

Nancy Barry, patrona de la FMBBVA



*Patrona de la
Fundación BBVA
para las
Microfinanzas*

Patrona de la Fundación BBVA para las Microfinanzas desde 2008. Ex Presidenta del Banco Mundial de la Mujer. Fundadora y Presidenta de Enterprise Solutions to Poverty. Licenciada en Economía por la Universidad de Stanford. Máster en Administración de Empresa por la Universidad de Harvard.

1. Usted fue presidenta del Banco Mundial de la Mujer de 1990 a 2006. ¿Cuáles fueron sus mayores logros y qué dificultades enfrentó?

El Banco Mundial de la Mujer (BMM) nació en la primera Conferencia sobre la Mujer de la ONU en 1975 en Ciudad de México. Entre las fundadoras y primeras líderes del BMM estuvieron Michaela Walsh, una banquera de inversión y visionaria estadounidense, Ela Bhatt, la líder de la Asociación de Mujeres Trabajadoras por Cuenta Propia (SEWA, por sus siglas en inglés) en la India, Beatriz Harrette, la principal mujer en el BID en los años 80 y 90, y Esther Ocloo, que empezó como vendedora callejera vendiendo su mermelada casera en Ghana y terminó siendo gerente general de una compañía agrícola. Estas líderes decían que las mujeres de bajos ingresos no necesitan caridad, sino acceso al crédito para crear sus pequeñas empresas.

En 1995, en preparación para la Conferencia sobre la Mujer de la ONU en Pekín, se formaron tres grupos de trabajo sobre mujeres y finanzas, mujeres y pobreza, y mujeres y emprendimiento. A partir de los informes de esos grupos se creó la agenda de la Conferencia sobre la Mujer. Dirigiéndose a la Conferencia, Hillary Clinton, entonces primera dama de EE. UU., dijo que los derechos de la mujer son ni más ni menos que derechos humanos. El BMM creó la Coalición sobre la Mujer y el Crédito, y fue clave en las deliberaciones entre gobiernos y ONG.

Esos mismos informes de los grupos de trabajo generaron la normativa para la medición de resultados adoptada por el Comité de Donantes para el Desarrollo Empresarial en 1996, y por el CGAP cuando se formó en 1997. Desde 1996, varias mujeres líderes como Ela Bhatt del BMM y la SEWA, Maria Otero de Acción y yo, como miembros del comité organizador de la Cumbre del Microcrédito, movilizamos a los principales participantes para criticar el enfoque que se limitaba a replicar el modelo de Grameen.

Estoy especialmente orgullosa de la etapa entre 1997 y 2004, cuando el BMM y su red de miembros trabajaron con los gobiernos de 20 países, incluyendo Colombia, India, Kenia y Filipinas, para introducir políticas y normas en el sector financiero que impulsaran a una serie de instituciones a seguir unos estándares altos en el suministro de créditos, ahorros y otros servicios financieros para emprendedores de bajos ingresos.

2. En su opinión, ¿cuáles son las principales dificultades para el sector?

Hay tantas... Pero creo que resaltaría las siguientes:

En primer lugar, las estructuras de costes. Las principales instituciones microfinancieras (IMF) han logrado aumentar el número de préstamos en la cartera de cada agente financiero, han reducido el coste de los sistemas de distribución a través de oficinas, y han logrado controlar sus riesgos. Los métodos tradicionales eran demasiado costosos, incluso cuando el modelo se aplicaba de una manera eficiente.

Otro problema esencial que hay que resolver es la necesidad de una innovación incremental y radical en la oferta de productos, los canales de servicios y el manejo de bases de datos.

Y si tengo que identificar una tercera dificultad, sin duda son los sistemas de pago. Estos son como el cableado para ofertar los múltiples productos que usan tecnología móvil, y probablemente será el principal canal para acceso a los servicios financieros dentro de unos cinco a diez años. Pero en este momento, las IMF todavía no están organizadas para ofrecer la gama completa de transacciones de pago. La aparición de plataformas móviles competitivas demuestra la importancia de los pagos como la columna vertebral de los servicios financieros modernos.

Y por último, hay que tener en cuenta lo difícil que está resultando sustituir a la primera

generación de líderes visionarios de las IMF. Muchas de las primeras IMF del mundo han tenido al frente a líderes visionarios durante más de 20 años. El reto es hacer la transición a la siguiente generación sin perder esa combinación de eficiencia y conexión con los clientes que ha producido tantas IMF exitosas.

3. ¿En qué países de Latinoamérica han funcionado mejor las microfinanzas? ¿Dónde les ha ido peor? Y sobre todo, ¿por qué?

El éxito de las microfinanzas en Latinoamérica ha estado impulsado por las instituciones internacionales, y las políticas se crearon para amoldarse a su crecimiento.

Un total de 334 instituciones financieras en la región reportaron rendimientos a MIX en 2015 y/o 2016. De estas, 43 instituciones, es decir, el 12% del total, tuvieron 100.000 clientes de créditos en 2015/16. Estas 43 IMF atendieron a más del 75% de los clientes en la región. Las nueve instituciones con más de 500.000 clientes otorgaron un 50% de los microcréditos, y las tres IMF con más de un millón de prestatarios tuvieron un 25% de los clientes en Latinoamérica.

La atención al cliente y la ubicación de las grandes instituciones están muy concentradas en unos pocos países: Perú, México, Brasil y Colombia representan casi el 70% de los préstamos otorgados en la región. Las nueve IMF con más de 500.000 clientes en estos cuatro países tienen un 70% del mercado. En la categoría de IMF con menos de 100.000 clientes, 295 tienen menos de 20.000 prestatarios en promedio.

Perú tiene la mayor penetración del microcréditos con relación a la población adulta: un 17% del total de la población recibió microcréditos en 2015/16. Le sigue Paraguay, donde el éxito de las corporaciones financieras ha aumentado al 13%. Y Ecuador está en noveno lugar, gracias a la entrada de dos grandes instituciones financieras. México, Colombia y República Dominicana tienen cada uno el 6% de la población total con microcréditos. A pesar de la gran cantidad de microcréditos, Brasil

tiene apenas un 1% de penetración, mientras que Argentina prácticamente no tiene microcréditos y Chile tiene un nivel de penetración del microcrédito de apenas el 2% de la población.

4. ¿Qué países latinoamericanos son modelos a seguir en el camino hacia una mayor inclusión financiera?

Los principales países en Latinoamérica difieren en las medidas adoptadas para la inclusión financiera. Por ejemplo, si miramos el porcentaje de bancarización en los diferentes países, vemos que Brasil, República Dominicana y Chile tienen un porcentaje de personas mayores de 15 años con cuentas bancarias mayor que el promedio regional del 51,5% en 2014.

Estos mismos tres países tienen el mayor porcentaje de titulares de cuentas entre el 40% más pobre de la población, mientras que Brasil y República Dominicana lideran con el mayor porcentaje de población rural con cuentas bancarias.

Brasil, República Dominicana y Colombia tienen el mayor porcentaje de personas que solicitaron préstamos el año anterior. Tanto República Dominicana como Brasil muestran cifras que están más del 50% por encima del promedio regional del 33%.

México y República Dominicana tuvieron porcentajes mucho más altos de población rural con préstamos en comparación con el promedio regional del 28,4%: el 49,3% en México y el 48,1% en República Dominicana.

En República Dominicana, el porcentaje de la población pobre que ahorró a través de una institución financiera fue del 26,5%, el doble del promedio regional.

La penetración de las cuentas móviles en el mercado latinoamericano es muy baja: tan solo un 2,3%. Chile tiene la mayor penetración (3,8%) y Perú reporta la menor.

República Dominicana tiene el mejor desempeño en el ámbito de la inclusión financiera. Un buen porcentaje de la población de Brasil es titular de cuentas corrientes y de ahorros, mientras que México tiene buenos indicadores con respecto a los préstamos. Perú parece mostrar el peor desempeño en cuanto a la inclusión financiera, especialmente en relación con la titularidad de cuentas y el ahorro de las familias más pobres.

Latinoamérica tiene niveles similares de inclusión financiera al Sur de Asia en varias áreas, pero está muy lejos de los países emergentes del Este de Asia. Sin embargo, su inclusión financiera es mayor que la de África Subsahariana en la mayoría de las áreas. El progreso de la inclusión financiera en los últimos cinco años ha sido sólido en todas las regiones y en casi todas sus dimensiones. No obstante, la penetración de las instituciones financieras es mucho mayor en el ahorro que en el crédito.

5. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de las microfinanzas como herramienta para empoderar a las mujeres y facilitar su desarrollo socioeconómico? ¿Qué podría hacerse para impulsar ese empoderamiento?

La investigación y la experiencia demuestran que muchas mujeres de bajos ingresos quieren tener acceso a pequeños créditos que puedan crecer orgánicamente con sus empresas.

Las cifras también muestran que estas mujeres a menudo quieren un vínculo relacional con su IMF o banco, un sentimiento de pertenencia. En un mercado sesgado hacia la demanda, este vínculo tiene que establecerse de una manera rentable para poder ofrecer créditos a intereses bajos.

Las mujeres no componen un grupo homogéneo. Es importante la segmentación, que normalmente se hace según la edad, la educación, la naturaleza y el tamaño del negocio, y las necesidades de los miembros de la familia en diferentes etapas.

Las mujeres quieren y están cada vez más dispuestas a utilizar soluciones móviles para acceder a los productos. Tradicionalmente, el acceso al crédito y al ahorro se ofrece a través de visitas de agentes financieros u oficinas bancarias, que pueden ser muy costosas. Las IMF deben aprovechar el hecho de que las mujeres, en particular las más jóvenes, utilizarían con gusto los smartphones para sus transacciones bancarias. Los estudios demuestran que tanto mujeres como hombres quieren tener acceso a pagos, crédito, productos de ahorro, saldos y otros servicios a través de sus teléfonos móviles, conservando al mismo tiempo una sensación de conexión personal con su banco.

Las mujeres compatibilizan sus actividades económicas y familiares con diferentes prioridades a lo largo de su vida. Sin embargo, vemos una constante: las mujeres emprendedoras, con más frecuencia que la mayoría de los hombres, tienden a priorizar las necesidades de sus familiares al tomar decisiones de negocios. Por lo tanto, vincular las ofertas de crédito, ahorro y seguros con la educación, la salud y la vivienda familiar en periodos clave en el ciclo de vida de las mujeres y sus familias, es la manera de ayudar a las mujeres a cultivar al máximo su potencial.

Está demostrado que las mujeres valoran una conexión eficaz y económica y el acceso a la información. Sin embargo, los programas tradicionales de capacitación no son muy bien calificados por las mujeres, pues tienden a ser genéricos y son dictados por personal de las ONG que no conoce los detalles prácticos de sus negocios. La tecnología podría facilitar la consolidación de redes físicas y virtuales de mujeres, a través de las cuales puedan compartir conocimientos y consejos y formar relaciones de negocios. Algunas instituciones financieras y *fintech* han conseguido utilizar los mensajes móviles para crear una demanda de productos de ahorro y seguros, y otras están comenzando a aumentar su capacidad para proporcionar un conocimiento que añada valor para los clientes de las microfinanzas.

6. ¿Qué características tienen las IMF del Grupo que las diferencian de otras en el mundo?

La FMBBVA y las principales IMF del Grupo se concentran en crear productos y servicios que ayuden a los emprendedores más vulnerables a generar ingresos y acumular activos. Este objetivo claro es vital hoy en día, ya que muchos actores ahora apoyan el concepto de las finanzas inclusivas, argumentando que el acceso a los servicios financieros es suficiente en sí mismo, sin considerar los resultados para los clientes.

La FMBBVA es la única entidad que realiza una medición de forma sistemática. La metodología de la Fundación para *medir lo que realmente importa* se ha convertido en el referente global para conseguir un seguimiento fehaciente de los aumentos de ingresos y activos de los clientes a lo largo del tiempo.

En las áreas rurales, la FMBBVA ha sido líder en la creación de microfinanzas rurales para emprendedores de bajos ingresos y pequeños agricultores, un segmento que ahora es una parte significativa del portafolio. El Grupo ha innovado en canales de servicio de muy bajo costo en áreas rurales y en la creación de productos que responden a las diversas fuentes de liquidez mixta en las familias agricultoras. Ha logrado demostrar la viabilidad del sector financiero rural y agrario en Latinoamérica, donde el negocio agrícola tradicional suele estar en manos de microemprendedores y sus familias.

7. El pasado año la Fundación celebró su décimo

aniversario ¿Cómo ve el futuro del Grupo FMBBVA?

Veo a un Grupo FMBBVA que seguirá siendo un modelo y un referente para las finanzas productivas. Seguirá demostrando que se puede ofrecer productos y servicios que respondan a las necesidades de los emprendedores vulnerables de manera eficiente, rentable y a gran escala. Esta pasión y ese enfoque ahora son más importantes que nunca, y la inclusión financiera es vital para combatir los peligros de un menor dinamismo con los que se enfrenta el sector microfinanciero. El Grupo FMBBVA debe seguir contando sus historias de éxito para que el público, los inversores y otras IMF puedan aprender de su ejemplo.

El Grupo FMBBVA continuará aumentando la innovación de productos y canales de servicio en las finanzas rurales y urbanas para reducir sustancialmente los costes y los tipos de interés, y al mismo tiempo seguirá ofreciendo soluciones adecuadas para los diferentes segmentos de emprendedores de bajos ingresos. Esto seguirá requiriendo un esfuerzo conjunto de las IMF afiliadas y el equipo central, para aportar su *know-how* e impulsar la transformación desde modelos operativos tradicionales intensivos en mano de obra, hacia sistemas que combinen canales relacionales tanto digitales como físicos.

Veo al Grupo FMBBVA como un ejemplo de cómo combinar lo mejor de los niveles local y global para alcanzar la excelencia en la gestión y la gestión de la innovación, la eficiencia y el riesgo. La experiencia de otras redes y grupos de inversores demuestra que se trata de un equilibrio delicado. El Grupo hace todo lo posible por respetar al liderazgo local, pero al mismo tiempo presiona a los afiliados para que busquen la excelencia y logren economías de escala. La FMBBVA seguirá optimizando este modelo local-global con el concepto de responsabilidad mutua, aprovechando el talento y la experiencia en España y en otras IMF del Grupo para obtener grandes resultados.

Y en el futuro, la FMBBVA seguirá siendo líder en la medición sistemática de resultados para los clientes de las IMF del Grupo. Los datos de la FMBBVA sobre los ingresos, activos y educación de los clientes y sus familias, con el tiempo serán cada vez más profundos y completos, y serán invaluable para la investigación y para extraer información analítica que contribuya a mejorar la segmentación de los clientes y los productos y servicios.