



FINANCIAMIENTO A MUJERES EMPRESARIAS

FINANCING BUSINESS WOMEN

Erika Lucero Carranza-González¹; Laura Elena Garza-Bueno² y Emma Zapata-Martelo³

¹Estudiante de la Maestría en la Especialidad de Economía del Colegio de Postgraduados. Carretera México- Texcoco Km. 36.5 Montecillo, Edo. de México, C.P. 56230. Correo electrónico gfatylu_31@yahoo.com.mx. ²Profesora Investigadora del Colegio de Postgraduados y Profesora por asignatura de la Universidad Autónoma Chapingo. Especialidad de Economía del Colegio de Postgraduados. Carretera México- Texcoco Km. 36.5 Montecillo, Edo. de México, C.P. 56230. Tel. 01(595) 9520200 Exts. 1807 y 1842. Correo electrónico: garzabueno@yahoo.com. ³Profesora Investigadora del Colegio de Postgraduados, Área de Género de la Especialidad de Desarrollo Rural. Carretera México- Texcoco Km. 36.5 Montecillo, Edo. de México, C.P. 56230. Tel. 01(595) 9520200 Ext. 1887. Correo electrónico: emzapata@colpos.mx

RESUMEN

Obtener crédito en México no es tarea sencilla, tal es el caso del sector MiPyMes (Pavón, 2010), ya que a pesar de ser el principal motor productivo y generador de empleo en el país (SE, 2009), son consideradas entidades de alto riesgo por parte de la banca comercial (Lecuona, 2009). Esta problemática la padecen en un tono más grave las mujeres, a pesar que las estadísticas sobre empresarias en México, elaboradas por el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013), menciona que de cada cinco que se establecen tres pertenecen a mujeres, pues usualmente éstas carecen de garantías para avalar un crédito entre otras limitaciones que culturalmente se les atribuyen (SELA, 2010).

Bajo el contexto anterior han surgido diferentes tipos de entidades financieras dentro de las cuales se ubica a la Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom). Esta figura surge a partir del 2006 en el sistema financiero mexicano como una entidad no – bancaria que destaca por su proliferación gracias a que otorga créditos diseñados para las necesidades de empresari@s de pequeña escala (Presburger, 2013).

En virtud de lo anterior el objetivo de la investigación que aquí se presenta fue evaluar la manera en que la Sofom ha resuelto las necesidades de crédito de las mujeres dueñas de negocios, medir el resultado en el desarrollo de los mismos de las clientas afiliadas a la Sofom, así como el impacto que el uso del crédito ha tenido en las familias.

Para poder llevar a cabo la investigación se seleccionó una muestra representativa de las acreditadas de la Sofom denominada Imdeneg S.A. de C.V., la cual se encuentra ubicada en el municipio de Chimalhuacán, Estado de México.²⁴ Los resultados de la encuesta levantada muestran que las microempresarias han tenido fácil acceso al crédito, han podido adquirir mayor volumen de mercancías lo que ha traído como resultado un mayor desarrollo de sus

habilidades y capacidades así como impactos positivos respecto al bienestar. No obstante, no se observó capitalización significativa de la mayoría de las microempresas, lo que habrá de dificultar su expansión y sostenibilidad.

Palabras clave: financiamiento, MiPyMes, sofom, género

ABSTRACT

Obtaining a loan in Mexico is not an easy task. Such is the situation of the micro, small and medium enterprise (MiPyMes) sector (Pavón, 2010). Even though they are the main productive driver and employment generator of the country (SE, 2009), these enterprises are considered high risk by commercial banks (Lecuona, 2009). Women suffer this situation even more acutely. The statistics on business women in Mexico, analyzed by the Research Center on High Level Directive Women (2013), reveal that three of every five enterprises established belong to women, who usually lack sufficient collateral to back credit, among other limitations that are attributed to them culturally (SELA, 2010).

In this context, different types of funding entities have emerged. Among these is the Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom). This organization, founded in 2006 within the Mexican financial system as a non-bank entity, has had outstanding growth because it grants credit designed for the needs of small-scale businesses (Presburger, 2013).

The objective of the study presented here was to evaluate the way in which Sofom has solved the credit needs of women who own businesses and measure the results in terms of the growth of the businesses of the clients affiliated to Sofom. Also, determined was the impact that the use of the credit has had on their families.

For the study, we selected a representative sample of women who received loans from Sofom, called Imdeneg S.A. de C.V.²⁵, which is located in the municipality of

²⁴ El nombre de Imdeneg se deriva de su acrónimo conformado por las palabras Impulsora de Negocios.

²⁵ The name Imdeneg derives from the acronym made up of the words in Spanish 'Impulsora de Negocios' (Business Booster).

Chimalhuacán, State of Mexico. The results of the survey conducted revealed that the microenterprises have had ready access to credit and have been able to acquire larger volumes of merchandise. This has led to greater development of their skills and capacities, as well as to

positive impact on their well-being. Nevertheless, significant capitalization was not observed in most of the microenterprises, making their growth and sustainability difficult.

Key words: credit, financing, MiPyMes, sofoem, gender.

INTRODUCCIÓN

Las MiPyMes (micro, pequeñas y medianas empresas) en México son el motor de la economía en tanto contribuyen con poco más de la mitad (52%) del PIB así como por el alto número de empleos que generan, los cuales representan el 70% del total (SE, 2009). Este tipo de empresas según Rodríguez (2002: 46-48) se caracterizan por ser negocios pequeños, flexibles, con una producción poco tecnificada y con una organización de tipo familiar que no requiere mucho personal. La mayoría se puede constituir en las mismas casas de quienes las forman y para la apertura requieren de poca inversión.

Por todo lo antes mencionado las unidades económicas de pequeña escala representan una alternativa para las mujeres que se ven en la necesidad de combinar la vida familiar y laboral (Cerdeña, 2014). Situación que es resultado de la búsqueda del sustento, en aquellos casos en que son jefas de familia, o bien, como una manera de complementar el ingreso familiar o, en algunas ocasiones, como una manera de obtener cierta libertad financiera. Pero, además de los factores económicos antes mencionados el hecho de que, por cuestiones culturales, todavía se considera que las mujeres deben permanecer en el hogar al cuidado de los hijos constituye un factor que refuerza la idea combinar las actividades del negocio con el cuidado del hogar (Gálvez, 2001; Herrera & Ludivina, 2013).

Derivado de lo anterior es que las mujeres ocupan un importante lugar en este tipo de unidades económicas. En este sentido, las estadísticas sobre empresarias en México, elaborada por el Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013) señala que de cada cinco empresas que se establecen tres son propiedad de mujeres. Ahora, de acuerdo con datos ofrecidos por el INEGI (2010), el 85% de las empresas lideradas por mujeres son microempresas, el 11% son pequeños establecimientos, el 2.7% son empresas agropecuarias y sólo el 0.5% son medianas o grandes empresas.

Aunque las MiPyMes generan amplios beneficios es un hecho que su existencia suele ser efímera. La mortandad que presentan es del 80% antes de cumplir su primer año de vida (Velázquez, 2007: 77). Por su parte Boilio *et al.*, (2006:108) señalan que el 24% de las Mipymes muere debido a la falta de acceso al financiamiento. Situación que se debe a que las instituciones bancarias consideran a este tipo de empresas como entidades de alto riesgo dejándolas fuera del sistema bancario (Pavón, 2010).

No obstante su importancia, las MiPyMes enfrentan dificultades para acceder al financiamiento y muy particularmente las que son lideradas por mujeres las cuales enfrentan el problema de financiamiento en un tono más agudo. Según lo señalado por el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento (2010: 50-51) quien a su vez retoma a otros autores, “Los países de ALC han registrado un aumento importante en el número de microempresas lideradas por mujeres, pero poco se sabe sobre los factores que explican esta tendencia. En las últimas décadas, la atención se ha centrado en el desarrollo de microempresas lideradas por mujeres, no sólo como una forma para salir de la pobreza, sino también como un medio de empoderamiento económico de la mujer. Entre las empresas con cinco o más empleados, la principal fuente de crédito del 25% de los negocios de mujeres es la familia y los amigos, mientras que esto sucede sólo en el 7% de las empresas del mismo tamaño pertenecientes a hombres. No obstante, las mujeres

carecen de recursos financieros y su capital inicial para comenzar un negocio puede ser limitado debido a que sus ingresos salariales y capacidad de ahorro son más bajos, a sus patrones de discontinuidad en la fuerza laboral y a la tendencia de registrar la propiedad familiar a nombre del marido²⁶. Esto último puede obstaculizar la capacidad de la mujer para acceder al patrimonio familiar y su habilidad de usarlo, por ejemplo, como garantía para conseguir préstamos”. Lo lamentable de esta situación, señala la misma fuente, es que limita un medio importante para abatir la pobreza, obtener empoderamiento, así como un importante medio económico para las mujeres.

Derivado de la necesidad que presentan las mujeres (y no sólo ellas) para acceder a recursos financieros la expansión de este tipo de servicios ha sido significativa. Así, por ejemplo, Cotler y López (2013: 38) mencionan que en el año 2007 existían 906 instituciones de microfinanzas asociadas a ProDesarrollo y que atendían a 407 municipios dentro de la República Mexicana y para el 2012, el número de instituciones se incrementó a 2,094 atendiendo a 733 municipios lo que revela un importante crecimiento para este sector. De ahí que para algunos las microfinanzas y el microcrédito se han convertido en elementos clave para el desarrollo, el combate de la pobreza y el empoderamiento económico de mujeres (Zapata, et al., 2002). De esta manera las empresarias han atraído especialmente el interés de las instituciones de microfinanciamiento porque casi siempre constituyen los segmentos más pobres de la sociedad y tienen menos oportunidades económicas.

Como se mencionó con anterioridad las MiPyMes tienen necesidad de créditos y el conocer alternativas de financiamiento es relevante para abatir tal necesidad. Las ofertas establecidas en el mercado de dinero que responden a esta necesidad son escasas ya sea por la banca privada o por apoyos gubernamentales. Han surgido instituciones que hacen frente a tal necesidad, las cuales se encuentran segmentadas por el sistema financiero denominadas instituciones de crédito no-bancarias como auxiliares de crédito. Dentro de estas figuras una de las que ha cobrado más protagonismo es la denominada Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom) (Cotler & López, 2013).

La Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom), es una figura que se encuentra consolidada desde 2006 que, según Presburger (2013) ofrece ser un vehículo ideal para MiPyMes y un agente clave para resolver el problema de la falta de financiamiento que presenta México. “Se trata de un modelo único basado en créditos grupales, principalmente otorgados a mujeres, que buscan promover el comercio en áreas rurales y urbanas marginadas con escaso acceso a canales formales de financiamiento. Estos negocios han florecido de una manera importante en México y están constituidos de distintas maneras, pues encontramos, entre otras, instituciones microfinancieras constituidas como Sofomes, Sofipos, SCAPS o bancos” (Presburger, 2013:81).

Dado que la Sofom parece ser una solución a los problemas de financiamiento que tanto necesitan las MiPyMes y que un gran número de estas unidades económicas está en manos de mujeres se consideró conveniente realizar una investigación para observar la manera en que el crédito otorgado por una Sofom contribuye a: i) solucionar los problemas de financiamiento de las MiPyMes de mujeres; ii) la capitalización y expansión de sus unidades económicas, iii) generar ingresos que se reflejen en un mayor bienestar iv) desarrollar capacidades y actitudes que incidan en el empoderamiento de las mujeres que recurren al crédito.

Dicho lo anterior es importante señalar que la investigación parte de la visión de que el crédito es un instrumento de desarrollo en virtud de que propicia el crecimiento de las unidades económicas mediante

²⁶ Thurik, Roy and Ingrid Verheul. 2001. “Start-Up Capital: “Does Gender Matter?” Small Business Economics 16,4: 329-45

su capitalización. Situación que de verse reflejada en un incremento de las ventas habría de contribuir al aumento de los ingresos familiares y, por tanto al bienestar económico y posiblemente al social. Considerando este último como la mayor autoestima de las involucradas, la participación en procesos decisorios, capacidad de liderazgo, manejo del tiempo en sus grupos domésticos, entre otros.

Asimismo hemos de señalar que la investigación utilizó la perspectiva de género que consiste en analizar la realidad tomando en cuenta la existencia de relaciones de género que implican identidades y roles diferentes para hombres y mujeres en un contexto socioeconómico y cultural específico como son las MiPyMes, así como los retos que enfrentan unos y otras en esta relación.

Para realizar la investigación se hizo un acercamiento con la Sofom ENR²⁷ denominada Imdeneg S.A. de C.V., la cual tras realizar un intenso análisis determinó que la mejor opción para establecerse sería el municipio de Chimalhuacán, Estado de México, ya que en este lugar se encontraban personas con necesidad de crédito y que además por ser un municipio colindante con el Distrito Federal cuenta con una fuerte densidad de población con tendencia al desarrollo empresarial. Esta Sofom inicia operaciones a partir del 2010 ofreciendo un único producto denominado “crédito impulso mujer”; cabe mencionar que el producto que la Sofom ofrece no es exclusivo para las mujeres (aunque éstas representan la mayoría), es decir los hombres también pueden acceder al crédito siempre y cuando unos y otras cumplan con los requisitos establecidos por la misma.

La forma de operar de la Sofom se encuentra basada en la metodología de las microfinanzas conocida como grupos solidarios los cuales se conforman por 10 a 50 socios/as. Dichos integrantes cuentan cada uno/a con un préstamo que va desde los \$1,000.00 hasta los \$25,000.00 pesos, dependiendo el ciclo donde se encuentren, pero la novedad es que manejan una garantía solidaria. Es decir la responsabilidad del pago y de los intereses así como del conjunto de decisiones (forma de pago, reuniones, cambios de integrantes entre otros) es compartida por todos y todas las que están en el grupo (Guillen, 2010).

MATERIALES Y MÉTODOS

El principal instrumento para el levantamiento de la información fue la encuesta mediante la técnica de investigación cuantitativa por medio del cuestionario. El objetivo de éste fue obtener información acerca de los perfiles que tienen las microempresarias, la manera en que acceden al financiamiento que les otorga la Sofom, conocer el impacto en los negocios de las clientas de la Sofom Imdeneg, además, descubrir si las mujeres, a través del uso del crédito, lograron desarrollar habilidades, como son mayor autoestima, ser más sociables, una mejor administración del tiempo y la participación en la toma de decisiones en sus hogares. Las preguntas utilizadas fueron tanto cerradas como abiertas las cuales respondían a variables e indicadores previamente establecidos con base en los objetivos de la investigación. El cuestionario fue aplicado a una muestra de clientas pertenecientes a la Sofom Imdeneg.

Dado el número de acreditadas de la Sofom se optó por establecer una muestra estadística representativa utilizando la siguiente fórmula para el cálculo.

$$n = \frac{Z^2(p)(q)(N)}{N e^2 + Z^2(p)(q)}$$

²⁷ ENR abreviaturas cuyo significado es Entidad No Regulada

Donde

VARIABLE	DESCRIPCION	VALOR
N	Tamaño de la población o universo (total de clientas)	223
Z	Nivel de confianza. Probabilidad de que los datos obtenidos sean ciertos	90% (1.65)
E	Error muestral diseñado	10%
P	No. de individuos que poseen en la población las características del estudio	0.5
Q	Proporción de individuos que no poseen las características, es decir es: 1-q	0.5
N	Tamaño de la muestra, número de encuestas a realizar	52

El levantamiento de la información se llevó a cabo entre el 20 de octubre al 25 de noviembre del 2014.

El propósito de analizar la Sofom Imdeneg responde a varias inquietudes. Por una parte permite identificar si los servicios que ofrece la entidad financiera, van acorde con las necesidades que tienen las mujeres empresarias del municipio de Chimalhuacán, y por otra parte qué necesidades tienen las empresarias y cuáles aún no han sido satisfechas. Asimismo, se consideraron resultados e impactos, lo que determinó la estructura de la encuesta en seis apartados cuyos objetivos se describen a continuación.

En primera instancia se buscó determinar el perfil de los y las encuestadas lo que corresponde a las preguntas del primer apartado del cuestionario, posteriormente se procedió a indagar cuáles fueron los motivos de las personas para solicitar crédito, así como también, conocer a partir de cuándo las y los clientes se encuentran relacionados con los microcréditos y con la Sofom Imdeneg.

En la tercera sección, las preguntas buscaron conocer la perspectiva de las personas acreditadas con respecto al uso del crédito, es decir, la accesibilidad, la eficiencia y eficacia en la forma de operar de la Sofom, además, averiguar la información que reciben al respecto del servicio financiero al cual acceden. El siguiente apartado estuvo destinado a conocer las características de los negocios que manejan las personas acreditadas, y permitieron indagar lo que el financiamiento les ha permitido lograr en relación a su actividad económica.

Una vez que se conoce el contexto en que se desarrollan los negocios y la manera en que se obtiene el crédito, en el apartado cinco las preguntas indagaron sobre el impacto que ha producido el crédito a nivel familiar, es decir, conocer si los créditos han aumentado la calidad de vida de las y los individuos, a través de generar mayor acceso a la alimentación, educación, salud, bienestar económico, compra de bienes entre otros. Finalmente el apartado número seis de la encuesta tuvo como objetivo descubrir si a través del uso del financiamiento las mujeres han desarrollado ciertas habilidades, mayor capacidad en la toma de decisiones, un manejo más autónomo de su tiempo o mejora en sus relaciones interpersonales; es decir si mediante el crédito han logrado iniciar algún proceso de empoderamiento.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Derivado de la encuesta se pudo observar que la solicitud de préstamo la realizan principalmente mujeres (92%) con una menor participación de los hombres (8%).

Con respecto a la edad se observó que ésta fluctúa entre los 19 y los 66 años. No obstante la mayor parte se ubica en rangos que van de los 19 a los 39, edad reproductiva durante la cual las necesidades de ingresos se acrecientan. En la *Figura 1* se observa que la edad en la que la gente solicita más préstamos es de 30 a 39 años, seguida por las de 19 a 29 y de 40 a 49 donde también aparecen cifras importantes. Dichas edades abarcan lo que el INEGI considera como edad económicamente activa.

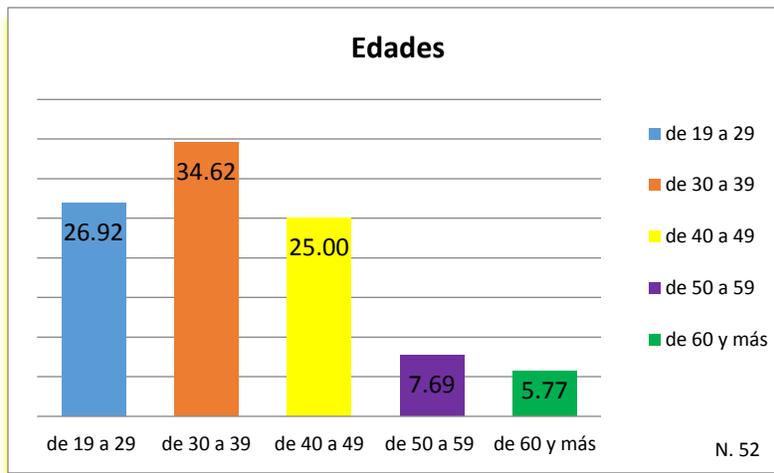


Figura 1. Edades (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

La escolaridad es una variable importante para administrar un micronegocio por lo que se indagó el nivel de estudios de las acreditadas. Los datos muestran que la población atendida por la Sofom Imdeneg cuenta con los siguientes años escolares: secundaria, preparatoria, primaria, sin formación escolar y con grado técnico o universitario. Los porcentajes detallados para cada caso se pueden observar en la *Figura 2*.

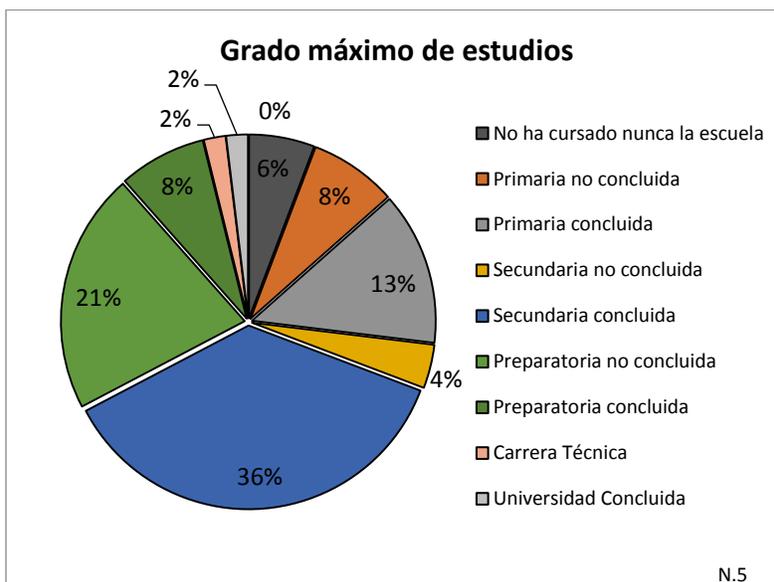


Figura 2. Grado máximo de estudios (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto a la familia se puede observar en la *Figura 3* y *4*, que la mayoría de las encuestadas tienen pareja (79%). Aunque un 21% dice no tenerla y eso sugeriría que son mujeres jefas de familia. Solo 8% no tienen hijos, mientras 79% son responsables de hijos e hijas menores de edad. Las familias con hijos e hijas

mayores de edad son 13%. Los datos sugieren que los grupos con responsabilidades familiares son las más necesitadas para obtener créditos. Se trata sobre todo de mujeres en edad reproductiva.



Figura 3. Tienen pareja (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

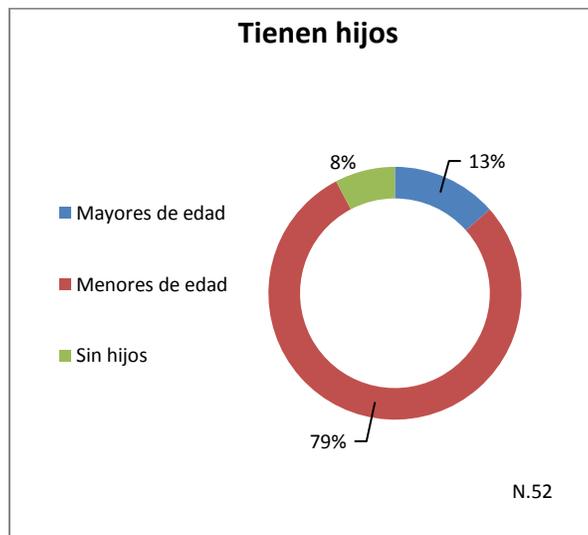


Figura 4. Tienen hijos (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

La actividad laboral que realizan los y las encuestadas es preponderantemente el comercio establecido para la venta de artículos y ropa para dama, negocio de regalos, verdulerías, artículos varios para limpieza del hogar y plásticos así como venta de dulces fuera de las escuelas. Dicho comercio se presenta en dos variantes. La primera y la más frecuente entre las encuestadas, es la de ofrecer su mercancía en el tianguis que va a la comunidad semanalmente. La otra variante, menos frecuente que la anterior, se refiere a tiendas formalmente establecidas. Otras de las actividades relevantes son la costura, ventas por catálogo e incluso hay quienes combinan dos actividades, como se muestra en la *Figura 5*.

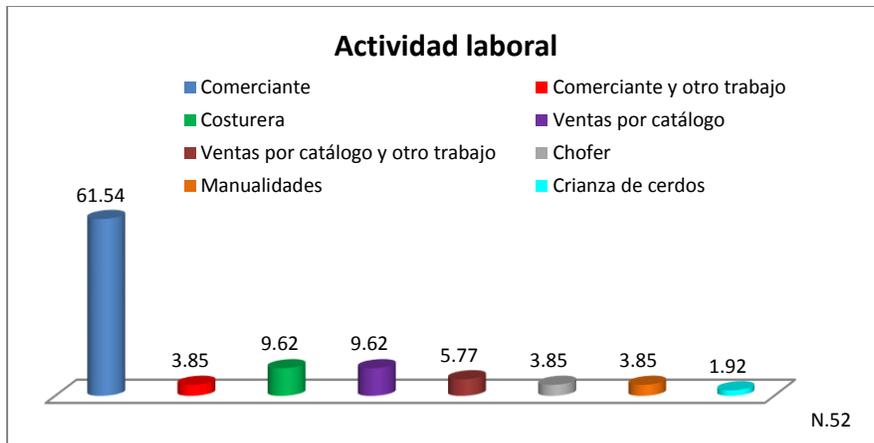


Figura 5. Actividad laboral (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto a contar con negocio propio la mayoría de las respuestas (94%) fueron afirmativas mientras que el 6% restante no tiene negocio. Aquellas mujeres que se dedican a la venta por catálogo también se consideraron como si tuvieran negocio propio debido a que ellas comentan que aunque venden productos de una determinada marca, en muchas ocasiones compran el producto y lo sacan a la venta en formas diversas (puestos y/o anaqueles) y conforme a sus tiempos y en sintonía con sus actividades.

El segundo apartado de la encuesta contempló una serie de preguntas con la finalidad de profundizar en el perfil de las personas encuestadas desde su carácter de acreditadas. Se trataba de averiguar sus conocimientos sobre las condiciones en que les otorgaron el crédito así como el uso que le asignaron al mismo.

La primera pregunta de este apartado estuvo dirigida a averiguar si anteriormente habían solicitado crédito a otras instituciones. La respuesta que dio el 67% fue que conoce y ha tenido crédito de antemano. A fin de conocer desde cuándo han contado con financiamiento se les formuló una pregunta adicional. Treinta y cinco personas respondieron a la pregunta, el porcentaje más alto se ubica entre los que tienen –relativamente- poco tiempo accediendo al financiamiento. De tal manera que aun cuando un importante porcentaje manifestó cierta experiencia crediticia, los datos relativos al tiempo durante el cual se ha acumulado esa experiencia nos dejan ver que apenas una cuarta parte ha utilizado el financiamiento desde hace más de 6 años.

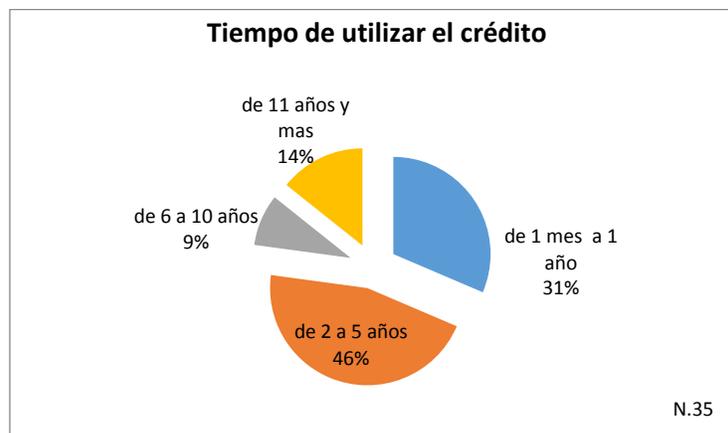


Figura 6. Tiempo de utilizar el crédito (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

De las y los 52 clientes que conforman el universo muestreado sólo el 35% corresponde a aquellos que iniciaron operaciones con esta sociedad y aún siguen utilizando el crédito que la misma les otorga, es decir tienen más de tres años trabajando con esta organización. Los clientes que han accedido al crédito por primera vez son 25% mientras 40% ha utilizado el crédito por uno o dos años (*Figura 7*).

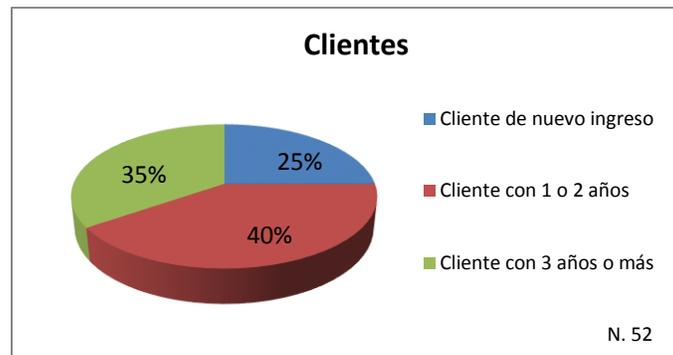


Figura 7. Clientes (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

En relación con la *Figura 7* se puede apreciar que el crecimiento del número de clientes que la Sofom ha logrado se debe, en parte, al grupo de clientes de mayor antigüedad (clientes con 3 años o más) ya que aparte de ser fieles, han contribuido recomendándola a familiares y amigos. Una de las preguntas fue ¿Cómo se enteró de los servicios de esta institución? El 84% mencionó que por recomendación de un amigo o familiar. Esto muestra que los clientes tienen un alto grado de satisfacción con el servicio y se atreven a recomendarlo con las personas más cercanas. Por otra parte el resto de las personas que contestaron a la pregunta anterior (8%) señala que acudió a solicitar el servicio por iniciativa propia y un 8% restante que se acercó motivado/a por la publicidad que la Sofom realiza.

Para las 52 encuestadas el negocio fue la principal motivación para acceder al financiamiento. De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta, la mayoría buscaba iniciar (51.9%), expandir (30.7 %) o diversificar su negocio (7.6%) y sólo el 9,6% tuvo motivos ajenos a una actividad económica para solicitar el servicio.

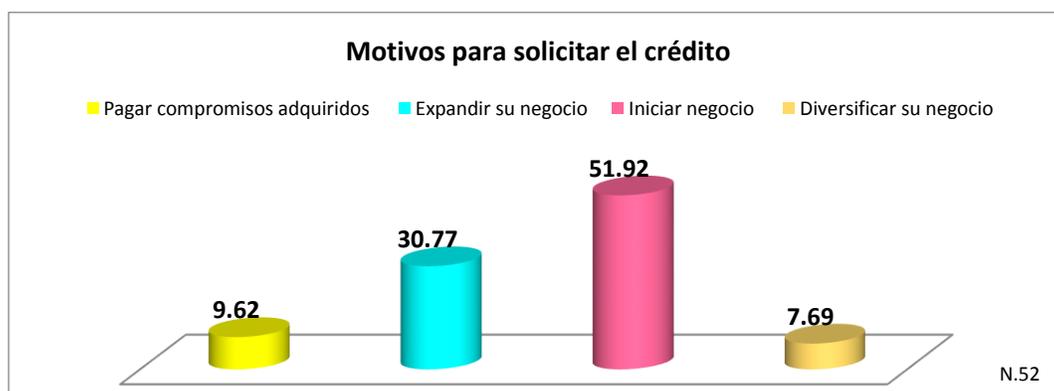


Figura 8. Motivos para solicitar el crédito (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto a las condiciones de crédito se sabe que las instituciones financieras piden requisitos y garantías. En el caso de la Sofom Imdeneg los exigidos son: Credencial para votar, comprobante de domicilio, contar con un negocio propio o realizar una actividad económica lícita y permitida por la Sofom, Clave Única de Registro Poblacional (CURP) y acta de nacimiento. Adicionalmente solicitan dos referencias

personales, residencia mínima de 1 año en el domicilio y que se conozcan bien entre las y los miembros del grupo.

Dado que las exigencias anteriores, son bastante accesibles, el 100% de las personas a quienes se aplicó la encuesta manifestó no haber tenido ningún problema al presentar los requisitos solicitados.

Respecto a las garantías hay que tener presente que Imdeneg opera con base en la metodología de grupos solidarios por lo que los adeudos o intereses no cubiertos por individuos en particular son asumidos por el grupo en su totalidad. Esto, evidentemente, facilita el acceso de las personas al crédito, sin embargo, los préstamos otorgados bajo esta modalidad suelen ser pequeños ya que difícilmente el grupo en cuestión está dispuesto a asumir un riesgo alto. En el caso que nos ocupa, se tiene conocimiento que los créditos excepcionalmente rebasaron los 5 mil pesos.

El conocimiento de la tasa de interés es fundamental para quienes solicitan créditos, por lo que el cuestionario levantado incluyó una pregunta al respecto. Las respuestas obtenidas muestran que el 79 % conocen la tasa de interés que se les cobra, y el 21% la desconocen, solamente tienen claro cuánto pagan a la semana y por cuánto tiempo. Si por algún motivo el grupo presenta retrasos se cobra a todo el grupo y de forma semanal lo que se denomina intereses moratorios.

Se buscó conocer si el crédito era suficiente para emprender la actividad económica que planteó la o el solicitante, el cuestionario incluyó una pregunta con este fin. Las respuestas indican que lo fue en la gran mayoría de los casos (92%) (Figura 9).



Figura 9. El crédito le ha permitido cumplir sus objetivos (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Se consideró importante conocer las características de los negocios pero, sobre todo, saber qué utilidad había tenido el crédito para el negocio. Las respuestas que se obtuvieron son las siguientes:

El negocio que generalmente establecen es propio, aunque se observa que existen algunos de tipo familiar (18%) tal como se demuestra en los resultados de la Figura 10.



Figura 10. Tipo de negocio (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta 2014).

La dirección del negocio en su mayoría la hace la propietaria (o) sin embargo, también manifiestan que en algunos casos intervienen las parejas y las hijas. Los datos aparecen en la *Figura 11*.

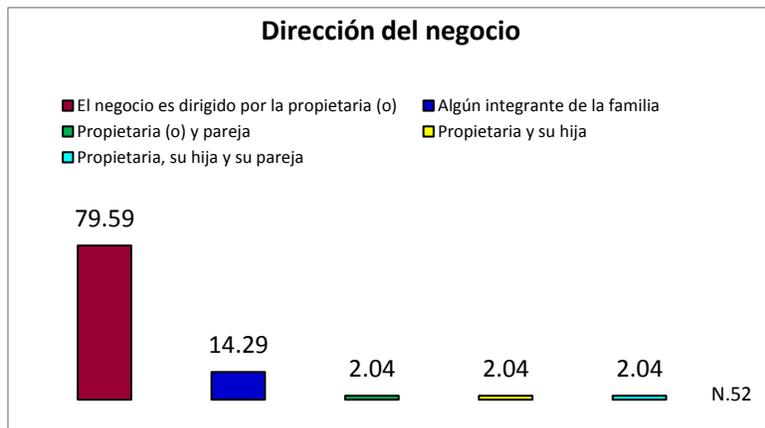


Figura 11. Dirección del negocio (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto a la manera en que utilizaron el crédito, el 81% expresó que para comprar mercancías para el mismo. Los resultados coinciden con lo señalado en informe del programa denominado Sistema de Financiamiento para el Desarrollo (2010), del gobierno de San Luis Potosí, en el que menciona que el principal uso que las microempresas le dan al financiamiento es la compra de mercancías.

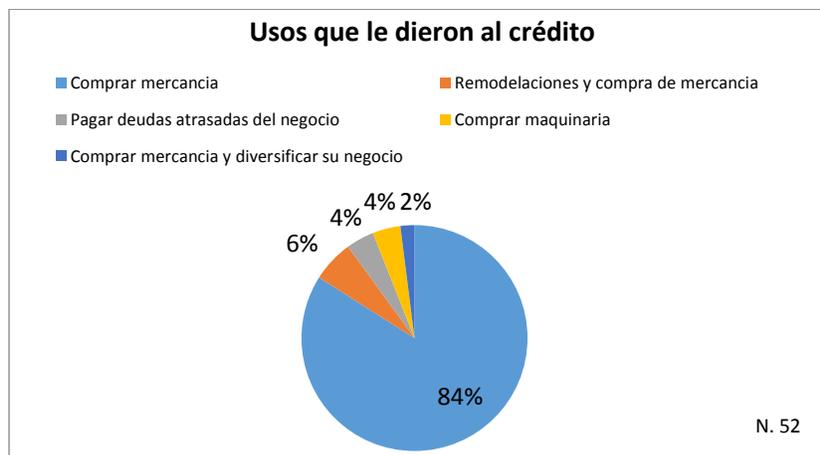


Figura 12. Usos que le dieron al crédito (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Cabe destacar los porcentajes tan reducidos de acreditadas (*Figura 12*) que destinaron el recurso otorgado a ampliar su negocio mediante la diversificación o a capitalizarse mediante mejora de alguno de sus activos. Aunque estamos conscientes de que la Sofom es reciente y que, por tanto, los créditos más antiguos otorgados son de poco más de tres años no podemos dejar de observar un fenómeno frecuente en las MiPyMes: la poca o nula expansión. Resulta comprensible que sus inicios se den con una pequeña inversión, sin embargo, su sostenibilidad depende de su posicionamiento en el mercado (por modesto que éste sea). Y, su participación en el mercado depende de paulatinas expansiones de su capital y/o de sus activos así como de cierta profesionalización en su gestión. La falta de posicionamiento en el mercado las hace sumamente vulnerables a las inestabilidades económicas por lo que cualquier cambio en la demanda interna puede hacerlas desaparecer.

Es sabido que una limitante a la expansión de las unidades económicas de pequeña escala es el acceso al financiamiento. No obstante, en el caso que nos ocupa, las personas encuestadas señalaron en forma mayoritaria (*Figura 9*) que el crédito les fue suficiente para lograr sus objetivos. Lamentablemente, no se cuenta con más información para ahondar en el asunto, por lo que solamente podemos plantear la posibilidad de que recurran a otras fuentes de crédito que no hayan considerado conveniente manifestar o bien que no hayan considerado la expansión de su actividad económica más de allá del incremento en los volúmenes de mercancía. Situación que se manifiesta en datos mostrados anteriormente (*Figura 8 y 12*).

A fin de conocer la utilidad del crédito se les preguntó si a partir de haberlo recibido notaron cambios en su negocio. Del universo (52 entrevistadas) 50 personas respondieron a esta pregunta. Las otras dos que se abstuvieron de responder manifestaron que los tenían pocos días de haber solicitado crédito con la Sofom. Las respuestas permiten observar que en la mayoría de los casos presentaron un aumento en sus ventas. Una distribución de las respuestas se puede observar en la *Figura 13*.

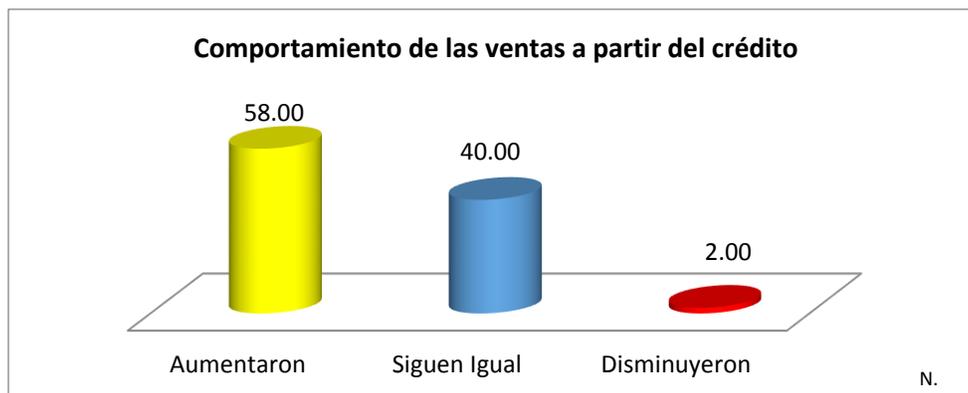


Figura 13. Comportamiento de las ventas a partir del crédito (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta 2014).

Se investigó sobre el bienestar que han podido percibir en el ámbito familiar. La condición económica se ve reflejada en la *Figura 14* donde se consideraron, únicamente, las respuestas de 39 personas, dado que se optó por excluir a las de reciente ingreso (menos de un año). Las formas en que lo expresan aparecen en la *Figura 14*.



Figura 14. Mejora en la condición económica (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta 2014).

Con respecto a los beneficios que las personas han alcanzado con los créditos se les cuestionó lo siguiente: ¿Qué beneficios le ha traído a usted y a su familia utilizar el crédito? En esta pregunta se excluyeron a las personas de nuevo ingreso (13) dado que se considera que tienen poco tiempo operando el crédito y por lo tanto no se le pueden atribuir algún impacto en el bienestar. Respondieron la pregunta 39 personas. En el *Cuadro 1* se reflejan las frecuencias en sus respuestas.

Cuadro 1. Beneficios que el crédito ha proporcionado a las usuarias y a sus familias²⁸

Beneficios del crédito a usuarias y a sus familias	
Respuestas	Frecuencia
Mejora en educación	19
Mejora en salud	21
Mejora en alimentación	30
Mejora en el vestido	17
Mejora en la vivienda	18
Mejora en la diversión y o entretenimiento	8
Otras (Modo de vida por medio del negocio)	2

Respecto al impacto que el crédito ha tenido en los niveles de vida como es el caso de la alimentación se consideró un universo de 39 personas. Las 13 personas restantes corresponden a clientes de nuevo ingreso las cuales fueron excluidas de esta respuesta debido al poco tiempo que tienen de haber iniciado crédito con la Sofom y aún no vislumbran el impacto correspondiente. El 77% contestaron que sus niveles en la alimentación mejoraron porque tuvieron acceso a diferentes tipos de productos que antes no podían comprar.

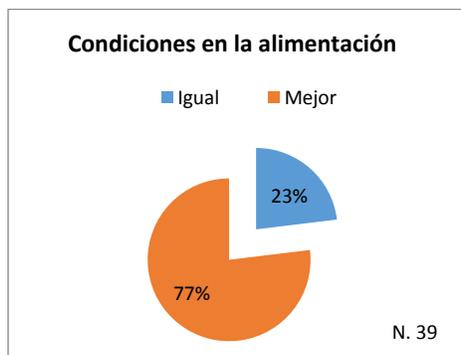


Figura 15. Condiciones en la alimentación (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

²⁸ Algunas personas mencionaron más de una respuesta

En relación al aumento en la calidad de vida de las y los usuarios indicaron que pudieron realizar algunas actividades consideradas para la recreación o mejorar su patrimonio. Este punto es importante porque generalmente las personas no incluyen las vacaciones entre los satisfactores del trabajo que realizan. Las respuestas se muestran en la *Figura 16*.

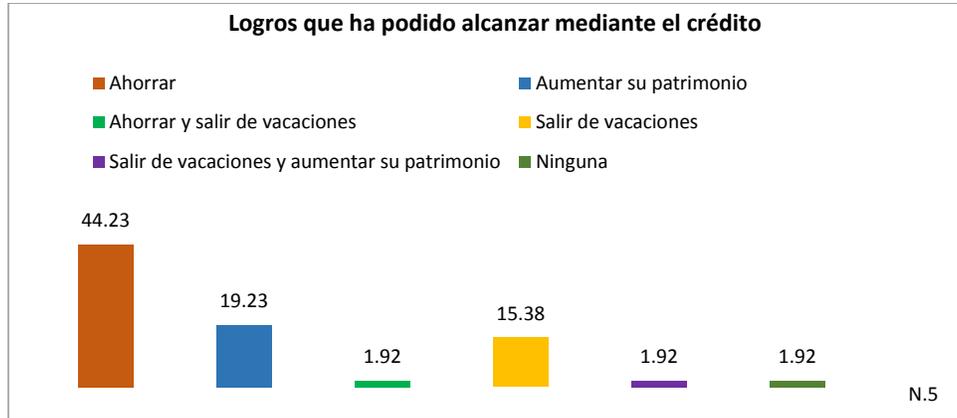


Figura 16. Logros que ha podido alcanzar mediante el crédito (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta 2014).

Fue significativo conocer si las socias de la Sofom habían iniciado un proceso de empoderamiento, por ejemplo desarrollar habilidades que contribuyeran al desarrollo personal, la autoestima entre otras posibilidades. Con las respuestas se pudo conocer lo siguiente.

Existe un alto grado de motivación al poder administrar sus créditos y utilizar los recursos en lo que ellas consideren conveniente. Las 48 que respondieron, lo hicieron como se ilustra en la *Figura 17*.

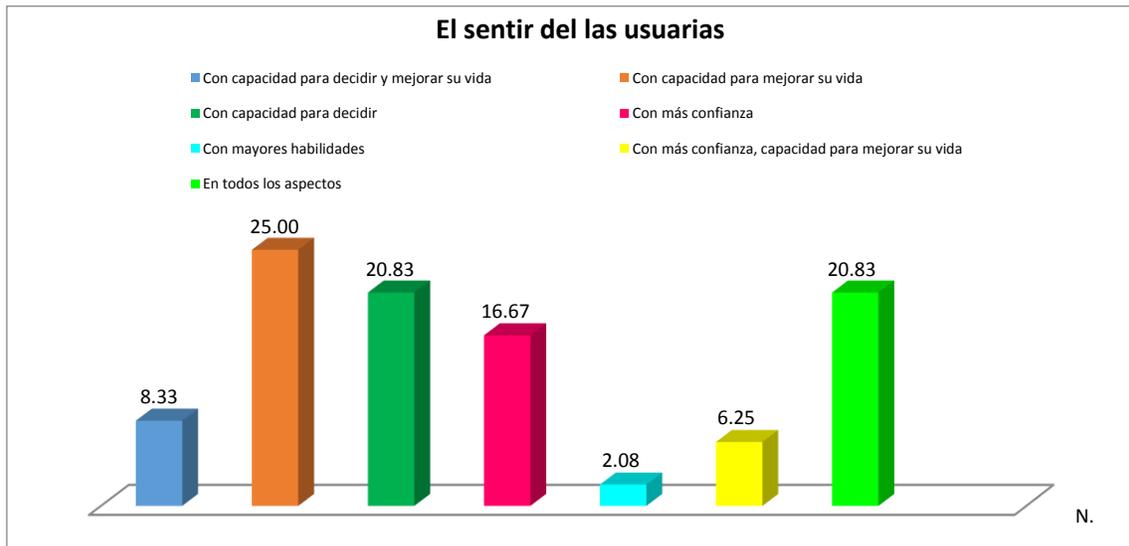


Figura 17. El sentir de las usuarias (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto al desarrollo de habilidades las respuestas de las 40 personas que respondieron a esta pregunta aparecen en la *Figura 18*:

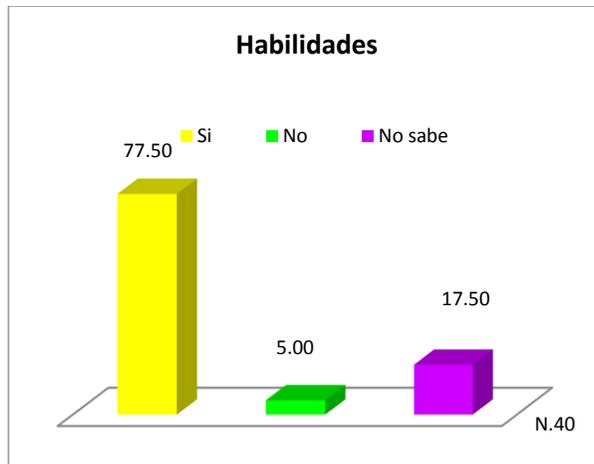


Figura 18. Habilidades (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Las habilidades a las que aludieron las encuestadas comprendidas en el 77.50 antes mencionado, consisten en hacer un mejor uso del dinero, tener mayor capacidad de tomar decisiones o de relacionarse más fácilmente con las compañeras o con la población de la comunidad, o bien que su administración y visualización de nuevos clientes ha mejorado.

Con respecto a tomar decisiones en el entorno familiar se obtuvieron los resultados representados en la *Figura 19*. Manifestaron que a partir de que ganan dinero ellas son cada vez más participes en las decisiones para comprar alimentos, ropa, zapatos, y en algunos casos muebles, o de cubrir las necesidades principalmente de los hijos.

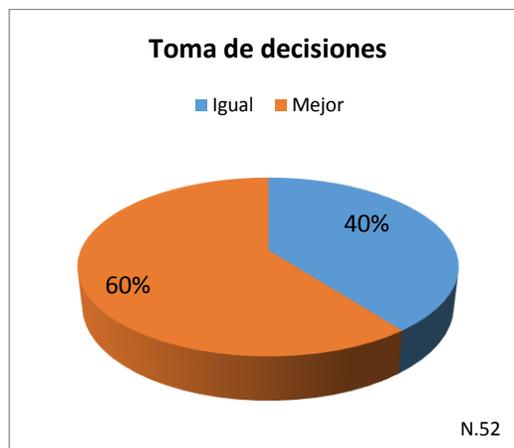


Figura 19. Toma de decisiones (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Culturalmente la mujer al estar confinada en el espacio doméstico en las labores del hogar no interactúa con otras personas fuera de este ámbito, sin embargo, a partir de tener un negocio se vieron en la necesidad de tener tratos con pobladores de la comunidad, a través de la *Figura 20* se puede observar cómo se han desenvuelto en este rubro.



Figura 20. Relaciones interpersonales (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Por lo que respecta al manejo de las finanzas personales la *Figura 21* revela el resultado de la opinión de quienes participan en el uso de los créditos.

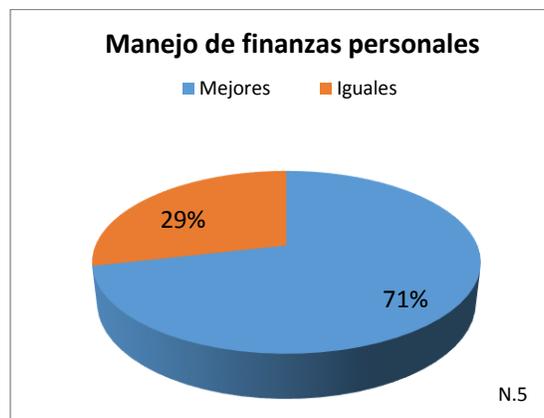


Figura 21. Manejo de finanzas personales (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

En la *Figura 22* se consignan las respuestas, sobre el uso del tiempo. Manifestaron haber mejorado, algunas comentaron que se organizan para poder ir a comprar la materia prima a lugares con mejor precio (generalmente se trasladan al D.F.), y que gracias al financiamiento han podido acceder al uso de taxis o bicitaxis, reduciendo los tiempos de traslado; algunas manifestaron que ver que el negocio está rindiendo utilidades las motiva y han podido armonizar las actividades del mismo, con el cuidado de los hijos y las labores del hogar y que les da tiempo de llevar a cabo las tres tareas.

El neoliberalismo asume que el tiempo de las mujeres es elástico y por eso ante la falta de empleos remunerados ellas se responsabilizan de negocios, del bienestar del grupo y del trabajo doméstico. Una triple carga de trabajo poco reconocida en las estadísticas nacionales.

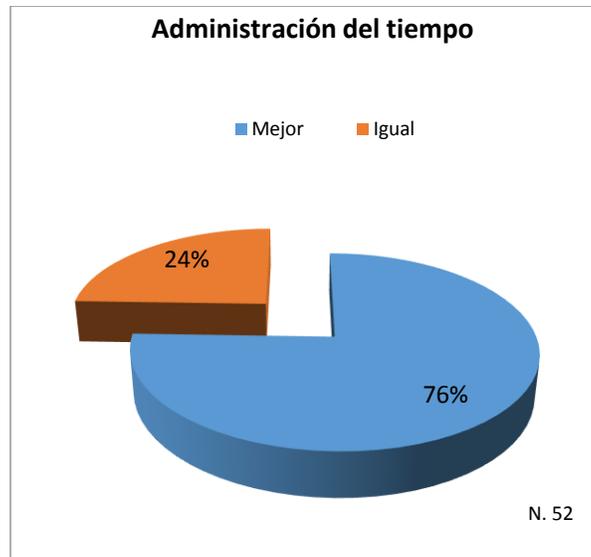


Figura 22. Administración del tiempo (Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta, 2014).

Con respecto a las expectativas de vida respondieron en su mayoría la intención de superarse, de mejorar sus condiciones de vida, de acrecentar su negocio, de tener un patrimonio para ellas (os) y para su familia.

Con respecto a este rubro se puede mencionar que las mujeres han alcanzado un amplio desarrollo de habilidades, que se sienten motivadas, sin embargo algunas mencionaron que necesitan pláticas con respecto a la no violencia hacia las mujeres, la familia, motivación, negocios entre otros.

CONCLUSIONES

Derivado de la investigación se concluye con lo siguiente:

Las respuestas que se obtuvieron muestran que la Sofom Imdeneg sí ha solucionado los problemas de financiamiento de la mayoría de los y las empresari@s que forman parte de los grupos promovidos por la misma institución. Incluso les ha permitido, en algunos casos, la realización de otros planes adicionales a los que motivaron la solicitud de crédito.

Es un hecho, manifestado por quienes reciben el crédito, que la sencilla operativa de la Sofom permitió que accedieran a un crédito mediante exigencias que les resultaron alcanzables. La facilidad de los trámites, lo reducido de los requisitos y la modalidad de garantía solidaria lo hicieron posible. Aunque en este aspecto hay que tener presente que la garantía solidaria pudiera ser también una limitante para acceder a créditos más cuantiosos ya que los grupos difícilmente aceptan asumir riesgos altos.

La investigación puso en evidencia que el financiamiento ha permitido el mayor acceso a la compra de mercancías lo que permite que los negocios de las acreditadas puedan operar con mayor seguridad ya que cuentan con capital de trabajo. Sin embargo, no se encontró evidencia de capitalización de los negocios o de compra de activos que indicaran que su tamaño se va incrementando y/o que su participación en el mercado que atienden se va consolidando. Situación que de no presentarse las hace más vulnerables a la inestabilidad económica del país.

No obstante lo anterior es un hecho que el financiamiento permitió a los y las acreditadas generar ingresos que mejoraron su calidad de vida así como la de sus familias. De tal manera que un alto porcentaje de las mismas recomiendan el servicio que la Sofom proporciona a su propia familia.

Con base en los hallazgos se recomienda proporcionar pláticas o talleres fomentando conceptualizar a las mujeres como empresarias, así como utilizar herramientas como son la administración, la contabilidad, la economía, entre otras disciplinas que permitan el desarrollo y crecimiento de los negocios y sus dueñas.

Para concluir, las microfinanzas por sí solas no impulsan procesos de empoderamiento se necesitan otros soportes que estas instituciones no tienen la capacidad de ofrecer ya que se limitan a áreas específicas como lo es el manejo del dinero y el pago de los créditos. En las respuestas de las mujeres se pueden ver cambios hacia ganar poder para ellas mismas lo que podría transformarse, si logran conseguir otros apoyos, como sería la capacitación desde la perspectiva de género. Hasta el momento han logrado manejar sus pequeños negocios, han podido aportar para sus grupos domésticos, participar en ciertas decisiones. Algunas piensan en seguir estudiando. El empoderamiento económico que han alcanzado puede que en un futuro les permita valorar su quehacer y alcanzar crecimiento personal con objetivos propios. Se sugiere darles talleres donde ellas valoren el aporte que hacen a sus grupos domésticos y por lo tanto a la economía del país.

LITERATURA CITADA

- Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento, (2010). *Mujeres Empresarias: Barreras y Oportunidades en el Sector Privado Formal en América Latina y el Caribe*. Washington, DC : Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo y Ministerio Federal de Cooperación Económica y Desarrollo.
- Boilio, A., et al., (2006). *Empresas familiares como fortalecerlas*. *Entrepreneur*, Septiembre, Volumen 14, Número 07 D.F. México, p. 108.
- Centro de Investigación de la Mujer en la Alta Dirección (2013), *Estadísticas sobre mujeres y empresarias en México*, <http://www.ipade.mx/Documents/cimad/Estadísticas%20sobre%20mujeres%20y%20empresarias%20en%20México.pdf>. Fecha de consulta 21 de Septiembre de 2015.
- Cerda, A. (2014). *Diagnóstico sobre la situación de las empresarias*, México, Dirección General de Promoción y Enlace y Dirección de Desarrollo Sustentable del Instituto Nacional de las Mujeres, s.a., <http://empresarias.inmujeres.gob.mx/docs/diagnostico.pdf>. Fecha de consulta: 24 de febrero de 2014.
- Corporación Andina de Fomento, (2011). *Servicios financieros para el desarrollo: Promoviendo el acceso en América Latina*. Bogotá, Colombia. La versión digital de este libro se encuentra en: www.caf.com/publicaciones
- Cotler, P. y López, P. (2013). *Las Microfinanzas en México: Instrumentos de desarrollo e inclusión financiera*. Primera ed. D.F.: ISEF, IMEF, PRONAFIN, UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA.
- Gálvez, T. (2001). *Aspectos económicos de la equidad de género*, Chile, Naciones Unidas-CEPAL, Serie 35, "Mujer y desarrollo"
- Guillen, G. (2010). *Credito para ellas*. México. Perspectiva proteja su dinero. Revista publicada por CONDUSEF
- Herrera Luque, Ludivina Amalia, en entrevista, con Alvaréz, Samantha, "México, cuarto lugar en apoyo a emprendedoras", *El Economista*, 25 de julio de 2013,

- <http://eleconomista.com.mx/sociedad/2013/07/25/mexico-cuarto-lugar-apoyo-emprendedoras>. Fecha de consulta: 21 de Septiembre de 2015.
- Instituto Nacional de Geografía y Estadística INEGI (2010), *Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE)*, 2º trimestre <http://www.inegi.org.mx/est/contenidos/Proyectos/encuestas/hogares/regulares/enoe/>
- Lagarde, C. (2013). *A new global economy for a new generation*. s.l.:Fondo Monetario Internacional.
- Lecuona, Ramón, (2009). *El financiamiento a las pymes en México, experiencia reciente*. México: Facultad de Economía UNAM.
- Pavón, L. (2010). *Financiamiento a las microempresas y las PYMES en México 2000-2009*. Santiago: CEPAL, Naciones Unidas.
- Presburger, E. (2013). *SOFOMES ENR, La puerta a la Revolución Financiera en México*. 1a Edición ed. México: EY, LIMUSA, Instituto Mexicano de Contadores Públicos.
- Rodríguez, J. (2002). *Administración de pequeñas y medianas empresas*. México: Thompson 5ª Edición
- Secretaría de Economía, (2009). *Acuerdo por el que se establece la estratificación de micro, pequeñas y medianas empresas*. Publicado en el Diario Oficial de la Federación del 30 de junio de 2009. México, D.F.
- Secretaria Permanente de SELA, (2010). *Desarrollando Mujeres Empresarias: La Necesidad de Replantear Políticas y Programas de Género en el Desarrollo de Pymes*, Caracas, Venezuela: s.n.
- Velazquez, G. (2007). *¿Las pequeñas y medianas empresas mexicanas requieren aplicar diagnósticos organizacionales*. <http://www.mundosisgloxxi.ciecas.ipn.mx/pdf/v04/13/06.pdf>. p. 77
- Zapata, E., et al. (2002). *Las Mujeres y el Poder contra el patriarcado y la pobreza*. México: Colegio de Postgraduados, Especialidad de Género Mujer Rural, Plaza y Valdes.

AGRADECIMIENTO

Se agradece a la Sofom Imdeneg, S.A. de C.V. el apoyo recibido, así como las facilidades brindadas para realizar la presente investigación.

SÍNTESIS CURRICULAR

Erika Lucero Carranza González

Licenciada en Contaduría por la Universidad Autónoma del Estado de México, Maestra en Ciencias por el Colegio de Postgraduados, Campus Montecillos. Actualmente es docente por asignatura en el Área de Negocios de la Universidad del Valle de México. Dirección institucional: Especialidad de Economía, Colegio de Postgraduados, Km. 36.5 Carr. México-Texcoco, Montecillo, Edo. México, C.P. 56230. Teléfono 5565546056. Correo electrónico: erika_carranza@my.uvm.edu.mx

Laura Elena Garza Bueno

Licenciada en Economía por el Instituto Politécnico Nacional, con Ph D. de la Universidad Estatal de Moscú "M. V. Lomonosov". Actualmente es Profesora Investigadora Titular del Colegio de Postgraduados en Ciencias Agrícolas y Profesora por Asignatura en la División de Ciencias Económicas y Administrativas de la Universidad Autónoma Chapingo. Forma parte del Sistema Nacional de Investigadores, nivel II. Sus líneas de investigación son: microfinanzas y desarrollo e integración económica de productores(as) y competitividad. Dirección institucional: Especialidad de Economía, Colegio de Postgraduados, Km. 36.5 Carr. México-Texcoco, Montecillo, Edo. México, C.P. 56230. Teléfono: (595) 9520200 ext 1807 o 1842. Correo electrónico: garzal@colpos.mx

Emma Zapata Martelo

Doctora en Sociología, Universidad de Texas, en Austin. Es profesora Investigadora Titular en el Colegio de Postgraduados, en Montecillo, Estado de México donde ha trabajado por treinta y siete años. Impulsó la especialidad sobre estudios de género en la institución, dirigidos específicamente a la problemática de mujeres y hombres del sector rural. En 2001 recibió el Premio Internacional de Investigación en Países en Desarrollo, por la Universidad Justus-Liebig, en Giessen, Alemania. En 2006 el Premio Nacional María Lavalle Urbina. Numerosos artículos de su autoría sobre las relaciones de género en el ámbito rural han aparecido en revistas nacionales y extranjeras. Pertenece a la Academia Mexicana de Ciencias desde 1997; es integrante del Sistema Nacional de Investigadores, Nivel III. En 2010 le fue otorgado el Premio Estatal de Ciencia y Tecnología, Correo electrónico: emzapata@colpos.mx