

Crédito a Mujeres empresarias en Chimalhuacán, Estado de México

CARRANZA, Erika Lucero, GARZA, Laura Elena y ZAPATA, Emma

E. Carranza, L. Garza y E. Zapata

Colegio de Postgraduados. Carretera México-Texcoco Km. 36.5 Montecillo, Edo. de México, C.P. 56230.
gfatylu_31@yahoo.com.mx

F. Rérez, E. Figueroa, L. Godínez (eds.) Matemáticas Aplicadas. Handbook T-I. -©ECORFAN, Texcoco de Mora-México, 2016.

Abstract

Micro, small and medium size enterprises in Mexico are fundamental for the country's economy. Nevertheless, they are considered risky and their access to financing by commercial banks and government development banks is negligible (Lecuona, 2009; Pavón, 2010). In this context, different types of funding agents have emerged, broadening the credit offer. One of these is the Sociedad Financiera de Objeto Múltiple (Sofom), which has, since 2006, been granting loans designed for small-scale entrepreneurs (Presburger, 2013). A representative sample of entrepreneurs granted credit from Sofom Imdeneg S.A. de C.V., located in Chimalhuacán, State of Mexico, was selected to evaluate how Sofom has solved the credit needs of women's microbusinesses and their development.

7 Introducción

Las micro, pequeñas y medianas empresas denominadas MiPyMes en México han sido el pilar fundamental dentro de la economía del país debido a su participación en el PIB (52%), así como por ser las principales generadoras de empleo (SE, 2010). Dada la flexibilidad que estas presentan en cuanto a horarios, la posibilidad que brindan de combinar la vida familiar con el entorno laboral, el poder establecerlas, incluso dentro del hogar, entre otras atribuciones, propicia que frecuentemente las mujeres establezcan microempresas (Inmujeres, 2010). De ahí que en México, de cada cinco pequeñas y medianas empresas que se abren tres están lideradas por mujeres (SHCP, 2013).

Lamentablemente, así como surgen también desaparecen. La mortandad que presentan las MiPyMes es del 80%, es decir 8 de cada 10 empresas muere, antes de cumplir su primer año de vida. El 24% de las empresas que mueren es debido a la falta de acceso al financiamiento (Bolio *et al.*, 2006). Asimismo, las MiPyMes que establecen las mujeres, en comparación con las que establecen los hombres, enfrentan la falta de acceso al financiamiento en un tono más grave, debido a que las mujeres en muchas ocasiones no cuentan con garantías que avalen el pago del préstamo. Además, como en la mayoría de los casos, las empresas que establecen son microempresas, denominadas por las instituciones bancarias como empresas de alto riesgo dejándolas fuera del sistema bancario (Pavón, 2010).

Para dar solución a la problemática que presentan las MiPyMes y sobre todo a las establecidas por mujeres, las microfinanzas y el microcrédito se han convertido en elementos clave para el desarrollo, el combate de la pobreza y el empoderamiento de las mujeres (Zapata, *et al.*, 2002). Por lo que las figuras financieras se han transformado y han surgido modalidades de financiamiento acorde a las necesidades de las mujeres (Lagarde, 2013).

Para satisfacer la necesidad de recursos, las mujeres se han visto obligadas a recurrir a fuentes de crédito tanto informales como formales (tandas, prestamistas, cajas de ahorro, etc.). Sin embargo, a partir de 2006 surge una nueva figura denominada Sociedad Financiera de Objeto Múltiple Sofom, la cual según Presburger (2013) es un vehículo ideal para MiPyMes además de un agente clave para resolver el problema de la falta de financiamiento que presenta México. Esto en virtud de que cuenta con un modelo basado en créditos grupales, principalmente otorgados a mujeres, los cuales buscan promover el comercio tanto en las zonas rurales como en zonas urbanas.

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 desarrollar una investigación para ver 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.

Es importante 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 se enfrentan.

Para realizar la investigación se hizo un acercamiento con la Sofom ENR¹⁴ denominada Imdeneg S.A. de C.V.¹⁵, la cual tras realizar un intenso análisis determinó que la mejor opción para establecerse era el municipio de Chimalhuacán, Estado de México, ya que ahí detectó gente con necesidad de crédito y que, por ser un municipio colindante con el Distrito Federal, tiene una alta densidad de población con tendencia al desarrollo empresarial. Esta Sofom inicia operaciones a partir del 2010 ofreciendo un solo el producto, “Crédito impulso mujer”; cabe mencionar que el producto que la Sofom ofrece no es exclusivo para las mujeres, pues los hombres también pueden acceder al crédito, siempre y cuando cumplan con los requisitos establecidos. La forma de operar de la Sofom se basa en las microfinanzas de grupos solidarios, los cuales se conforman de 10 a 50 integrantes. Dichos integrantes cuentan cada uno con una suma de préstamo que va desde los \$1,000.00 hasta los \$25,000.00 pesos, según su ciclo de recuperación, pero requieren de garantía solidaria Es decir la responsabilidad del pago y de los intereses así como del conjunto de decisiones (forma de pago, cambios de integrantes, etc.) es compartida por todos (Guillen, 2010).

7.1 Materiales y métodos

El principal instrumento para el levantamiento de la información fue la encuesta, a través de la técnica de investigación cuantitativa del cuestionario. El objetivo de éste fue obtener información acerca de los perfiles que tienen las empresarias, la manera en que acceden al financiamiento que les otorga la Sofom, así como el impacto en los negocios de las clientas de Sofom Imdeneg. Las preguntas utilizadas fueron tanto cerradas como abiertas las cuales respondían a variables e indicadores previamente definidos 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 que fuera representativa utilizando la siguiente fórmula para el cálculo.

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

Donde

N es el tamaño de la población o universo (socios con experiencia de crédito) = 223

Z es el nivel de confianza = 90%

E es el error muestral diseñado = 10%

P es el número de individuos que posee las características del estudio = 0.5

Q es la proporción de individuos que no poseen las características, es decir: 1-q = 0.5

N es el tamaño de la muestra = 52

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

El propósito de considerar a la Sofom Imdeneg atiende varias inquietudes. Por una parte permite identificar si los servicios que ofrece la Sofom Imdeneg, van acordes a las necesidades que presentan las mujeres empresarias del municipio de Chimalhuacán y, por otra parte, qué necesidades tienen las empresarias y cuáles aún no han sido satisfechas.

¹⁴ ENR abreviaturas cuyo significado es Entidad No Regulada (Presburger, 2013).

¹⁵ El nombre de Imdeneg se deriva de su acrónimo conformado por las palabras Impulsora de Negocios.

Asimismo, considera resultados e impactos, lo que determinó la estructura de la encuesta en cinco apartados, los cuales se pueden observar en la siguiente tabla.

Tabla 7 División de las encuestas por sección

Sección de la encuesta	Objetivo
Datos personales	Determinar el perfil de los y las encuestadas
Relación del cliente con los microcréditos y con la Sofom	Indagar los motivos para solicitar préstamos, y conocer a partir de cuándo tienen relación con la Sofom Imdeneg.
Condiciones del crédito	Conocer si los requisitos que pide la Sofom son accesibles para las dueñas de MiPyMes. Saber cuánto tiempo la Sofom tardó en dar respuesta y otorgar el crédito e indagar si los montos cumplen con las expectativas de las clientas. Conocer si ellas poseen conocimientos con respecto a la tasa de interés que pagan por sus préstamos, así como el lugar donde liquidan el crédito.
Condiciones de los negocios	Conocer a quién pertenece el negocio, la actividad y cada cuándo la realiza, la manera de utilizar el crédito, indagar lo que el financiamiento le ha permitido lograr e identificar si han variado sus ventas o ha logrado aprovechar oportunidades.
Impacto que produce el uso del crédito a nivel familiar	Indagar si a nivel familiar los créditos han aumentado la calidad de vida de los individuos, es decir, conocer si ello les ha dado mayor acceso a alimentación, educación, salud, bienestar económico y compra de bienes entre otros.

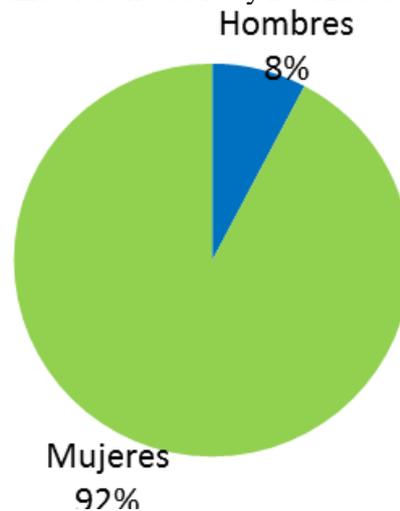
Fuente: Elaboración propia.

7.2 Análisis y resultados

Con base en la información obtenida mediante la encuesta realizada, sobre el perfil de las y los encuestados se llegó a los siguientes resultados:

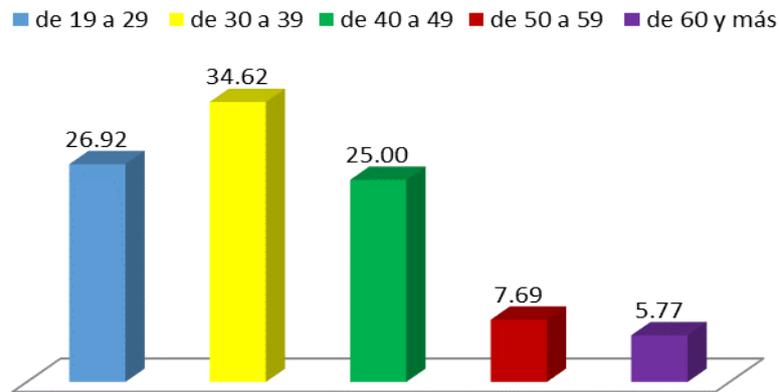
Respecto al género se puede observar que la solicitud de préstamo es solicitada preponderantemente por mujeres como lo demuestra la siguiente gráfica.

Gráfico 7 Sexo de los y las encuestadas



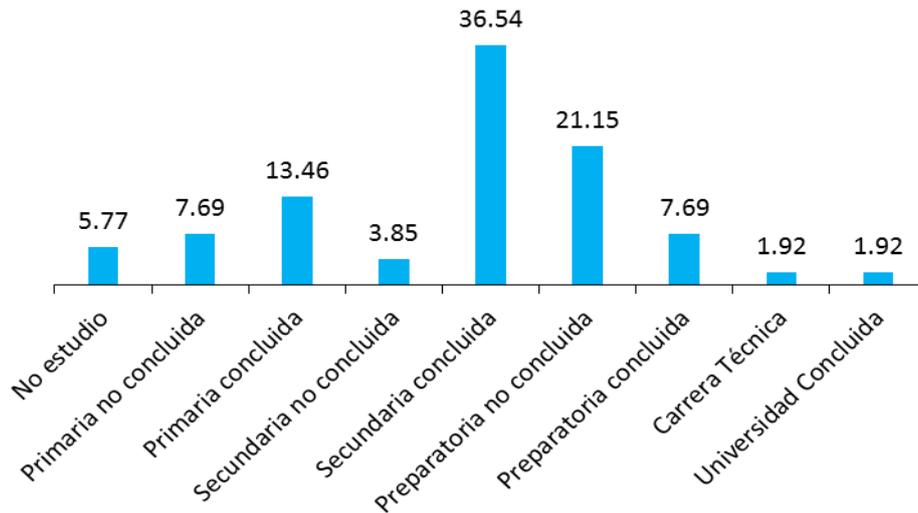
Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con respecto a la edad de los encuestados se determinó utilizar segmentos que van desde los 19 hasta más de 60 años, lo que permite observar, en porcentajes, la edad de los solicitantes, detectando una mayor afluencia entre las personas de 30 a 39 años, seguidas por las de 19 a 29 y de 40 a 49, segmentos considerados como la edad económicamente activa, por el INEGI.

Gráfico 7.1 Edades

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

En lo que se refiere al nivel de escolaridad de las encuestadas, la gráfica muestra que 73% tienen estudios, concluidos o no, de secundaria en adelante.

Gráfico 7.2 Grado máximo de estudios

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con respecto a la constitución de la familia por medio de los gráficos se puede observar que la mayoría de los encuestados tienen pareja e hijos, lo que supone que las familias son las que más necesidades tienen de obtener créditos. Se trata sobre todo de mujeres en edad reproductiva.

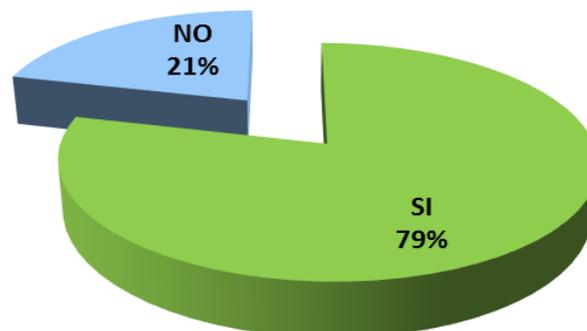
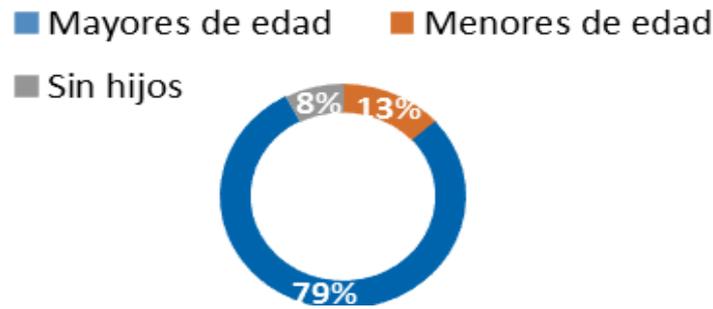
Gráfico 7.3 Tienen pareja

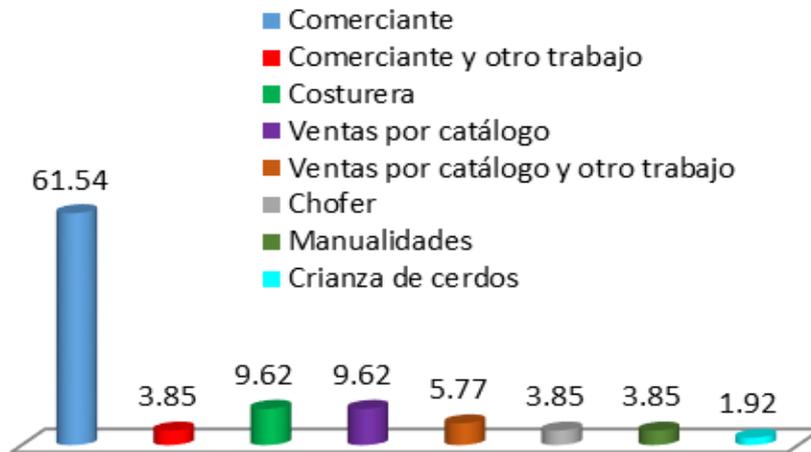
Gráfico 7.4 Tienen hijos



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Los porcentajes de la actividad laboral que realizan los y las encuestadas es mayor en el comercio establecido, sin embargo cabe destacar que otras de las actividades relevantes son la costura, las ventas por catálogo y la realización de dos actividades de manera simultánea.

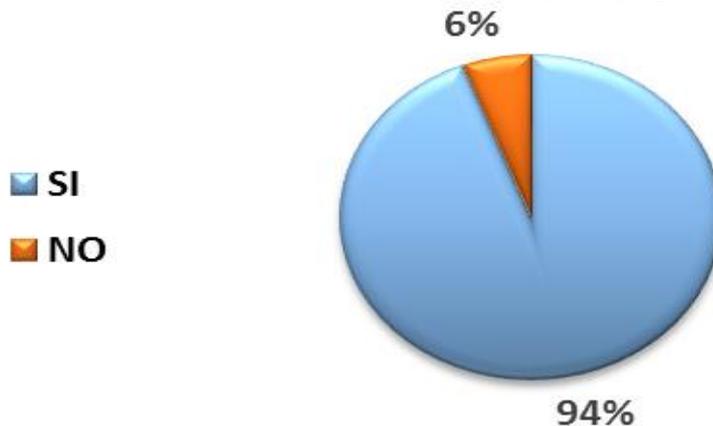
Gráfico 7.5 Actividad laboral



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con respecto a contar con negocio propio la mayoría de las respuestas fueron afirmativas. Cabe mencionar que aquellas mujeres que se dedican a la venta por catálogo consideran su actividad como negocio propio debido a que en algunas ocasiones, aunque pertenecen a alguna marca, tienen que adquirir el producto pero lo venden de diferentes maneras (puestos y/o anaqueles) y conforme a sus tiempos y en sintonía con sus actividades.

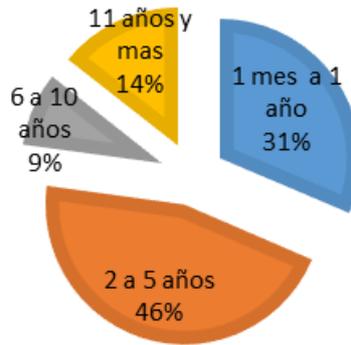
Gráfico 7.6 Cuentan con negocio propio



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

El segundo apartado de la encuesta contempló una serie de preguntas cuya finalidad fue profundizar en las personas encuestadas, en su carácter de acreditadas, sobre sus conocimientos acerca de las condiciones en que les otorgaron el crédito, así como el uso que le asignaron al mismo. Por tanto, lo primero que se les preguntó fue si anteriormente habían solicitado crédito. La respuesta de 67% fue que conoce y tiene contacto con ellos; algunos de los que respondieron afirmativamente llevan hasta 15 años utilizando crédito, mientras que otras (os) solo llevan 4 meses, lo que puede apreciarse en la siguiente gráfica.

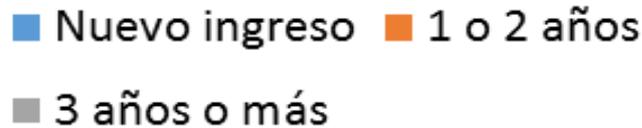
Gráfico 7.7 Tiempo de utilizar el crédito



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

De los clientes de la Sofom Imdeneg solo 35% han sido clientes concurrentes desde el inicio de sus operaciones.

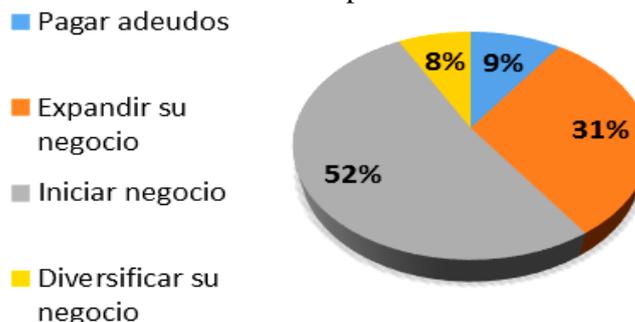
Gráfico 7.8 Clientes



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Para las algunas encuestadas iniciar un negocio fue la clave para obtener financiamiento. Para otras fue la idea de tener nuevos puntos de venta o la introducción de nuevos productos.

Gráfico 7.9 Motivos para usar el crédito



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

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 requisitos que pide 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), acta de nacimiento, copia de la cédula de identificación fiscal expedida por el Servicio de Administración Tributaria (SAT) -de tenerla- copia de la Firma Electrónica Avanzada (FIEL) expedida por el SAT -si cuenta con ella-, dos referencias personales, residencia mínima de 1 año en el domicilio y que se conozcan las participantes en el grupo. La totalidad de las personas encuestadas manifestó no haber tenido algún problema al presentar los requisitos solicitados.

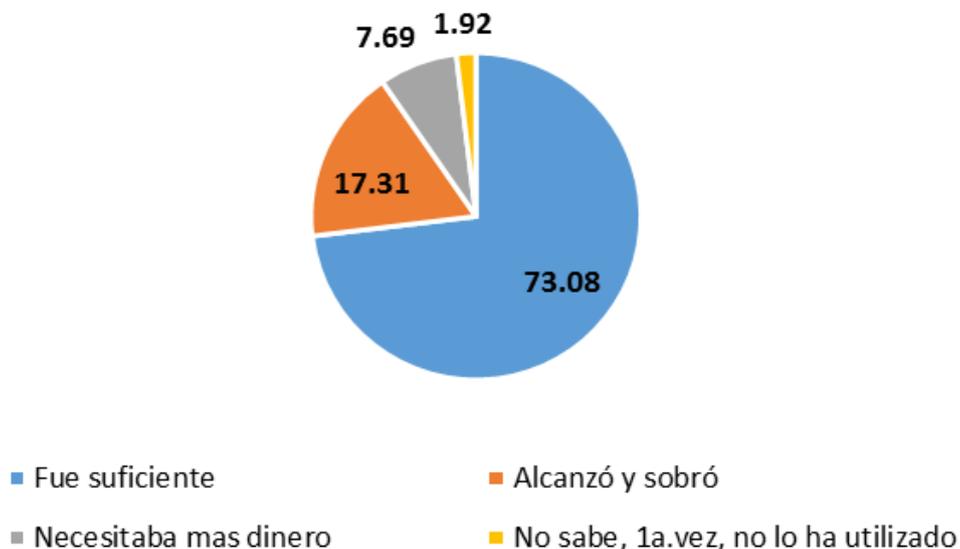
El conocimiento de la tasa de interés es fundamental en los créditos, por lo que la siguiente gráfica revela el conocimiento que tienen de ella. Cabe mencionar que quienes desconocen la tasa de interés tienen claro lo que pagan a la semana y por cuanto tiempo. Es importante señalar que si por algún motivo el grupo presenta retrasos se cobran intereses moratorios semanalmente al grupo.



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

El monto que solicitan es básico para un crédito por lo que las y los encuestados en su mayoría respondieron que lo recibido les fue suficiente para cumplir sus propósitos, algunas personas comentaron que además pudieron realizar otros planes, mientras que otras encuestadas manifestaron que necesitaba más dinero y solo una pequeña parte lo desconoce por ser la primera vez que solicita préstamo.

Gráfico 7.11 El crédito le ha permitido cumplir sus objetivos

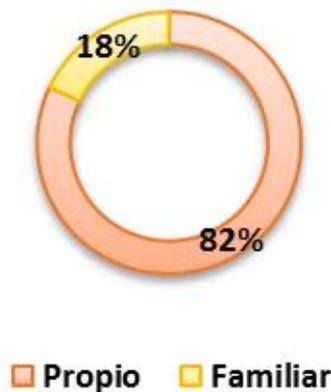


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Todo lo anterior evidencia que los requisitos que pide la Sofom para obtener financiamiento son accesibles, así como que no existe problema para tramitarlos en caso de no contar con ellos, y que la mayoría de los montos son lo que las personas requieren para realizar sus objetivos.

Por lo que respecta al apartado diseñado con el fin de conocer las características de los negocios pero, sobre todo, con el afán de saber la utilidad del crédito para el negocio se obtuvo lo siguiente: El negocio que generalmente establecen es propio, aunque se observa que tiene una buena participación los de tipo familiar tal como se muestra en los resultados de la siguiente gráfica.

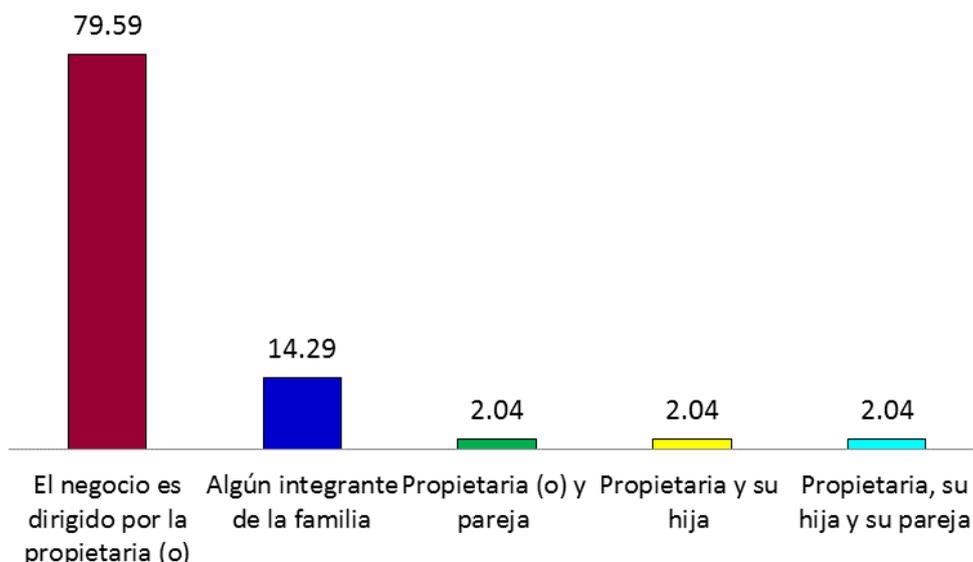
Gráfico 7.12 Tipo de negocio



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

La dirección del negocio, en su mayoría, está a cargo de la propietaria (o), sin embargo también se manifestó que en algunos casos las parejas y/o los o las hijas tienen participación en dicha dirección de acuerdo con el siguiente gráfico.

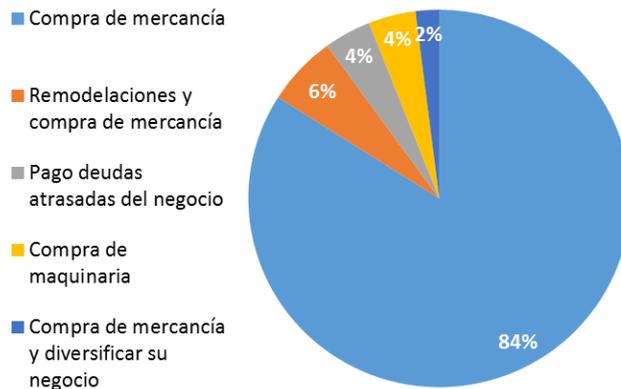
Gráfico 7.13 Dirigencia del negocio



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con respecto al uso que se le dio al crédito 81% de las y los encuestados manifestaron que el préstamo lo utilizaron principalmente para comprar mercancía, en tanto el resto lo destinó a otros fines benéficos para su negocio.

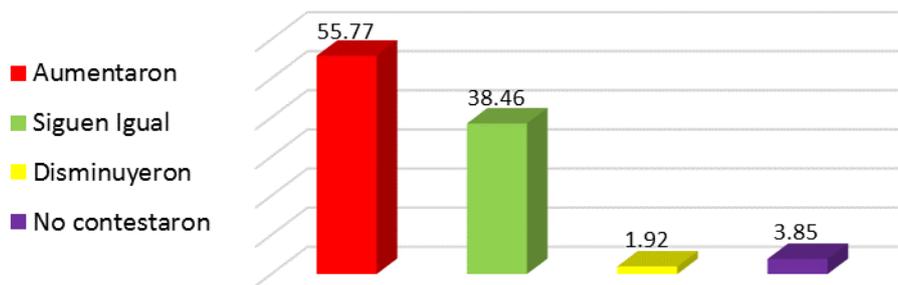
Gráfico 7.14 Uso del crédito



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

A fin de conocer la utilidad del crédito se les preguntó a las personas encuestadas si a partir de que utiliza el crédito han notado cambios en su negocio. Las respuestas nos permiten observar que en la mayoría de los casos presentaron un aumento en sus ventas.

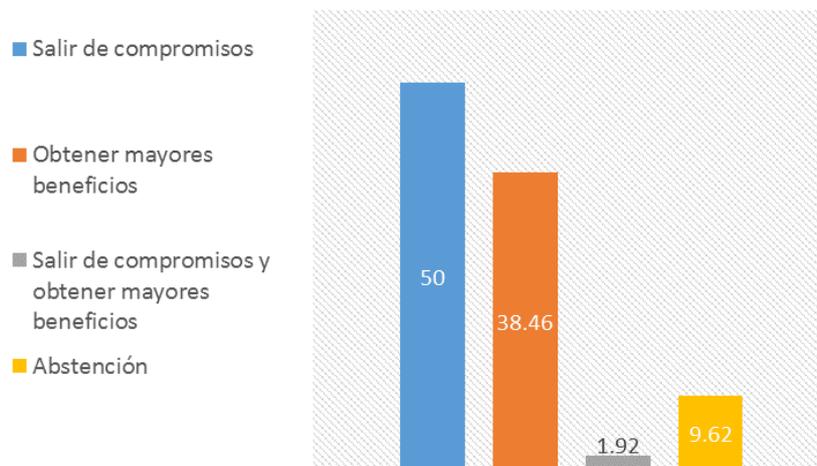
Gráfico 7.15 Variaciones en las ventas



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

De acuerdo con las respuestas de las personas encuestadas, hacer uso del crédito les ha permitido, sobre todo salir de compromisos, así como obtener mayores beneficios.

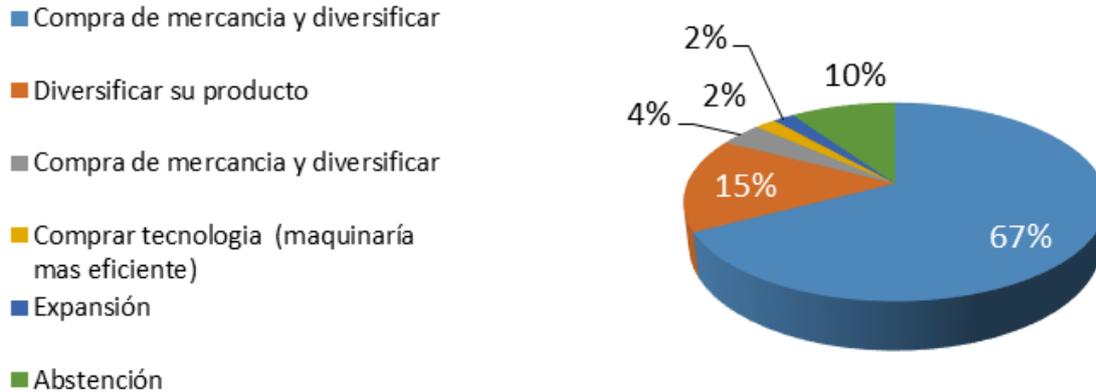
Gráfico 7.16 Uso del crédito



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Los y las usuarias de la Sofom Imdeneg manifestaron que las oportunidades que han tenido a través del uso del crédito les ha permitido aprovechar las oportunidades, ya sea adquiriendo mercancía, 67%, diversificando su producto, 15%, o bien, combinando ambas repuestas, 4%, así como la adquisición de tecnología, 2%. El restante 10% se abstuvo de contestar.

Gráfico 7.17 Adquisiciones alcanzadas con el crédito

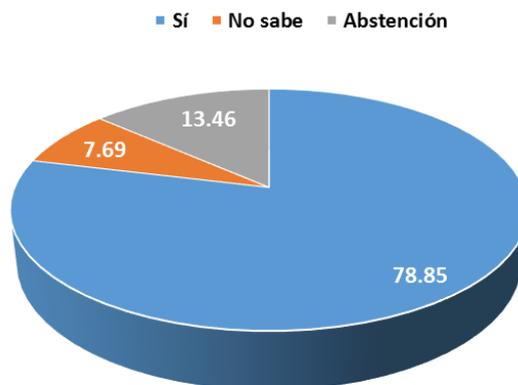


Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

De acuerdo con el apartado donde se investigó conocer cuál es el bienestar que ha causado a nivel familiar se observó que en términos generales se ha incrementado.

La condición económica se ve reflejada en la gráfica 2.19, donde 79% menciona haber mejorado su condición económica, las personas de nuevo ingreso se abstuvieron de contestar y, por ende, no saben si les ha beneficiado o ha empeorado su condición económica.

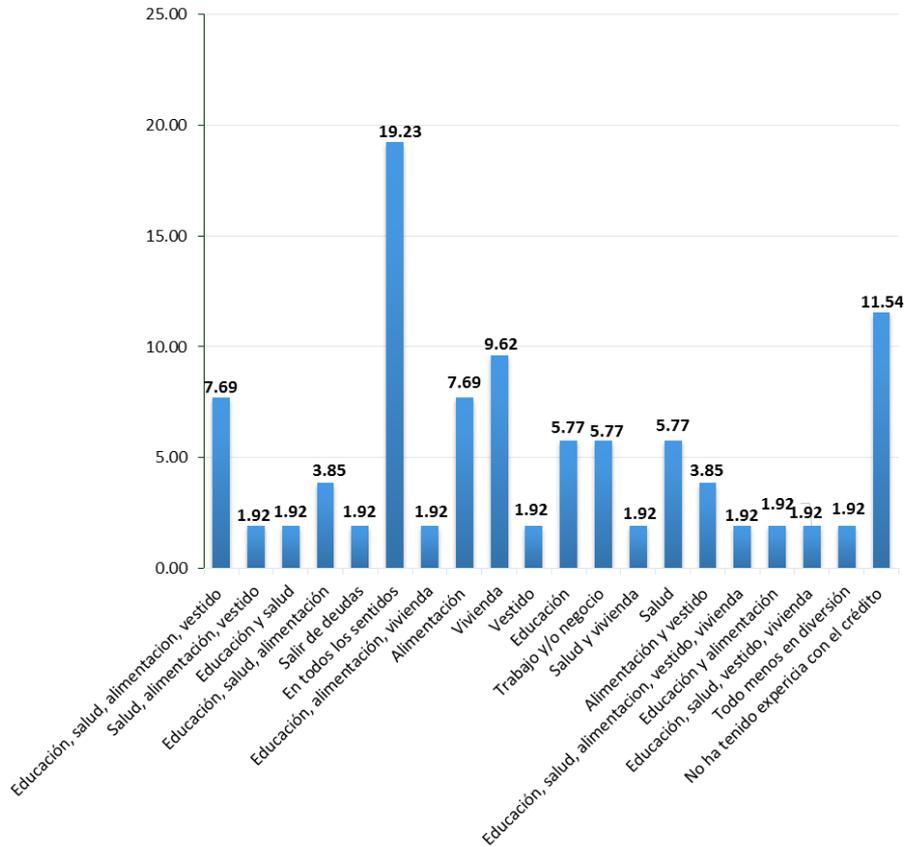
Gráfico 7.18 Mejora en la condición económica



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Con respecto a la familia, se observa que se las acreditadas han logrado mayor bienestar a partir del uso del crédito. Las opiniones son diversas pero se ve reflejado que el crédito ha podido beneficiar en mucho rubros involucrados con un mejor nivel de vida.

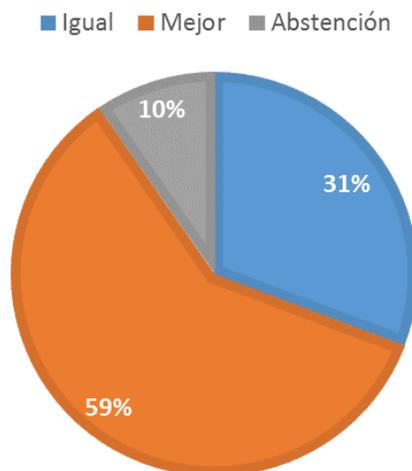
Gráfico 7.19 Bienestar obtenido con el crédito



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

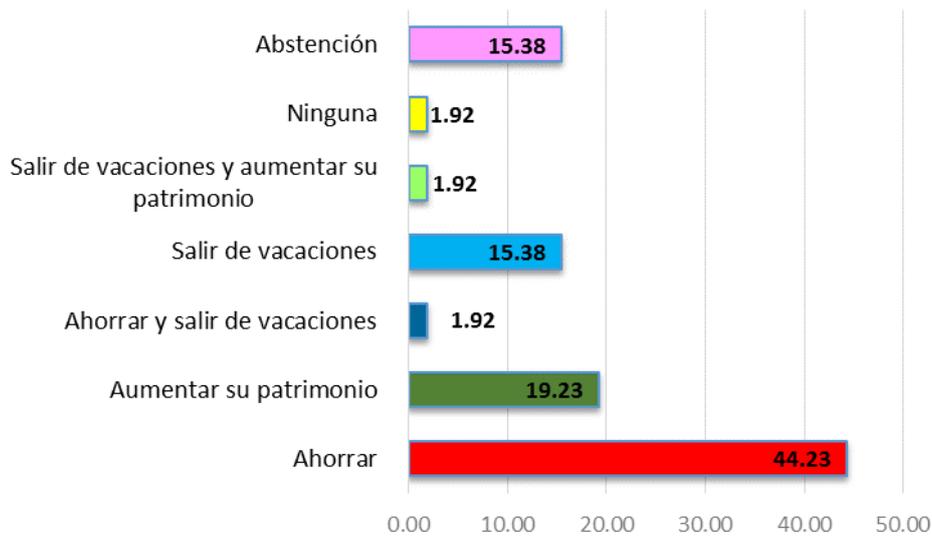
Por la importancia que en especial tiene la alimentación, se preguntó sobre el impacto que el crédito ha tenido y 59% de las personas contestaron que esta mejoró, ya que actualmente tienen la posibilidad de tener acceso a diferentes tipos de productos alimenticios que antes no podían comprar.

Gráfico 7.20 Condiciones en la alimentación



Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

Finalmente y con relación al aumento en la calidad de vida, algunos usuarios pudieron realizar algunas actividades consideradas para la recreación, o bien, ahorrar y mejorar su patrimonio como se refleja a continuación.

Gráfico 7.21 Mejora en la calidad de vida

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos de la encuesta.

7.3 Conclusiones y Recomendaciones

Derivado de la investigación se concluye con lo siguiente:

Se comprueba que la Sofom sí ha solucionado los problemas de financiamiento en la mayoría de los casos e incluso a algunas de las encuestadas les ha permitido la realización de otros planes, sin embargo así como surgen planes también incrementa la necesidad de seguir adelante con el financiamiento.

Por lo que respecta a la capitalización y expansión en el negocio se comprueba que el crédito sí ha tenido una fuerte influencia para que las encuestadas realicen estas actividades, de hecho se mostró motivación con respecto al uso del financiamiento, ya que se apreció el ánimo de continuar con el servicio.

Queda comprobado que el uso del financiamiento ha provocado un aumento en la calidad de vida de las encuestadas, así como la de sus familias, muchas de estas personas recomiendan a sus familiares utilizar los servicios que la Sofom proporciona.

Otro de los hallazgos que es importante mencionar es que las personas encuestadas no se vislumbran como empresarias y que los negocios que poseen son carentes de estructuras, así como de la falta de visión para poder tener crecimiento a nivel regional, nacional o internacional. Por lo que se recomienda proporcionar pláticas o talleres fomentando la conceptualización de las mujeres como empresarias y darles a conocer herramientas como son la administración, la contabilidad y la economía, entre otras disciplinas que permitan el desarrollo y crecimiento de los negocios y sus dueñas.

7.4 Agradecimientos

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

7.5 Referencias

Bolio, A. et al. (Septiembre de 2006). Empresas familiares como fortalecerlas. *Entrepreneur*, 14(07), 108.

Guillén, G. (2010). Crédito para ellas. México: Perspectiva proteja su dinero.

Lagarde, Christine. 2013. A new global economy for a new generation. Fondo Monetario Internacional. <https://www.imf.org/external/np/speeches/2013/012313.htm>

Lecuona, R. 2009. El financiamiento a las pymes en México, experiencia reciente. *Rev. Facultad de Economía. UNAM.* Vol. 6 No. 17: 69-91. Mayo-agosto.

Pavón, L. 2010 Financiamiento a las microempresas y las PYMES en México 2000-2009. UN. CEPAL. Unidad de Estudios del Desarrollo Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Ed. CEPAL. Financiamiento para el desarrollo. Agosto. 68p. Santiago, Chile.

Presburger, Enrique. 2013. SOFOMES ENR, La puerta a la Revolución Financiera en México Editorial LIMUSA, Instituto Mexicano de Contadores Públicos. ISBN 978-607-05-0636-9. México. 289 p.

Secretaría de Economía, (2010). Fondo Pyme. México.

Secretaría de Hacienda y Crédito Público. (2013).

www.secretariadehaciendaycreditopublico.gob.mx. Recuperado el 29 de Mayo de 2014.

Zapata, M. 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 Valdés.