejas del desarrollo local y da cuenta de sus prácticas para la protección del medio ambiente, un concepto relativamente reciente en la auditoria social.

Desde el punto de vista **geográfico**, los mejores puntajes han sido registrados en Asia, particularmente en la dimensión 1, pero hay que destacar el hecho que en ese continente se han hecho menos auditorias que en otras partes del mundo (debido a la presencia de menos asociaciones de comercio y a una base de miembros de ProsperA menos desarrollada). Las instituciones Latino Americanas también sacan buenos puntajes, especialmente en la dimensión 2. En África tienden a sacar puntajes altos en participación (dimensión 3).

Las IMFs **Rurales** tienden a sacar puntajes más altos que las **urbanas** o las instituciones mixtas. La ventaja se refleja sobre todo en las dimensiones 1 y 3, en los criterios de participación y de los servicios innovadores y non-financieros.

Analizar el **tamaño** de las IMFs nos permite evaluar las tendencias hacia la desviación de la misión. Las conclusiones de las auditorias sugieren que las IMFs grandes generalmente enfocan menos en los pobres y excluidos que las IMFs medianas y pequeñas. Sin embargo, ellas tienden a sacar puntajes más altos en las otras dimensiones del desempeño social.

El tipo de IMF parece afectar el desempeño social: en general, las instituciones “for profit” sacan puntajes más bajos de las “non-profits”. Dicho eso, si analizamos el desempeño por tipo de gobernabilidad, los bancos y las ONGs tienen puntajes semejantes. Los bancos sacan buenos puntajes en las dimensiones 2 y 3 mientras las ONGs emergen como “los campeones de la focalización”. Las IFNB sacan los puntajes más bajos, apareciendo enganchadas en el centro, habiendo dejado las estrategias de focalización a las ONGs, pero quedándose con políticas no claras sobre los servicios y la responsabilidad social.

La relación entre el desempeño social y el desempeño financiero en las microfinanzas

El estudio mas reciente sobre la relación entre el desempeño social y financiero se llevó a cabo el 2009 sobre un conjunto de datos pequeño³

Correlación (“Spearman”) entre el desempeño social y financiero

3 Bédécarrats, Lapenu and Angora, 2009, “Is Social Performance Profitable”, MicroBanking Bulletin N°19, December 2009.

	Borrowers/Staff		Portfolio at Risk (30 days)		Operating expense ratio		Operational self sufficiency		Return on assets		Total Portfolio	
	All MFIs	NGOs	All MFIs	NGOs	All MFIs	NGOs	All MFIs	NGOs	All MFIs	NGOs	All MFIs	NGOs
Type of MFIs												
Number of MFIs included	167	76	162	78	166	76	159	72	172	77	175	79
Total Social Performance Score	.212**	.176	-.016	-.079	-.058	-.034	-.002	-.057	.066	-.041	.285**	.174
Dim 1. Targeting and outreach	.270**	.185	.014	.016	.091	.115	-.083	-.186	.090	-.104	-.017	-.056
C1.1 Geographic targeting	.317**	.162	-.087	-.121	-.033	-.176	-.057	-.105	.054	-.173	.057	.093
C1.2 Individual targeting	.108	-.045	.082	.154	.187*	.239*	-.084	-.244*	.053	-.103	-.022	-.073
C1.3 Pro-poor methodology	.235**	.298**	-.023	-.126	.024	.129	-.064	-.079	.098	.044	-.071	-.174
Dim 2. Products and services	-.069	-.279*	.034	.071	-.136	-.081	.066	-.069	.008	-.106	.450**	.190
C2.1 Range of traditional services	-.134	-.216	.084	-.008	-.188*	-.246*	.056	-.046	-.088	-.171	.281**	.169
C2.1 Quality of services	.094	-.072	-.037	-.096	-.130	-.059	.151	-.014	-.012	-.146	.481**	.291**
C2.3 Innovative and non-financial services	-.024	-.189	.010	.161	.053	.150	-.031	-.114	.109	.056	.219**	-.009
Dim 3. Benefits to clients	.175*	.229*	.060	-.009	-.063	.010	-.046	.008	.038	.102	.118	.000
C3.1 Economic benefits to clients	.055	.127	.054	.051	-.142	-.049	-.102	-.069	-.049	.088	.206**	.055
C3.2 Client participation	.163*	.273*	.035	-.135	-.033	.016	-.047	-.029	-.008	.015	-.003	-.077
C3.3 Social capital/Client empowerment	.142	.151	.073	.107	.008	.033	-.002	.074	.144	.170	.135	.050
Dim 4. Social responsibility	.153*	.173	-.215**	-.270*	-.104	-.166	.113	.028	.034	-.092	.459**	.476**
C4.1 SR to employees	.108	.095	-.146	-.120	-.093	-.139	.108	.021	.069	-.054	.380**	.199
C4.2 Client protection	.041	.192	-.152	-.325**	.002	-.149	.111	-.051	-.049	-.160	.304**	.409**
C4.3 SR to the community and the environment	.163*	.029	-.126	-.162	-.122	-.112	.054	.184	.078	.097	.259**	.319**
**	Correlation significant at 0.01 level											
*	Correlation significant at 0.05 level											
	Significant convergence between social and financial performance						Significant divergence between social and financial performance					

Un buen desempeño social es generalmente asociado con buenos resultados financieros (celdas verdes). Más específicamente:

- En términos de alcance a los pobres, la focalización individual es asociada con costos mayores, pero la focalización geográfica y metodológica son asociadas con una productividad del personal más alta; estos resultados son particularmente verdaderos entre las instituciones “participativas”.
- Instituciones con una diferente mezcla de productos tienen costos operativos inferiores.
- Las instituciones participativas tienden a tener una productividad más alta.
- Instituciones que sacan puntajes altos en responsabilidad social tienden a tener una tasa de morosidad más baja.
- Instituciones más grandes parecen gestionar mejor los productos y servicios, y su responsabilidad social.

Los datos actuales del SPI nos permiten refinar las conclusiones por grupos de pares. Por ejemplo, la observación concerniente a los costos de la focalización individual se aplica particularmente a las ONGs, y está asociada también con una Autosuficiencia Operacional baja. Para las ONGs, una mezcla de diferentes productos es correlacionada con una productividad del personal más baja. De otro lado, las instituciones con medidas de protección del cliente bien desarrolladas tienen una cartera a riesgo más baja.

Conclusiones

Una participación activa de los grupos de interés ha transformado el SPI en una herramienta de auditoría social estandarizada que encuentra efectivamente las necesidades de evaluación y gestión del desempeño social. Con más y más instituciones que utilizan la herramienta, nosotros tenemos ahora una masa crítica de datos, que nos permite caracterizar el desempeño social de las IMFs por contexto y tipo: las IMFs rurales tienden a superar las inherentes dificultades de sus áreas de operación desarrollando modelos de gobernabilidad participativa, pero también a través de una fuerte adaptación de los servicios, y esfuerzos hacia su responsabilidad social; las ONGs tienden a tener fuertes estrategias de focalización mientras los bancos parecen focalizarse en diferentes mezclas de productos y fuertes políticas de

responsabilidad social. Para las ONGs las medidas en favor de la protección del cliente son relacionadas con una cartera de riesgo más baja.

La atención dada al desempeño social ha dado sus frutos: nuestro análisis confirma que el desempeño social y el desempeño financiero son compatibles. Es efectivamente posible tener una clara estrategia para unas finanzas sostenibles – que alineen objetivos financieros, sociales y ambientales.