

**LAS ONG Y EL CRÉDITO PARA LAS MUJERES DE MENORES
INGRESOS: DEBATES SOBRE EL DESARROLLO**

GINA ALVARADO MERINO

Documento de Trabajo N° 137

Serie: Economía 40

Este trabajo ha sido posible gracias al auspicio de la Fundación Ford.

© IEP EDICIONES
Horacio Urteaga 694, Lima 11
☎ 332-6194 / 424-4856
Fax (51 1) 332-6173
E-mail: publicaciones@iep.org.pe

ISSN: 1022-0356 (Documento de Trabajo IEP)
ISSN: 1022-0399 (Serie Economía)

Impreso en el Perú
julio, 2004
300 ejemplares

Hecho el depósito legal en la Biblioteca Nacional del Perú: 1501412004-5644

Prohibida la reproducción total o parcial de las características gráficas de este documento por cualquier medio sin permiso de los editores.

ALVARADO, GINA
Las ONG y el crédito para las mujeres de menores ingresos: debates sobre el desarrollo.— Lima: IEP, 2004.— (Documento de Trabajo 137. Serie Economía, 40).

MICROCREDITO / ONGS / GENERO / PARTICIPACION DE LA MUJER / ORGANIZACIONES SOCIALES / PERU

WD / 03.01.02 / E / 40

CONTENIDO

| | |
|---|----|
| INTRODUCCIÓN | 5 |
| 1. DESARROLLO, MICROCRÉDITO Y MUJERES | 8 |
| 1.1 EL MICROCRÉDITO DIRIGIDO A LAS MUJERES: ORIGEN Y OBJETIVOS | 8 |
| 1.2 ¿QUÉ ES EL “EMPODERAMIENTO” Y POR QUÉ GENERA DISCUSIÓN? | 13 |
| 1.3 LOS MODELOS DE CRÉDITO USADOS CON LAS MUJERES | 17 |
| 2. LAS ONG Y EL MICROCRÉDITO PARA LAS MUJERES EN EL PERÚ | 18 |
| 2.1 LAS ONG NACIONALES: PRINCIPALES CARACTERÍSTICAS | 18 |
| 2.2 LA POBLACIÓN ATENDIDA Y LA TECNOLOGÍA CREDITICIA | 22 |
| 3. EXPERIENCIAS Y LECCIONES | 28 |
| 3.1 EL TRABAJO CON LAS ORGANIZACIONES SOCIALES DE BASE | 28 |
| 3.2 LOS SEIS CASOS ESTUDIADOS: LAS ONG EXAMINÁNDOSE A SÍ MISMAS | 32 |
| 3.2.1 EL DISCURSO FRENTE A LA PRÁCTICA: PROBLEMAS Y SOLUCIONES | 32 |
| 3.2.2 LECCIONES DEL TRABAJO DE LAS ONG | 39 |
| 4. LAS CLIENTAS: PERCEPCIONES SOBRE EL CRÉDITO | 41 |
| 4.1 CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS ENTREVISTADAS | 41 |
| 4.2 RAZONES PARA INGRESAR A UN PROGRAMA DE CRÉDITO | 42 |
| 4.3 LOS BENEFICIOS DEL CRÉDITO | 43 |
| 4.4 LA AUTOESTIMA Y EL EMPODERAMIENTO | 44 |
| 4.5 LA PARTICIPACIÓN SOCIAL Y POLÍTICA | 46 |
| 4.6 LOS LÍMITES DE LA PARTICIPACIÓN EN LOS BANCOS | 48 |
| 5. CONCLUSIONES | 49 |
| BIBLIOGRAFÍA | 53 |
| ANEXOS | 59 |

-

INTRODUCCIÓN

En el Perú, la oferta de crédito dirigida específicamente a las mujeres empezó a funcionar a partir de los años ochenta, en el marco de las discusiones sobre la fuerte intervención femenina en el sector urbano informal y la presencia de organizaciones sociales de base encabezadas por mujeres de bajos recursos. La aparición de mujeres en los espacios públicos planteó la necesidad de fortalecerlas. Así, algunas organizaciones no gubernamentales (ONG) empezaron a trabajar con estos nuevos sujetos y decidieron emprender proyectos de apoyo organizativo, algunos de los cuales contemplaron el tema del crédito. En ese momento se trataba de apoyar a las mujeres organizadas, principalmente a las que pertenecían a las organizaciones sociales de base, y a la microempresa.

Varias de estas experiencias sufrieron tropiezos y fueron dejadas de lado. Sin embargo, los proyectos de apoyo a la microempresa continuaron, aunque en muchos casos se amplió el grupo objetivo, incluyéndose a varones o a grupos mixtos de microempresarios. Así surgieron dos grupos de ONG: las que trabajan con grupos mixtos de microempresarios y las que sólo lo hacen con mujeres o con una mayoría femenina.

Las últimas, que son el sujeto de nuestro estudio, han sufrido también importantes cambios en su metodología de trabajo y actualmente discuten la sostenibilidad de sus proyectos. Este debate gira sobre todo alrededor del tipo de sujetos que atienden, porque se sostiene que las mujeres tienen en su mayoría negocios pequeños y poco rentables. No obstante, la discusión va más allá de la sola oferta de crédito: el trabajo con mujeres implica una apuesta política respecto a cambiar las relaciones de género y de poder en las localidades y familias de las beneficiarias, un aspecto que muchas veces se contradice con las exigencias de la sostenibilidad financiera.

A pesar de los avances en la intervención, así como en el número de beneficiarios y organizaciones involucrados en este tipo de proyectos, la oferta de crédito para las mujeres ha sido un tema poco explorado en las investigaciones sobre crédito en el país. Por ejemplo, no existe un registro completo de tales servicios, de las metodologías usadas o de los alcances y limitaciones que se enfrentan en la práctica. Este estudio constituye un intento de cubrir ese vacío.

De esta manera, nuestro trabajo tiene dos objetivos centrales: en primer lugar, identificar los problemas que enfrentan las ONG que trabajan con un microcrédito dirigido a las mujeres y a sus beneficiarias; y en segundo lugar, conocer la opinión de los diferentes actores involucrados en estos esquemas de intervención sobre sus beneficios. Esto se busca alcanzar registrando a las ONG que ofrecen crédito en el país, revisando y analizando algunas de sus experiencias, y recabando información acerca de cuáles son las virtudes del crédito. Así, desde una mirada ajena a los programas de

6 crédito, se busca analizar los diferentes discursos sobre estas prácticas: desde el discurso de las financieras hasta el de los promotores y los receptores de los programas.¹

La primera etapa del trabajo consistió en revisar la bibliografía nacional e internacional sobre las ONG que usan el crédito como una herramienta de trabajo con las mujeres. Luego se identificó a las organizaciones nacionales, se estableció un contacto con ellas y se realizaron encuestas y entrevistas a sus funcionarios (ver anexos 4 y 5).

En la segunda etapa de la investigación, se seleccionó una muestra de ONG que trabajan con crédito y mujeres, para estudiar más a fondo algunos casos concretos. Luego de repasar el debate académico, se consideró necesario alimentar la visión de los funcionarios con la de las beneficiarias sobre su participación en dichos proyectos. Dicha lectura debía contemplar, más que una medición del grado de “empoderamiento” que estas mujeres habían alcanzado (definido desde una perspectiva externa a ellas), la identificación de lo que ellas consideraban los elementos positivos y negativos de su incorporación en los programas. Este último aspecto busca ser resuelto en el capítulo 4 dedicado a las clientas o beneficiarias.

Para la muestra seleccionada en esta segunda parte del trabajo se buscaron casos de ONG en las tres regiones del país, en las cuales se encontrara una organización perteneciente al Consorcio Promoción de la Mujer y de la Comunidad (Promuc) y otra con experiencia en el mismo trabajo y región, pero que no perteneciera a dicho consorcio. Las regiones que cumplían con ese criterio fueron Lima, Cusco y Lambayeque.

Cuadro 1
Muestra de casos de ONG analizadas

| Región | ONG de Promuc | ONG independiente |
|------------|-----------------|-------------------|
| Lima | Alternativa | Finca |
| Cusco | Arariwa | Mide |
| Lambayeque | CES Solidaridad | Cicap |

Además de revisar estas experiencias, y específicamente la estrategia que cada una de las organizaciones desarrolla para solucionar los problemas que se mencionaron en las entrevistas (la sostenibilidad y el alcance de los proyectos, entre otros), se revisaron los ejemplos de algunas ONG que habían tenido experiencia de trabajo con organizaciones sociales de base encabezadas por mujeres. En este caso, no se entrevistó a las organizaciones de base sino a los funcionarios de las ONG; en esa medida, nuestra información recoge el punto de vista de estos últimos.

Para recoger datos entre las usuarias de los programas de crédito de las ONG visitadas se usaron dos instrumentos: entrevistas individuales y entrevistas grupales. Se seleccionaron cuatro miembros de dos bancos comunales o grupos solidarios para las entrevistas individuales y miembros de otros dos bancos comunales o grupos solidarios para las entrevistas grupales por organización visitada (ver anexo 6).

1. Los promotores usan diferentes nombres para referirse a los receptores de los programas: clientes, beneficiarios o compañeros.

La evidencia encontrada en esta investigación señala que las experiencias de las ONG que trabajan con mujeres son muy heterogéneas, a pesar de que la mayoría usa la misma metodología crediticia. Los sectores de población que atienden son en principio mujeres de bajos ingresos, aunque no existe evidencia de que todas sean realmente pobres y vivan en el sector rural. Las heterogeneidades en la práctica se relacionan con los paradigmas y los modelos de desarrollo de cada ONG, y de una manera especial, con el problema de la sostenibilidad financiera y con las estrategias que estas organizaciones utilizan para sortearlo. Este imperativo constriñe el desempeño de algunas ONG, en su búsqueda de alcanzar objetivos que vayan más allá de la sola oferta de crédito.

A diferencia de lo que sucede con otras organizaciones que se desempeñan en el ámbito del crédito, las que buscan empoderar a las mujeres, fortalecer sus capacidades como empresarias y/o cambiar las relaciones de género, sufren importantes reveses como consecuencia de las exigencias de la sostenibilidad financiera. Debido a la importancia del tema, este documento empieza presentando, en su primer capítulo, los debates sobre el microcrédito dirigido a las mujeres, sobre el empoderamiento, y sobre los modelos de desarrollo que sustentan a los proyectos. Se asumió el empoderamiento como un proceso multidimensional mediante el cual las posibilidades de elección y de ejercicio de poder aumentan, sobre la base de tres componentes: el potencial económico, el bienestar y la participación social y política.

El segundo capítulo de este trabajo se destina a caracterizar a las ONG que trabajan el tema, considerando su población objetivo y su tecnología crediticia. En el tercer capítulo se analizan a las que han trabajado con organizaciones sociales de base y a las seis organizaciones seleccionadas para la muestra, desde el punto de vista de sus funcionarios. En el cuarto y último capítulo se presenta las percepciones de las clientas, y a modo de conclusión, se extrae algunas lecciones.

Analizando las prácticas de las ONG estudiadas, esperamos que este trabajo brinde algunas respuestas al problema de la sostenibilidad económica. Al describir el trabajo de los casos específicos, buscamos brindar herramientas y ejemplos de cómo algunas de las organizaciones, después de una etapa de reflexión y recurriendo a la imaginación, han encontrado soluciones para este problema y otras dificultades, sin abandonar a su población objetivo y sin dejar de lado la capacitación.

8 1. DESARROLLO, MICROCRÉDITO Y MUJERES

El objetivo de este capítulo es presentar el debate acerca del desarrollo y el microcrédito orientado hacia las mujeres, los objetivos de los proyectos que utilizan esta herramienta para trabajar con las mujeres (en especial el empoderamiento) y los modelos crediticios más frecuentemente usados.

1.1 El microcrédito dirigido a las mujeres: origen y objetivos

Para comenzar esta sección, es importante aclarar que los discursos que forman parte de las agendas internacionales —con argumentos culturales y de género, entre otros—, son los que sustentan el trabajo del microcrédito dirigido a las mujeres. Estos discursos son luego reinterpretados por los promotores.

En esta sección demostramos que aunque los discursos son un aporte invaluable, en la medida en que presentan a las mujeres como sujetos de intervención, en la práctica se contraponen a las exigencias de sostenibilidad financiera de los organismos donantes de las ONG nacionales y, dependiendo de la estrategia planteada por estas organizaciones, generan recortes en los servicios no financieros. Esto último reduce las posibilidades de que este tipo de proyectos tenga un impacto positivo.

El trabajo con las mujeres aparece en las discusiones sobre el desarrollo en la década del setenta. Para algunos autores,² su hito fue la investigación de Boserup sobre el rol de la mujer en el desarrollo económico,³ con la que se inicia y fortalece una discusión —principalmente encabezada por investigadoras y activistas feministas— acerca de la inclusión de la mujer en los objetivos de desarrollo de las financieras internacionales, así como de los gobiernos y las organizaciones involucradas en el tema. Para otros autores,⁴ en cambio, esta corriente surge de dos grupos distintos, la comisión de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) sobre el estatus de la mujer y el movimiento estadounidense de mujeres, cuyo objetivo era el mismo: influir en las políticas gubernamentales relacionadas con las mujeres, lo cual en algunos casos se tradujo en demandas por acciones que involucraran una discriminación positiva.

Luego de la discusión vinieron una serie de procesos y vertientes, como el de “la mujer en el desarrollo” y “la mujer y el desarrollo”. Mientras que el primero se relacionaba con la inclusión de profesionales mujeres en las agencias, el segundo se vinculaba a la integración de la problemática de las mujeres en las agendas de discusión⁵ y en las de las agencias financieras, como la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID). El siguiente paso fue la incorporación de la categoría de “relaciones de género” en la Academia y en las intervenciones de las ONG.

2. Escobar, Arturo. *La invención del tercer mundo: construcción y reconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Norma, 1996.

3. Boserup, Ester. *Women's role in economic development*. Nueva York: St. Martin Press, 1970.

4. Tinker, Irene. “La construcción de un campo: promotoras, profesionales y académicas”. En M. Navarro y C. Stimpson (eds.), *Cambios sociales, económicos y culturales*. Buenos Aires: FCE, 2000.

5. Esto último dio lugar además a las convocatorias para las conferencias mundiales sobre la mujer.

En el Perú, como señala Francke,⁶ algunas de estas organizaciones comenzaron a trabajar con mujeres campesinas a partir de los años ochenta. Mucho más tarde incorporaron la dimensión de género, como una respuesta tanto a las presiones externas como a cuestiones internas relacionadas con el fortalecimiento de las organizaciones de mujeres y con las tendencias democratizadoras de la sociedad peruana.

La inclusión de las mujeres como sujetos o receptores de una intervención llevaba implícita algunas ideas anteriores de igualdad, educación, empleo y empoderamiento.⁷ Estas nociones se encuentran, en diferentes niveles, en las intervenciones actuales y en las agendas internacionales, construidas por las agencias que financian proyectos dirigidos a mujeres (o que las incluyen) en la mayoría de los países en vías de desarrollo.

Para algunos autores, la inclusión de las mujeres en las agendas internacionales tiene implícita una base de eficiencia de género (*gender efficiency*), que hace que las demandas de igualdad y empoderamiento de las mujeres se incluyan en otras demandas de grupos mayores —como “los pobres”—, lo que conlleva a que las necesidades específicas de las mujeres se ignoren y, con ello, las acciones específicas para combatir y cambiar las relaciones de género.

Brown,⁸ por ejemplo, sostiene que las mujeres pobres son presentadas como víctimas, en términos estereotipados de subdesarrollo y tradiciones opresivas, entre otros; que ellas son un instrumento para alcanzar otros objetivos —como el crecimiento económico, el alivio a la pobreza y el bienestar de la familia—; y que tras esos supuestos y generalizaciones subyacen visiones tradicionales de desarrollo. En estos casos sus necesidades como sujetos son simplificadas, al igual que el reconocimiento de su capacidad de agencia o de que sean agentes capaces de atribuirse poder y de combatir efectivamente la opresión. Respecto a la labor con las mujeres, el microcrédito se incorpora como una herramienta de trabajo que busca alcanzar los objetivos anteriormente descritos, sea en el ámbito de las mujeres o en el de los pobres.

Las microfinanzas aparecen como una herramienta de intervención en los años cincuenta, cuando las agencias donantes empezaron a entregar créditos a los pequeños agricultores rurales en países en vías de desarrollo.⁹ Estas intervenciones se basaban en la idea de que, en principio, existía una necesidad de contar con un capital circulante en los mercados para promover el desarrollo económico. En el caso particular de las poblaciones pobres, se consideró que este segmento de la población enfrenta grandes dificultades para obtener montos adecuados de crédito con intereses justos, y se reconoció la necesidad de crédito de los agricultores frente a lo poco atractivo que ese mercado es para la banca formal.¹⁰ Bajo estos principios, entre otros, se crearon los bancos agrarios

6. Francke, Marfil. “La participación de la mujer en los proyectos de desarrollo rural”. En P. Ruiz Bravo P. (ed.), *Detrás de la puerta: hombres y mujeres en el Perú de hoy*. Lima: PUCP, 1996.

7. Tinker, ob. cit.

8. Brown, Jacqueline. “Microcredit, feminism and empowerment: a discursive analysis of subject-object approaches to development”. Tesis de master en Relaciones Internacionales, Universidad Estatal de San Francisco, mayo 2002.

9. Johnson, Susan y Ben Royalty. *Microfinance and poverty reduction*. Londres: Oxfam, 1997.

10. Ravicz, Marisol. *Searching for sustainable microfinance: a review of five Indonesian initiatives*. World Bank Series. Washington D.C.: 2000. En www.worldbank.org/html/dec/publications/workpapers/wps1800series/wps1878/wps1878.pdf

10 en diversos países.¹¹ Se asumió que estas instituciones eran las responsables de entregar un crédito barato a los agricultores pobres.¹²

A mediados de los años setenta, debido a las fallas en los créditos que los gobiernos subsidiaban a través de esos bancos, cobró mayor popularidad la búsqueda de sistemas basados en el mercado más que en los programas estatales de crédito. Esto se debió, en primer lugar, a que los programas ofrecían créditos con tasas muy bajas de interés, el volumen de los fondos que manejaban era muy limitado y había componentes que dificultaban la sostenibilidad de esos programas. En segundo lugar, este cambio obedeció a que el volumen de los préstamos y la sostenibilidad generalmente se deterioraban, porque estas instituciones carecían de iniciativa para llevar a cabo pagos a tiempo. En tercer lugar, los programas del Estado suelen ser muy vulnerables a las influencias políticas ya que los prestatarios son frecuentemente elegidos por razones políticas más que porque encajen en el esquema. Finalmente, los prestatarios más ricos acostumbran apropiarse de la mayor parte de estos fondos ya que prefieren pedirle un préstamo a ellos en vez de hacerlo a instituciones con mayores tasas de interés.¹³ La caída del Banco Agrario en el Perú ilustra bien algunos de estos problemas.

Más allá de los debates acerca de si el crédito debía ser manejado por organizaciones estatales o privadas, para el tema del microcrédito surgieron modelos alternativos de entrega de créditos pequeños a poblaciones pobres, que pusieron en evidencia la posibilidad de que los servicios financieros estuvieran disponibles para personas anteriormente excluidas. Las percepciones acerca de cuáles metodologías crediticias funcionaban mejor con los grupos más pobres variaron con la aparición de los sistemas con metodologías alternativas, como las del Banco Grameen en Bangladesh.

De esta evolución se desprenden dos enfoques respecto a la utilidad de las microfinanzas.¹⁴ Para algunos autores, las microfinanzas¹⁵ son un instrumento para combatir la pobreza. Por ello, sus acciones se orientan a proveer servicios a los más pobres, utilizando tecnologías apropiadas para estos segmentos y reconociendo la importancia de las ONG en esta tarea. Para otros, se trata de proveer servicios financieros a las personas pobres, mas no necesariamente a las más pobres. En este caso las ONG son vistas como accesorias, ya que se enfatiza la salud del sistema financiero y de las agencias formales, aunque con alternativas como las cajas de ahorro y crédito o las cajas rurales. En la primera línea de discusión se encuentran los enfoques de trabajo con mujeres, aunque ellos también varían y encierran sus propias discusiones.

11. Existen discusiones acerca de si las microfinanzas sirven para aliviar la pobreza rural o luchar contra ella. La evidencia demuestra que a pesar de las intervenciones, esta situación sigue siendo una constante, lo que indica que el tratamiento del problema requiere de un enfoque global más que sectorial.

12. Johnson y Royalty, ob. cit.

13. Ravicz, ob. cit.

14. Gulli, Hege. *Microfinanzas y pobreza: ¿son válidas las ideas preconcebidas?* Washington D.C.: BID, 1999.

15. El concepto sobre las microfinanzas también ha sufrido cambios a lo largo del tiempo. Actualmente se lo entiende como el suministro de servicios financieros en pequeña escala a empresas, familias o grupos que tradicionalmente se han mantenido al margen del sistema financiero.

Las diferentes interpretaciones acerca del rol de las mujeres en el desarrollo de una sociedad, así como las distintas posiciones políticas de las agencias, generan diferentes paradigmas que sostienen a las intervenciones en microcrédito. Las posiciones políticas se reflejan además en las estrategias y tecnologías crediticias usadas por las organizaciones. Según Mayoux,¹⁶ se pueden distinguir tres paradigmas en el trabajo del microcrédito con las mujeres: el paradigma de la sostenibilidad financiera; el de la reducción de la pobreza; y el del empoderamiento de las mujeres. Cada uno de estos paradigmas encierra supuestos sobre el trabajo con las mujeres, así como sobre las formas de intervención y la manera en que se entiende la sostenibilidad de los programas.

El primer caso se refiere a los programas promovidos a partir de los años ochenta por agencias como el Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD). Estos programas tienen como objetivo la sostenibilidad financiera de las organizaciones de primer piso, es decir, se busca la independencia de estas organizaciones respecto a las agencias donantes. Además, se asume la competencia de estas entidades con otros entes formales de crédito. La apuesta de trabajo con las mujeres se relaciona con la lucha contra la pobreza y el apoyo a la microempresa.

En esta primera línea de trabajo, se asume generalmente que las mujeres son muy buenas pagando y tienen menores tasas de morosidad, por lo que como clientas son mejores que los varones. Las instituciones que siguen este modelo buscan poner en marcha programas viables de microcrédito, mejorando el acceso al microcrédito de un elevado número de personas que carecen de él. En este paradigma, el empoderamiento se entiende básicamente en términos económicos, en la medida en que se supone aumenta la capacidad de elección individual y de independencia financiera. La sostenibilidad sólo se mide sobre la base de la situación financiera de la propia institución.

Un segundo paradigma tiene sus orígenes en los programas integrales de lucha contra la pobreza para el desarrollo comunitario. En este caso, se trabaja con las mujeres bajo el supuesto de que la pobreza se concentra en ellas y de que ellas son las responsables de los hogares. El énfasis está puesto en las beneficiarias como mediadoras del bienestar familiar y el principal objetivo es mejorar el bienestar de los hogares. En esta perspectiva se entiende el empoderamiento como un incremento del bienestar, el desarrollo comunitario y la autonomía financiera, y la sostenibilidad del programa depende básicamente de la puesta en marcha de instituciones participativas en el ámbito local.

Finalmente, el paradigma del empoderamiento de las mujeres difiere completamente de los dos anteriores. El trabajo con las mujeres se realiza en busca de igualdad entre los géneros, tomando al microcrédito como un punto de partida para el empoderamiento económico, político y social de las mujeres. En este marco, este componente se entiende como una transformación de las relaciones de poder en la sociedad y la sostenibilidad depende entonces del desarrollo de organizaciones de mujeres, participativas e independientes.

16. Mayoux, Linda. "Vers un nouveau paradigme dans les programmes de micro-crédit". En Jeanne Bissilliat y Christine Verschuur (dir.), *Genre et économie: un premier éclairage*. París: L' Harmattan, 2001.

12

Básicamente, se puede notar que la división que presenta Mayoux se relaciona con las tendencias previamente mencionadas en las microfinanzas en general. El paradigma financiero resulta ser el predominante en la visión actual de las microfinanzas. El segundo caso tendría que ver con la eficiencia de género que menciona Brown,¹⁷ donde el crédito se otorga a mujeres, pero consideradas dentro del grupo de los pobres. Esto, por ejemplo, tiene relación con los modelos que se dirigen a las mujeres porque son “las más pobres de las pobres” y tienen tasas de morosidad menores que las de los varones. El tercer punto es mucho más claro, en la medida en que se refiere a los programas de crédito que claramente se dirigen a mujeres debido a que tienen el objetivo de cambiar las relaciones de género y empoderarlas.

Aunque estos paradigmas se entrecruzan en varias agencias financieras, la identificación de estas tres vertientes de trabajo ayuda a entender las razones por las cuales varían los instrumentos mediante los cuales se mide el impacto del trabajo con crédito de las ONG y de algunos aspectos, como la sostenibilidad. Mientras que algunas organizaciones miden la sostenibilidad sobre la base de la propia ONG, otras la miden sobre la base de las microempresas generadas, otro grupo de organizaciones lo hace sobre la base de la capacidad adquirida de los clientes para incorporarse en el sistema crediticio formal, y finalmente, un cuarto grupo la mide sobre la base de la creación de organizaciones de mujeres.

En estos últimos años, las discusiones sobre los servicios financieros han llevado a que las agencias retomen y resanen muchas de las observaciones realizadas a sus programas. Por ejemplo, en los documentos del BID¹⁸ se observa que hay una apuesta por el microcrédito orientado a las mujeres con una visión subyacente de alivio de la pobreza. Esto también ocurre en los programas del BM, donde incluso aparecen temas como el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, estos asuntos siguen manteniéndose separados de los programas de crédito. Además, como hemos observado, una constante es que la orientación del crédito hacia las mujeres encierra diferentes conceptos acerca del desarrollo y esto repercute en la definición del empoderamiento.

Estos grandes esquemas de trabajo encierran a su vez supuestos sobre “espirales virtuosas” o explicaciones causales que sustentan los trabajos de intervención. Por ejemplo, se puede asumir que el hecho de que las mujeres accedan al crédito implica el desarrollo de microempresas de mujeres y mayores ingresos para ellas y sus familias, o implica mayores gastos en educación y necesidades básicas;¹⁹ otros modelos cuestionan estas espirales virtuosas, basándose en los hallazgos divergentes de mediciones de impacto de los programas de crédito.²⁰

Por lo general, no se cuestionan las limitaciones que trae el acceso solamente al microcrédito respecto a la pobreza, por ejemplo. Algunos autores, como Gulli,²¹ sostienen que la repercusión del microcrédito en la pobreza no es concluyente. En principio, como sostiene Gulli, este asunto tiene que ver con que en la mayoría de los estudios de

17. *Ibíd.*

18. BID. *El desafío de la integración: informe al directorio ejecutivo sobre la ejecución del plan de acción sobre la mujer en el desarrollo, 1995-97*. SDS/WID: enero 1999.

19. Como en parte de la sustentación de los programas del BID y el Banco Mundial.

20. Mayoux, *ob. cit.*

21. Gulli, *ob. cit.*

impacto se usan métodos débiles que no consideran a los factores que no están directamente relacionados con el crédito o las diferencias iniciales entre los prestatarios y los que no lo son.

Esto ocurre también con los estudios sobre los beneficios del crédito respecto al empoderamiento de las mujeres. Muchas agencias financieras internacionales y organizaciones nacionales presentan entre sus diversos impactos una mejora en el empoderamiento de las mujeres. Sin embargo, los indicadores propuestos varían de organización en organización, al igual que las definiciones. Antes de revisar los casos y enfoques de las organizaciones estudiadas en este trabajo, presentaremos una breve reseña del debate sobre la definición del empoderamiento y la repercusión del crédito en él.

1.2 ¿Qué es el “empoderamiento” y por qué genera discusión?

El empoderamiento es un componente que se encuentra en muchas de las discusiones sobre el impacto del crédito dirigido a las mujeres. En este debate participan tanto los académicos como las financieras y las ONG que trabajan con mujeres, a pesar de los diferentes paradigmas que manejan.²²

Por lo general, se asume que el empoderamiento se logra proporcionando a las beneficiarias el poder de manejar dinero y oportunidades de desarrollo económico. Sin embargo, tanto en el ámbito internacional como en el nacional, existe poca evidencia empírica de que esta hipótesis sea cierta, porque el impacto del microcrédito varía según la tecnología usada, los sistemas de género en que se desenvuelven las beneficiarias y los servicios que acompañan al crédito.

Así mismo, existen problemas en la definición del empoderamiento que vienen usando quienes miden el impacto de los programas de crédito. La percepción de lo que es este componente difiere según el punto de vista de los individuos (investigador *versus* “investigados”) y la posición política de los autores. A pesar de las diferencias, la mayoría de las definiciones concuerda en que el empoderamiento es un proceso (de “desempoderados” a “empoderados”) y que se relaciona con la “agencia” o la capacidad humana de elección y acción.²³

El término empoderamiento surge del reconocimiento de que el poder y su ejercicio están presentes en todas las relaciones sociales. La naturaleza política del término, así como su acogida por diversos grupos que reclaman poder (para los pobres, para las mujeres o para otros grupos excluidos), hacen que sea interpretado de diferentes formas y que cobre significados disímiles que siempre se discuten. Los actores en estas discusiones han sido tanto las agencias financieras de desarrollo, que intervienen y financian proyectos de intervención dirigidos a las poblaciones más pobres, como las organizaciones académicas y las que trabajan con mujeres y buscan revertir las situaciones de desigualdad que enfrentan estos sujetos.

22. Por ejemplo, en el caso peruano, en las discusiones del Consorcio Promuc se debate acerca de cómo mejorar algunos componentes del empoderamiento de sus beneficiarias a través del crédito. Además, a nivel del discurso, la mayoría de los entrevistados (funcionarios de ONG) asume que la entrega de crédito genera algún impacto en el empoderamiento de las beneficiarias.

23. Malhotra, A.; S. Schuler y C. Boender, *Measuring women's empowerment as a variable for international development*. Gender and Development Group. Washington: Banco Mundial, 2002.

14

Una de las agencias que usa el término, especialmente en relación con los pobres y la participación ciudadana, es el Banco Mundial. En principio, esta entidad afirma que el empoderamiento tiene diferentes significados de acuerdo al contexto político y social de cada lugar; sin embargo, en un sentido más amplio, lo entiende como la expansión de la libertad de acción y de elección y significa el incremento de la capacidad de negociación de las personas y de los grupos excluidos.²⁴ Para algunas autoras feministas el empoderamiento implica una transformación más tajante, en tanto es una “alteración radical de los procesos y estructuras que reproducen la posición subordinada de la mujer como género”²⁵ y es un instrumento para lograr la igualdad entre hombres y mujeres.

La diferencia entre ambos enfoques es fundamental para nuestro tema, ya que genera distintos tipos de intervención e impactos diferenciados. Por ejemplo, influye en la manera como se valora la existencia de organizaciones de mujeres. Mientras se considere que el empoderamiento implica que las mujeres adquieran control sobre su propia vida y sus recursos y planteen sus propias agendas, las organizaciones de mujeres serán el espacio elegido para esto por excelencia y una condición para el empoderamiento. Ésta es la razón que explica que si una organización maneja ese concepto de empoderamiento y trabaja con el crédito como una herramienta, tendrá entre sus objetivos finales fortalecer a las organizaciones de mujeres y medirá su sostenibilidad desde ese punto de vista.

Otras agencias de cooperación internacional²⁶ manejan perspectivas distintas a las del Banco Mundial, que se podrían clasificar como intermedias entre las de esa entidad y las feministas. En esta perspectiva se define al empoderamiento como la adquisición de poder pensar y actuar libremente y de elegir y realizar su potencial como miembros plenos de la sociedad en igualdad de condiciones.²⁷ Esta posición implica el tratamiento del tema a través de diferentes mecanismos, como la intervención en temas de educación (el incremento de la asistencia a la escuela de las niñas, por ejemplo), salud y crédito, que son elementos que cruzan lo social, lo económico y lo político. En el aspecto económico, la intervención en crédito para las mujeres parte del reconocimiento de las desventajas que ellas enfrentan en el manejo y distribución del ingreso en el hogar, así como en el acceso al crédito formal y a los montos de esos créditos.

Como se concluye de lo anterior, la relación entre el crédito y el empoderamiento puede ser entendida de manera heterogénea. Por un lado, existe una percepción optimista del impacto de los programas de microcrédito en el empoderamiento de las mujeres, aun teniendo en cuenta el paradigma de la sostenibilidad financiera. Por otro, se reconoce los límites de los modelos existentes y la posibilidad de detectar y minimizar los efectos negativos y mejorar la contribución al empoderamiento. Una tercera variante considera que el crédito no es un instrumento efectivo para conseguir ese objetivo y que sus limitaciones no son más que una evidencia que apunta a que el empoderamiento

24. *Empowerment and poverty reduction: a sourcebook*. PREM: Banco Mundial, 2002. En www.worldbank.org/poverty/empowerment/sourcebook

25. Young, K. *Planning development with women: a world of difference*. Londres: Mc Millan, 1993, p. 158.

26. Entre ellas el Departamento de Desarrollo Internacional del Gobierno del Reino Unido (DFID).

27. DFID. *La eliminación de la pobreza y el empoderamiento de la mujer*. Londres: DFID, 2000.

no debería buscarse a través de él. Finalmente, una cuarta visión enfatiza el hecho de que los programas de microfinanzas reciben fondos que podrían ser usados en estrategias que serían más eficaces para el empoderamiento.

Estas diferentes perspectivas, así como la heterogénea evidencia encontrada en las mediciones de impacto llevadas a cabo en los programas de microcrédito para las mujeres, generan una importante discusión. Respecto a la evidencia, ésta proviene de diversas fuentes.

El Banco Mundial ha medido el impacto de sus programas de microcrédito en algunos países como Bangladesh, donde dichos proyectos forman parte de los programas de alivio de la pobreza del banco. Según este trabajo, sólo un porcentaje pequeño (20%) de las beneficiarias de proyectos de microcrédito entrevistadas pudo tomar decisiones sobre el dinero recibido o elegir en qué gastarlo. A pesar de ello, se reconoce que el hecho de que ellas participaran en los proyectos les proporcionó un espacio de reunión entre mujeres y mejoró su sentido de autoestima, en la medida en que la percepción de los miembros de sus familias respecto a ellas mejoró.

En el análisis de otros países, ya que el hecho de que las mujeres no trabajen es un símbolo de estatus, el que las familias obtuvieran dinero implicaba que las mujeres dejaran de trabajar o que el dinero se destinase a su dote.²⁸ Al parecer, los reportes no encontraron que sus intervenciones en microcrédito alteraban las relaciones de género y poder en los espacios trabajados.

Aunque los esquemas de crédito son vistos como agentes de cambio social, la mayor parte de la evidencia señala que para el caso de las mujeres, estos cambios ocurren cuando el dinero recibido como parte de los préstamos se invierte en los negocios de las propias mujeres. Sin embargo, una gran parte de la evidencia apunta en el sentido contrario, es decir que el dinero obtenido por las mujeres en programas de crédito es generalmente manejado por los varones. Varios estudios al respecto revelan que no se puede asegurar que las mujeres retienen el control sobre el dinero que reciben. Ellas generalmente lo entregan o invierten en negocios familiares.²⁹

De igual manera, la evidencia en el Perú señala que el hecho de que las mujeres sean receptoras de crédito no implica que ellas lo controlen.³⁰ Al parecer, muchos beneficios relacionados con el empoderamiento de las mujeres no se vinculan directamente al crédito en sí mismo sino más bien a otros servicios anexos a los servicios financieros, así como a las ventajas que implica formar grupos de mujeres. Estos pueden ser usados como espacios de reunión para otro tipo de intervenciones llevadas a cabo por los mismos organismos que entregan el crédito.

Las ventajas de trabajar en grupo para empoderar a las mujeres han sido ampliamente estudiadas en relación con la participación política de este segmento en los espacios públicos. Blondet, por ejemplo, señala que la creación de un sinnúmero de organizaciones sociales femeninas permitió en el Perú de los años ochenta que las mujeres de

28. World Bank Report no. 23119. *The gender dimension of bank assistance: an evaluation of results*. 17 de enero, 2002. Operations Evaluation Department Document of the World Bank.

29. Goetz, A. y R. S. Gupta. “¿Who takes control over credit? Gender, power and control over loan use in rural credit programs in Bangladesh”. En *World Development*, vol. 24, no. 1, 1996.

30. E. Gallardo y G. Alvarado. *Créditos para pequeños negocios rurales en Piura*. Documento de Trabajo. Piura: CIPCA, 2001.

16 los sectores populares aprendieran una serie de habilidades relacionadas con la política.³¹ Así mismo, la mayor participación de las mujeres jugó un rol importante en el cambio de representaciones acerca de los roles que los hombres y las mujeres podían asumir.

La evidencia respecto al impacto del microcrédito en el empoderamiento de las mujeres es muy heterogénea e incluso contradictoria, aun cuando las investigaciones se centren en los mismos programas o países. Una amplia cantidad de estudios sobre los modelos relacionados con el Grameen Bank o similares a él ilustran estas diferencias.³²

Entre los intentos por realizar mediciones más “objetivas” del impacto del crédito, figura el estudio de Steel, Amin y Naved en Bangladesh,³³ que manejó grupos de control y presentó un análisis longitudinal entre esos grupos y el de los beneficiarios sobre diversos aspectos relacionados con el empoderamiento de las mujeres. En ese trabajo se llegó a las siguientes conclusiones: a) aun habiendo aumentado los años de estudio esperados en los hijos de las beneficiarias de los programas, éstos no superaban las desigualdades de género debido a que seguía existiendo una brecha entre los años que se espera que los hijos varones y mujeres estudien; b) no se registraron cambios significativos en la movilidad o la toma de decisiones de las mujeres; c) aunque había cambios positivos en cuanto al mayor uso de anticonceptivos entre las beneficiarias de los programas de crédito y ahorro, estos cambios también ocurrieron en las mujeres que no se beneficiaban de los programas, pero que vivían en el mismo lugar; y d) lo más importante, las mujeres que se unieron al programa estudiado (uno de desarrollo de Save the Children y el programa de crédito de ASA) son más educadas, están casadas con varones cuyos niveles educativos son mayores, han trabajado por dinero y además sienten algún riesgo de ser abandonadas por sus esposos debido a otra mujer (un hecho que los autores interpretaron como una amenaza a su seguridad económica).

Estos resultados parecen indicar que la ruta quizá se encuentre en la caracterización de las beneficiarias de los proyectos más que en el impacto de éstos por sí mismos. Las bases que sientan los resultados de la investigación anteriormente citada, relativizan la noción de que el crédito es una receta para todos los grupos pobres o para todas las mujeres pobres y apoya algunas de las conclusiones centrales del presente trabajo de investigación.

31. Blondet, C. *Lecciones de la participación política de las mujeres*. Lima: JCAS-IEP, 2001.

32. Respecto a los resultados positivos ver S. Hashemi *et al.*, “Rural credit programs and women’s empowerment in Bangladesh”, en *World Development*, vol. 24, no. 4, 1996, pp. 635-653 y Schuler *et al.*, “The influence of changing roles and status in Bangladesh’s fertility transition: evidence from a study of credit programs and contraceptive use”, en *World Development*, vol. 25, 1997. Respecto a los impactos negativos, ver N. Kabeer, *Money can’t buy me love? Re-evaluating gender, credit and empowerment in rural Bangladesh*. IDS Discussion Paper 363. Sussex: Institute for Development Studies, 1998, y A. Goetz y R. S. Gupta, *ob. cit.*

33. Steel, F.; S. Amin y R.T. Naved. *The impact of an integrated micro-credit program on women’s empowerment and fertility behaviour in rural Bangladesh*. 1998.

1.3 Los modelos de crédito usados con las mujeres

17

A partir de la aparición del Banco Grameen en Bangladesh y de los resultados del trabajo de Finca Internacional, se asumieron principalmente dos tecnologías crediticias para el trabajo con las mujeres, ambas grupales: los grupos solidarios y la banca comunal. Son muy pocas las organizaciones que trabajan con créditos individuales. Existe entonces una relación implícitamente aceptada entre el empoderamiento y el trabajo colectivo de las beneficiarias. A continuación explicaremos brevemente cómo funcionan los modelos.

En el caso de los grupos solidarios, las mujeres pobres que quieran solicitar un crédito deben en primera instancia formar un grupo en su comunidad. Los créditos son otorgados a las mujeres individualmente y se basan en la posibilidad de que éstas efectúen los pagos en un periodo de tiempo determinado. El grupo es garante del préstamo individual y además responsable si alguno de los miembros deja de pagar. Los grupos se reúnen una vez a la semana con un representante de la organización que otorga el crédito, para efectuar los repagos y evaluar las nuevas solicitudes de crédito. Los plazos de reunión y de pagos varían según la organización. En estos casos, los grupos también sirven para efectuar algunas otras acciones con las mujeres sujetas a crédito.³⁴

En el caso de los bancos comunales, se trata de montos de dinero otorgados en forma de préstamo por las ONG o las organizaciones intermedias a bancos comunales formados por una cantidad de socios que varía entre 15 y 25 personas. Estos bancos conforman sus propias directivas y prestan el dinero recibido de la ONG u organización intermediaria a sus integrantes, garantizando los préstamos. Manejan una cuenta externa (de pagos a la organización que les prestó el dinero) y una cuenta de ahorros. Además, dependiendo de las cantidades ahorradas, pueden manejar también una cuenta interna de préstamos basados en el dinero de los ahorros. En su mayoría, los montos de los préstamos son pequeños inicialmente y aumentan hasta un techo determinado, según el comportamiento crediticio de los miembros del banco. Esta forma de otorgar montos de crédito de manera escalonada también se utiliza en algunos casos con los grupos solidarios.

El componente de ahorro puede ser obligatorio o voluntario y los intereses son muy variados. Los bancos comunales tienen reuniones semanales o quincenales para pagar los montos prestados y además realizan otras actividades referentes al manejo del banco. Según los distintos modelos,³⁵ las socias están involucradas en todo el proceso de funcionamiento de la organización. Ellas, junto con la directiva elegida, revisan el estado financiero de la organización y la admisión de nuevas socias o el otorgamiento de nuevos préstamos. Generalmente los bancos funcionan en ciclos de cuatro a seis meses. El préstamo otorgado debe ser devuelto durante el ciclo y al finalizar éste, se realiza una nueva solicitud de crédito según el comportamiento de las socias en los pagos. Muchas organizaciones utilizan también este espacio para brindar a las socias servicios no financieros; por ejemplo, capacitación en manejo empresarial o en

34. *Ibíd.*

35. Finca Internacional www.villagebanking.org/what/faq.php3; Promuc, Reporte financiero bancos comunales "La Chanchita". Lima: Promuc, 2002.

18 autoestima y empoderamiento. Sin embargo, el hecho de que el crédito venga o no acompañado de otros servicios y el mismo tipo de servicio depende de la lógica de la organización que trabaja con los bancos.

Por último, los casos de créditos individuales funcionan con garantías colaterales dependiendo del monto de los préstamos. En este sector encontramos a las organizaciones que trabajan indistintamente con hombres o mujeres microempresarios, así como algunos programas dirigidos a mujeres solamente bajo el rubro de microempresarias. En algunos de estos casos las organizaciones trabajan prestando servicios no financieros relacionados con el manejo empresarial. Sin embargo, éstos también dependen de la lógica de cada organización. Son escasos los programas de este tipo que funcionan con servicios de fortalecimiento de la autoestima o con algún componente relacionado con el empoderamiento.

2. LAS ONG Y EL MICROCRÉDITO PARA LAS MUJERES EN EL PERÚ

El universo de las ONG que trabajan con crédito dirigido a las mujeres es muy heterogéneo, al igual que la evolución de sus programas. Mientras que algunas organizaciones tuvieron desde el principio objetivos directamente relacionados con la promoción de las actividades empresariales y de microfinanzas, otras trabajaban en áreas diferentes y decidieron incursionar en el tema del crédito debido a la oferta de financiamiento externo para ello.

Con el paso del tiempo, algunas ONG decidieron que los programas de crédito requerían de un manejo separado de parte de entidades que se dedicaran específicamente a las finanzas. Como resultado de este reconocimiento, y aprovechando algunos cambios en el marco institucional del país, surgieron las empresas de desarrollo de la pequeña y microempresa (Edpyme). Su formación les permitió especializarse, diferenciar su rol como entidad financiera del de la ONG que les dio origen y acceder a nuevas fuentes de recursos económicos. Éste, por ejemplo, es el caso de la Edpyme Edyficar, que se originó en el programa de crédito de Care Perú.

Otras organizaciones han mantenido sus programas de crédito, pero su población objetivo ha variado, al igual que su tecnología. Las tecnologías crediticias usadas por las organizaciones estudiadas en el país son principalmente grupales. Sólo se encontró una organización que trabajaba con mujeres bajo la modalidad de créditos individuales.

Un tema importante respecto al trabajo con las mujeres son las experiencias con las organizaciones sociales de base, pues la mayoría de las ONG inició su oferta de crédito a las mujeres mediante esas organizaciones. Como generalmente estas experiencias no fueron exitosas, los programas variaron de grupo objetivo y se dirigieron a las mujeres con pequeños negocios y/o mujeres microempresarias o simplemente dejaron de centrarse exclusivamente en las mujeres.

2.1 Las ONG nacionales: principales características

Una parte del marco que sustenta la intervención dirigida a las mujeres, usando el crédito como herramienta, se basa en la descripción de estos sujetos como pobres y excluidos. Así, se sostiene que la situación de pobreza y exclusión de las mujeres en el país ha

llevado a que ellas se encuentren entre los sectores más pobres, lo cual se enfatiza cuando se observan las diferencias entre las áreas urbanas y rurales. Las mujeres pobres realizan una serie de actividades que generan ingresos y que generalmente se clasifican como “microempresas de subsistencia”.

De esta forma, algunas ONG en las que el género no era un criterio para seleccionar a los beneficiarios, comenzaron a incluir a las mujeres “pobres” entre ellos y luego se especializaron en ellas. Un caso menos frecuente es el de las ONG que desde el comienzo trabajaron con mujeres, buscando acabar con su exclusión, y que eligieron el microcrédito como la herramienta de trabajo para lograrlo.

Según los entrevistados, las evaluaciones de impacto que se han llevado a cabo³⁶ son escasas y generalmente se realizan con fondos externos y por intereses ajenos a la organización, debido principalmente a la carencia de fondos propios para tales estudios. Este hecho es cada vez más frecuente, en la medida en que se recortan los fondos de las agencias internacionales destinados a los estudios de impacto o a la investigación, debido sobre todo a las exigencias de sostenibilidad financiera. Otras instituciones, en cambio, han utilizado distintas estrategias para conseguir fondos que les permitan medir el impacto o monitorear sus programas de crédito.

Aunque en el discurso de la mayoría de los entrevistados se indica que las intervenciones tienen un impacto positivo, en la práctica se ha podido observar que la tendencia a recortar presupuestos, principalmente en personal (promotores y capacitadores) y en servicios no financieros, se hace cada vez más fuerte y esto, obviamente, apunta a disminuir cualquier impacto positivo que se halla logrado hasta la actualidad.

Por otro lado, el logro de los objetivos de empoderamiento tiene que ver con tres factores: los servicios no financieros, el monitoreo y el trabajo en la autoestima de las beneficiarias. Lamentablemente, estos aspectos comienzan a ser secundarios en muchas ONG entrevistadas. Aun así, también se ha observado que algunas ONG reconocen la importancia de estos factores y han desarrollado diversas estrategias que les permiten manejar las carencias de financiamiento para desarrollarlos. Algunas, aunque mantienen la capacitación, la centran ahora en el producto y no en el manejo empresarial.

Inicialmente se identificaron en el país alrededor de setenta organizaciones que declaraban trabajar con crédito. En una depuración de este primer listado, se encontró un total de 59.³⁷ Luego de un proceso mediante el cual se eligió a aquellas organizaciones que manejaban efectivamente programas de crédito dirigidos a mujeres, el universo de organizaciones se redujo a 26, a las que se les envió una encuesta y se entrevistó a sus funcionarios. Luego de este último paso se reunió información sobre las 19 organizaciones que figuran en el cuadro 2.

36. Muchos funcionarios de las organizaciones entrevistadas dicen haber realizado evaluaciones de impacto y basan sus afirmaciones sobre el “impacto positivo” de sus intervenciones en ellas. Sin embargo, señalan que éstos son documentos internos y que no pueden mostrarse. Se pudo encontrar algunos documentos publicados, como los de Alternativa y Mide.

37. Este resultado fue producto de la búsqueda en la lista de inscripción de las ONG que reciben fondos del extranjero. También se utilizó la base de datos de Francisco Galarza (usada en un mapeo de organizaciones que trabajan con crédito en el sector rural), las de otras organizaciones y la información de las entrevistas. El listado de las 59 organizaciones se puede ver en el anexo 1. No se logró establecer contacto con Prisma, que es una de las mayores ONG del medio y trabaja en varias regiones del país.

Cuadro 2
ONG consultadas para el estudio

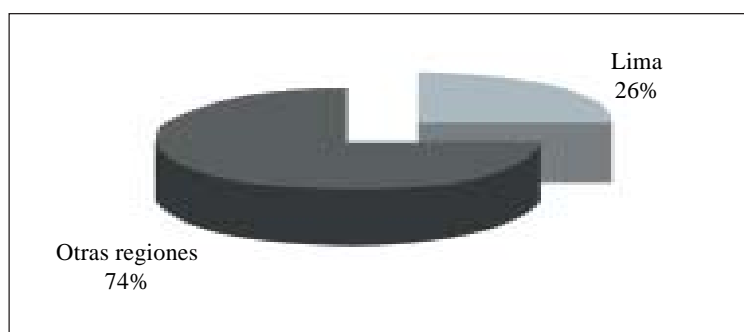
| Nombre de la ONG | Lugar de trabajo |
|--|---|
| 1. Adra Ofasa | Lima, Arequipa, Cusco, Pucallpa, Juliaca, Cajamarca y Tacna |
| 2. Alternativa | Lima |
| 3. Arariwa | Cusco |
| 4. Afider | Cajamarca |
| 5. Caritas del Perú | Amazonas, Apurímac, Cajamarca, Cusco, Junín, La Libertad y Puno |
| 6. Cenca | Lima |
| 7. CES Solidaridad | Lambayeque y Cajamarca |
| 8. Cicap | Lambayeque y Cajamarca |
| 9. Cipca-Foprom | Piura |
| 10. Edaprospo | Lima |
| 11. Eclof | Lima, financia a otras ONG |
| 12. Finca | Lima, Ayacucho y Huancavelica |
| 13. Grupo Consultivo para el Desarrollo (GCOD) | Huancayo y Huancavelica |
| 14. Grupo Mujer | Lambayeque |
| 15. IDER César Vallejo | La Libertad |
| 16. Manuela Ramos | Lima, San Martín, Puno, La Libertad, Ucayali y Ancash |
| 17. Mide | Cusco |
| 18. Pro Adel | Lima |
| 19. Pro Mujer | Puno |
| 20. Tacif | Lima |

Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

Aunque una parte de la oferta de microcrédito a las mujeres se concentra en Lima, la mayor cantidad de beneficiarios se encuentra en otras regiones del país.

En Lima, la población objetivo está compuesta principalmente por mujeres que viven en barrios urbano marginales. Fuera de Lima, la oferta de crédito es dispersa. Su población objetivo son tanto mujeres de zonas urbano marginales como de zonas rurales.

Gráfico 1
Clientes de las ONG por ubicación



Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

Según la información de las encuestas y entrevistas, el inicio de los programas de crédito con mujeres se remonta a 1986, aunque hay una mayor concentración de programas que se inician en 1993 y 1995 y luego una nueva oleada entre 1998 y el 2000.

Se puede observar, además, que el interés de las organizaciones de incorporar a las mujeres en sus agendas no siempre obedece a las mismas razones. A veces responde al deseo de las entidades internacionales de trabajar con mujeres, (como sucede con los proyectos que se inician por la inclusión del tema de las mujeres en los programas internacionales de organizaciones con filiales en el Perú, como Eclof) o a que las financieras ofrecen fondos para trabajar con ellas (como ocurrió en Promuc con la oferta de la franquicia de La Chanchita para el trabajo en crédito con mujeres).

Cuadro 3

*Inicio de las actividades de crédito para las mujeres de las ONG*³⁸

| 1985-1989 | 1990-1994 | 1995-1999 | 2000 |
|--|---|---|---|
| 1986 Eclof Promoción de desarrollo con incorporación del enfoque de género en el ámbito internacional | 1992 Alternativa Herramienta para el fortalecimiento empresarial y la generación de empleo. 1993 CES Solidaridad Herramienta para la lucha contra la pobreza. El programa de mujeres busca luchar contra la pobreza, atender a mujeres de bajos recursos y generar empoderamiento. 1993 Finca Herramienta para revalorizar el rol de la mujer a través del apoyo a sus actividades productivas. 1993 Manuela Ramos Fortalecimiento de los negocios de mujeres. 1994 Arariwa Herramienta para el desarrollo y apoyo a las mujeres y sus familias. 1994 Cipca-Foprom Busca cubrir la demanda de las mujeres que pertenecen a organizaciones sociales. 1994 IDER César Vallejo Busca cubrir la demanda de los que se benefician de sus programas sociales 1994 Mide Herramienta para el trabajo contra las desigualdades de género. | 1995 Grupo Mujer Busca cubrir la demanda insatisfecha de crédito de las mujeres microempresarias. 1996 Adra Herramienta para el desarrollo económico de las familias. 1997 Afider Con apoyo del Promuc, busca promover el desarrollo económico de las localidades. 1997 Edaprospo Herramienta de trabajo con microempresarios pobres. Busca promover el desarrollo. 1998 Cicap Con apoyo de Kellog, busca dinamizar los negocios de las mujeres. 1998 GCOD Herramienta de apoyo a las organizaciones de mujeres. 1998 Pro Adel Herramienta para el desarrollo local. 1999 Caritas (Sin información sobre objetivos) 1999 Cenca Herramienta de trabajo con los pobres para la promoción del desarrollo local. | 2000 Pro mujer Herramienta para el apoyo a las inversiones de las mujeres. |

Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

38. Aparecen las organizaciones que respondieron a la encuesta y/o las que fueron entrevistadas. La información está organizada por quinquenios y por las razones para usar el crédito, según las respuestas otorgadas por los entrevistados.

Los objetivos de las organizaciones también son variados. De acuerdo a ellos, la mayoría de las organizaciones sigue los esquemas de sostenibilidad financiera y lucha contra la pobreza, mientras que una minoría trabaja en el marco del empoderamiento de las mujeres.

El concepto de *gender efficiency* también se aplica en gran parte del trabajo, como se pudo notar en las entrevistas. Algunos funcionarios que trabajan con los programas de crédito bajo los esquemas de sostenibilidad financiera o de lucha contra la pobreza consideran que ésta es la única forma de financiar el trabajo del crédito para las mujeres. Es decir, incluyendo a las mujeres como beneficiarias, con una lógica de ayuda a los grupos pobres, a través de las mujeres que desarrollan actividades productivas o de sus familias.

Es en este último caso en el que las organizaciones enfrentan mayores problemas. Esto se debe a que los objetivos de empoderamiento o de cambiar las relaciones de género se contraponen a los requerimientos de las financieras de medir los logros considerando los indicadores de eficiencia económica y el ensanchamiento de la base de atención de las organizaciones.

Por otro lado, los objetivos no siempre se han mantenido iguales a lo largo del tiempo. En algunos casos, este cambio ha tenido que ver con la variación en el cálculo del impacto de los proyectos, que ahora gira mayoritariamente en torno a la eficiencia financiera. Este tema, que ha cobrado vital importancia en la actualidad cuando se discute la sostenibilidad, ha afectado el trabajo de las ONG desde varios ángulos.

2.2 La población atendida y la tecnología crediticia

Como señala Trivelli,³⁹ cada uno de los grupos atendidos por las organizaciones de microfinanzas es sumamente heterogéneo. Aún tratándose de clientas de ONG, existen múltiples diferencias entre ellas. En primer lugar, cuestiones obvias, como el tipo de negocio que manejan y los montos. Sin embargo, existen mayores diferencias, como aquellas relacionadas con el control del dinero, los sistemas de género en cada localidad, la productividad de los negocios y la salud de las economías locales.

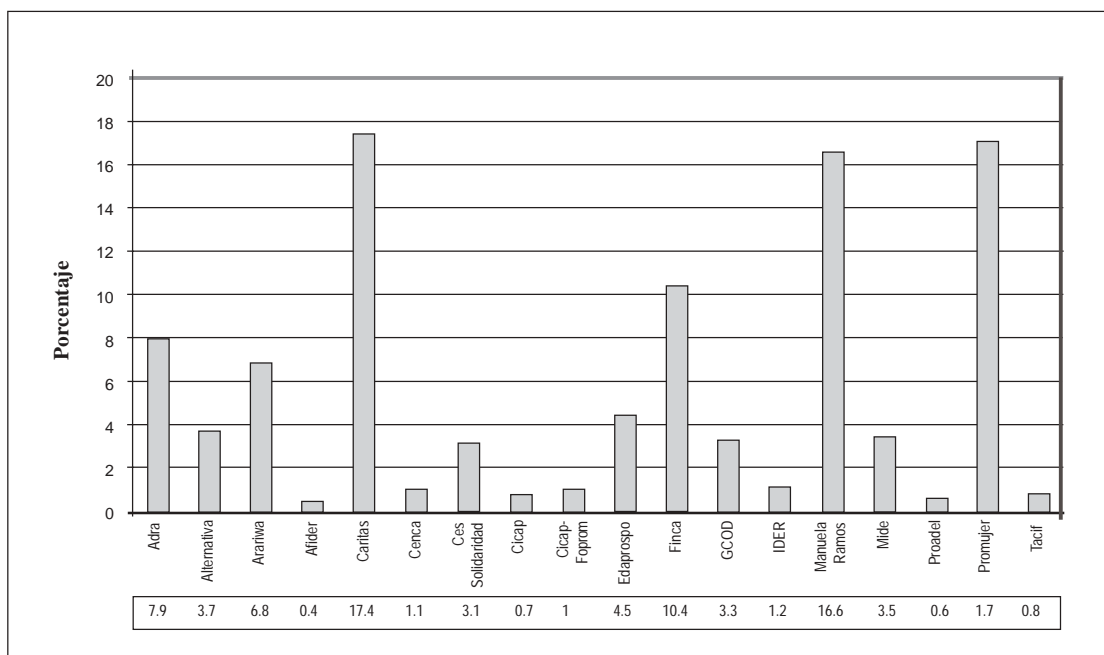
A pesar de que los programas seleccionados se presentan como programas que se dirigen a las mujeres, con el paso del tiempo muchas organizaciones han incluido a los varones entre sus beneficiarios, aunque en cantidades pequeñas (alrededor de un 68% tiene clientes varones). Esto último se explica por diversas razones que varían de organización en organización. Algunos funcionarios y promotores señalan que los varones tampoco tenían acceso al crédito en las zonas que atendían (principalmente en las zonas rurales más alejadas); otros afirman que atienden las demandas de las propias mujeres y de sus familias; y hay quienes indican que la inclusión de los varones responde a una estrategia para acabar con algunos de los conflictos que habían surgido en las poblaciones atendidas entre los grupos de varones o las autoridades locales.

Por otro lado, existe una gran diversidad respecto a la cantidad de beneficiarios que atiende cada organización. El total de clientes identificados en nuestra muestra fue

39. Trivelli, Carolina. "Clientes de las instituciones de microfinanciamiento". En F. Portocarrero, C. Trivelli y J. Alvarado (eds.), *Microcrédito en el Perú: quiénes piden, quiénes dan*. Lima: CIES, 2002.

de 58,657,⁴⁰ aunque el promedio por organización es de 3,259 clientes. El número máximo de clientes es de 9,985 (en Promujer Perú, con sede en Puno), mientras que el mínimo es de 429 clientes (en Cicap, con sede en Lambayeque, que atiende a zonas rurales y urbano marginales de Lambayeque y el norte de Cajamarca). Obviamente, esto genera diferentes grados de sofisticación en los aspectos organizativos y administrativos de las organizaciones estudiadas.

Gráfico 2
Porcentaje de clientes por ONG

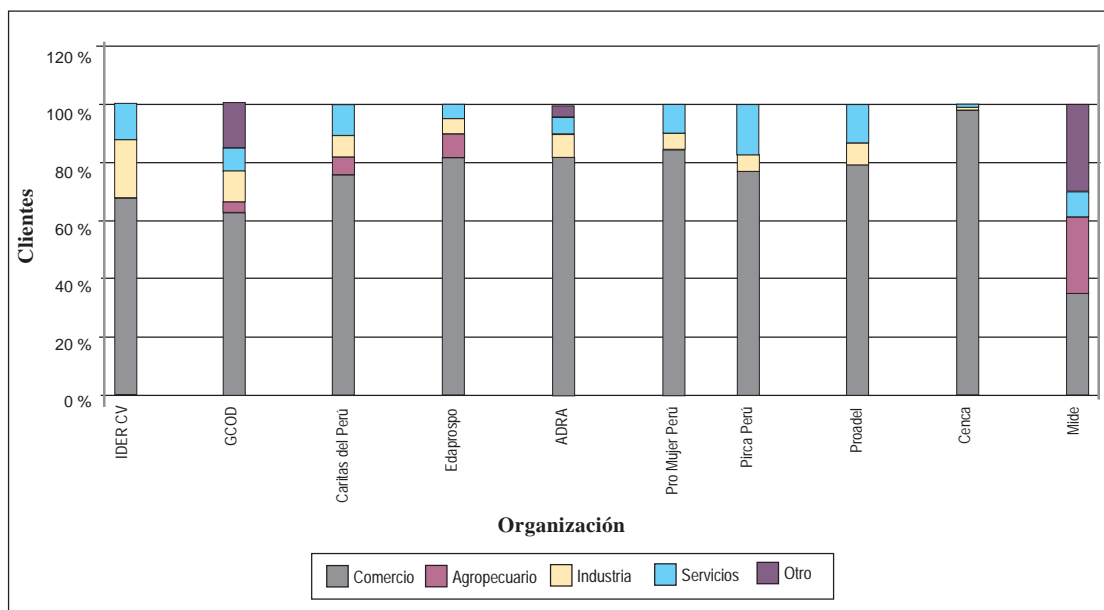


Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

Se ha encontrado además una alta concentración de préstamos en actividades comerciales; el rubro comercio es el que concentra el más alto porcentaje de préstamos en la mayoría de las organizaciones estudiadas. En algunos casos, como Cenca, el 98% de los clientes se clasifica como comerciante. Sólo unas pocas organizaciones tienen una distribución más heterogénea, como ocurre en Mide que tiene un 35% de los clientes en ese rubro, un 14% en agricultura, un 12% en ganadería y el resto en servicios y otros rubros.

40. Del total de ONG que respondieron a nuestra encuesta y las bases de datos proporcionadas por Promuc.

Gráfico 3
Porcentaje de clientes por rubros de actividad



Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

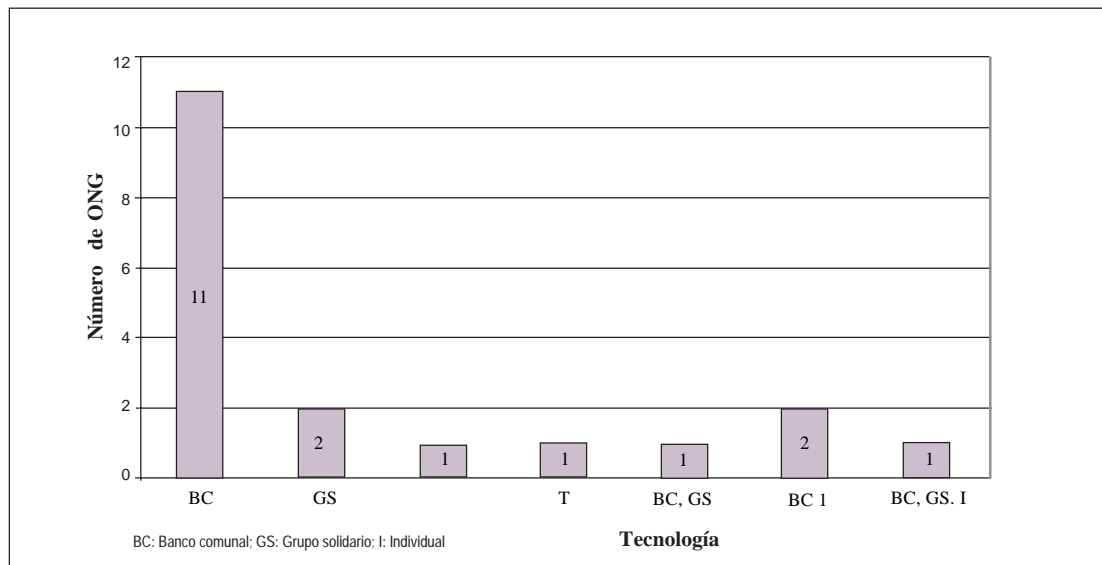
La tecnología utilizada es principalmente de tipo grupal, y en particular, la banca comunal. El Consorcio Promoción de la Mujer y de la Comunidad (Promuc) agrupa a varias de las organizaciones entrevistadas y funciona promoviendo la franquicia de La Chanchita, que es un modelo de banca comunal. Además de la popularidad alcanzada por este sistema en el ámbito internacional, esto influyó en que muchas financieras internacionales y ONG nacionales que otorgan crédito a las mujeres asumiesen este modelo para su trabajo. Sin embargo, algunas organizaciones manejan otras tecnologías según las necesidades de sus clientes o predefinidas de acuerdo a los grupos objetivo que se pretende alcanzar.

Promuc comenzó a funcionar en 1994. Inicialmente integraba a siete ONG.⁴¹ Los objetivos del consorcio son el desarrollo de las capacidades de gestión de las mujeres pobres y muy pobres del país, la formación empresarial y la mejora de la capacidad económica de estas mujeres a través de programas de crédito y promoción del ahorro.⁴² Dos años después de su fundación, se inició el proyecto piloto de la franquicia con el modelo de banca comunal y otras ONG se integraron al consorcio. Los servicios que el consorcio presta a sus asociados incluyen asistencia, seguimiento y monitoreo, capacitación del personal, metodologías y financiamiento de programas.

41. Alternativa, Arariwa, Caritas-Chimbote, Centro Ideas, CES Solidaridad, CRS y Educae, pero algunas de estas organizaciones ya no trabajan en esta área.

42. Entrevista a María Alvarado, gerente de Promuc; y Promuc, ob. cit.

Gráfico 4
Número de ONG según tecnología usada



Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
Elaboración propia, 2003.

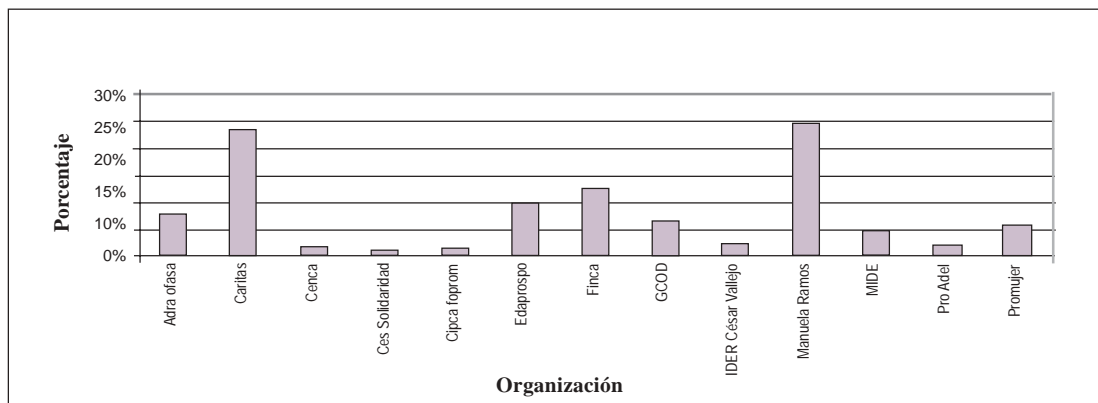
Por lo general, cuando se pretende trabajar con beneficiarios de menores ingresos se utiliza tecnologías grupales (banca comunal o grupos solidarios). En cambio, cuando se trabaja con microempresarios con mayores ingresos o calificados como “de negocios”, y con utilidades más allá de la subsistencia, se ofrecen principalmente créditos individuales. A su vez, algunas organizaciones, como Mide en Cusco, ofrecen productos adaptados a su propia tipología de clientes. Algunos de sus grupos tienen ahorros forzados, como parte del sistema de grupos solidarios; otros tienen ahorros voluntarios o solamente préstamos sin ahorros; y otros simplemente ahorros. Además, los montos de los préstamos no necesariamente siguen una escala de incremento según el ciclo de existencia del grupo, sino que se adecuan a las necesidades de los clientes y a sus posibilidades de pago.

Los bancos comunales tienen una metodología homogénea, mientras que los grupos solidarios son más heterogéneos. Según algunos funcionarios y promotores entrevistados, esto depende de la ONG. El número de miembros de un grupo solidario varía de tres a más individuos, quienes pueden o no reunirse, pero reciben el crédito de manera individual con el aval de la garantía solidaria.

La cartera bruta total de las organizaciones que respondieron a nuestra encuesta asciende a 21,764,116.7 nuevos soles,⁴³ repartidos en porcentajes muy desiguales entre las organizaciones. Algunas manejan montos muy pequeños, como el caso de IDER César Vallejo con 551 nuevos soles, mientras que otras llegan a 5,388,380 nuevos soles, como ocurre en Manuela Ramos.

43. Los montos corresponden a finales del 2001. Se tomó esa fecha debido a que se buscaba información homogénea de todas las ONG encuestadas. Respondieron a la encuesta 12 organizaciones (ver listado en el anexo 1). Un porcentaje mínimo de las ONG asociadas a Promuc respondió a la encuesta.

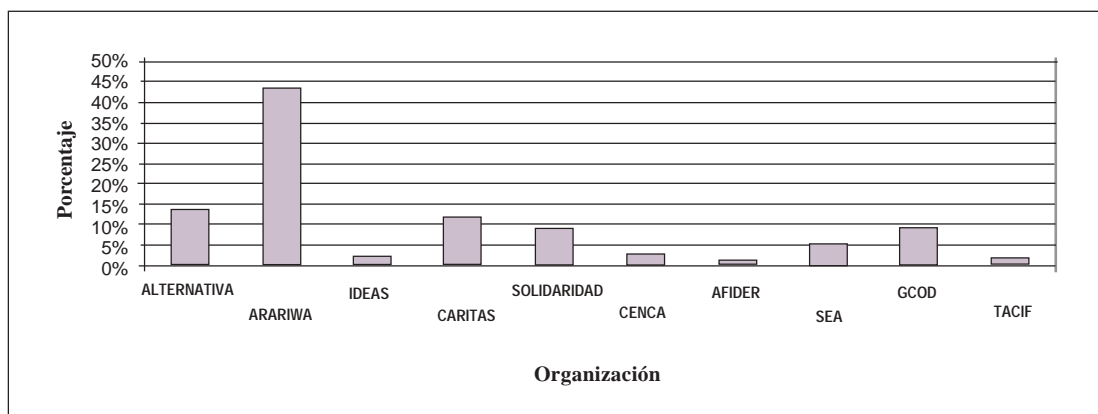
Gráfico 5
Porcentaje de cartera bruta por organización



A diciembre del 2001.
 Fuente: Encuesta sobre la situación del financiamiento para las mujeres.
 Elaboración propia, 2003.

En el caso de las organizaciones pertenecientes a Promuc, los datos de cartera activa nos muestran una heterogeneidad semejante⁴⁴ (aunque con montos mayores a los manejados por otras organizaciones que no pertenecen al consorcio). El total de la cartera activa llega a 6,373,986.5 nuevos soles. Mientras que el monto máximo es de 2,761,451 nuevos soles, manejado por Arariwa en Cusco, el mínimo es de 63,889, operado por Afider en Cajamarca.

Gráfico 6
Porcentaje de cartera activa por organización



A diciembre del 2001.
 Fuente: base de datos de Promuc.
 Elaboración propia.

44. Debido a que la mayoría de ellas no respondió a la encuesta, se usó la base de datos de Promuc. Sin embargo, el consorcio registraba un porcentaje de cartera activa, diferente a la cartera bruta, el indicador usado en la encuesta.

Los montos manejados por las ONG son menores que los del resto de las instituciones financieras (e incluso que los de otras microfinancieras). Con información comparativa sobre la misma fecha a la que se remite nuestra información, Galarza⁴⁵ muestra que los bancos manejaban más de 10 millones de dólares en cartera bruta; las financieras, 237 millones; las cajas municipales alrededor de 14 millones de dólares; y las Edpyme, alrededor de 22 millones de dólares. Todos son montos muy altos comparados con los de las carteras de las ONG. Existen dos posibles explicaciones para esto.

La primera es que el tamaño de la cartera se relaciona directamente con los montos de los préstamos que las diferentes ONG ofrecen (que generalmente van de cincuenta soles por socia, en un inicio, a mil dólares) y que además varían en cada organización. Aun cuando las Edpyme atienden a un sector muy cercano a los clientes de las ONG, los montos que manejan por crédito promedio son mayores que los que maneja la mayoría de las ONG (ver anexo 3). La segunda hipótesis suscrita por algunos autores,⁴⁶ es que el discurso a favor de las ONG y de las microfinanzas de la banca multilateral no se traduce en un mayor apoyo, ya que las grandes colocaciones se asignan generalmente a la banca comercial y a las instituciones de segundo piso.

De hecho, desde el punto de vista de la salud de los sistemas financieros, los montos que manejan las ONG en los programas de crédito para las mujeres son visiblemente menos importantes que los que manejan el resto de las instituciones microfinancieras (IMF), lo cual explicaría de cierta forma la menor importancia relativa que se le reconoce a estas organizaciones desde ese ángulo. Sin embargo, la importancia de estos programas no debería considerarse desde ese punto de vista si no más bien por el impacto que tienen en los beneficiarios directos y por sus actividades, que pueden considerarse mayoritariamente estrategias de sobrevivencia de los sectores de menos ingresos. Al respecto, puede mencionarse una discusión actual, respecto al alcance de los programas de las ONG, que se refiere básicamente a dos aspectos: en primer lugar, si las organizaciones llegan realmente a los sectores más pobres, y en segundo, si esto repercute en la sostenibilidad de las organizaciones.

La respuesta al primer problema planteado depende en gran medida del enfoque de la organización. A algunas les interesa realmente llegar a los más pobres; a otras les importa llegar a diferentes sectores (como al de las personas con negocios de subsistencia o de acumulación); y en otros casos importa alcanzar a los pequeños empresarios. Respecto al segundo punto, diversos estudios⁴⁷ de impacto han comprobado que es posible llegar a los sectores pobres sin afectar a la sostenibilidad.

Aun así, el tema sigue en debate, básicamente debido a que evaluar el impacto del crédito y definir las características de los clientes presenta una serie de problemas relacionados con los costos y con una definición muy simple del éxito en las actividades de una institución financiera.⁴⁸ Otro punto relacionado con este último aspecto es que se

45. Galarza, F. "Situación del financiamiento rural en el Perú" (manuscrito). 2003.

46. Por ejemplo, Valderrama, M. "¿Sostenibilidad o supervivencia de las ONG?". En M. Valderrama (ed.). *La sostenibilidad de las ONG latinoamericanas*. Lima: CEPES y ALOP, 1999.

47. Ver estudios de Mide y Promuc, entre otros, en el ámbito nacional. En el ámbito internacional, ver Gulli, ob. cit.

48. Como señala Trivelli, ob. cit.

28 ha comprobado que una estrategia que se utiliza para conseguir que los programas sean sostenibles, es la de eliminar los servicios no financieros anexos a los programas, como los cursos de autoestima o de manejo empresarial. Lamentablemente, esto se contradice con el objetivo de lograr el empoderamiento de los beneficiarios. Algunos autores⁴⁹ sostienen que ampliar el foco de los programas para atender otras necesidades de los beneficiarios (entrenarlos, por ejemplo, para que manejen los constreñimientos específicos al género), genera un mayor impacto positivo en las mujeres.

3. EXPERIENCIAS Y LECCIONES

Esta sección tiene como objetivo mostrar cuáles son los principales problemas que identificaron los funcionarios de las ONG que trabajan con crédito para las mujeres, así como cuáles son sus soluciones. Se busca conocer las mejores prácticas de trabajo, analizando las experiencias de las organizaciones.

En la primera parte se retoma una antigua discusión respecto de la labor con las organizaciones sociales de base y de las posibilidades de trabajar en la promoción de microempresas y crédito con esas organizaciones.⁵⁰ En la segunda parte se presentan los seis casos de ONG que manejan programas de microcrédito dirigido a las mujeres, sin tomar en cuenta su pertenencia a una organización social de base, considerando que en la actualidad la mayoría no trabaja con ellas.⁵¹

3.1 El trabajo con las organizaciones sociales de base

Casi todas las organizaciones incluidas en el presente estudio confirmaron que en algún momento habían trabajado con organizaciones sociales de base (OSB). Sin embargo, las percepciones de los operadores respecto a este trabajo revelaban una gran desconfianza.

Las relaciones entre las ONG y las OSB han sido muy variadas. Algunas ONG empezaron sus programas de crédito con el objetivo específico de trabajar con las OSB y fortalecerlas. Sin embargo, esta experiencia llevó generalmente a modificar los programas. A continuación veremos tres casos que ilustran esta situación y que llamaremos X1, X2 y X3.

En el primer caso, X1,⁵² el programa de crédito se originó en 1994 con el objetivo de fortalecer a las asociaciones distritales de mujeres en Piura. Funcionó así hasta 1997,

49. Por ejemplo, Oxaal, Z. y S. Baden. *Gender and empowerment: definitions, approaches and implications for policy*. IDS Bridge Development and Gender Report no. 40, 1997; y Goetz, A. y R.S. Gupta, ob. cit., pp. 45-63.

50. La evidencia que se presenta se basa en las entrevistas realizadas a los funcionarios en la primera etapa del trabajo. Analizamos la experiencia de tres ONG, dos de ellas en Lima y una en Piura.

51. En el Perú, algunas ONG trabajan todavía buscando fortalecer a las organizaciones de mujeres, entre ellas los comedores populares. Sin embargo, ésta no es la tendencia predominante.

52. Información obtenida de las entrevistas a la encargada del programa y de los documentos de sistematización de la experiencia.

cuando se llevó a cabo una reestructuración. Las tasas de morosidad y los problemas con el manejo de los créditos y con su apropiación en manos de algunos grupos de interés (como las directivas), llevaron a reestructurar el programa, lo que implicó básicamente cambiar de tecnología y tomar la decisión de no volver a trabajar con organizaciones de mujeres sino con mujeres que realizaran actividades productivas en general.

El caso X2 significó un cambio mucho más radical. Su programa de crédito con mujeres empezó a funcionar en 1995, como consecuencia del vínculo de la organización con comedores y con el programa del Vaso de Leche. Se decidió entonces apoyar a las mujeres que solicitaban dinero para llevar a cabo actividades empresariales. Sin embargo, durante los tres años que duró la experiencia, se presentaron una serie de problemas relacionados con una alta mora, probablemente debido a que la población era muy pobre y manejaba una lógica asistencialista. Estos problemas tenían que ver también con que la mayoría de las mujeres carecía de una mentalidad empresarial, “lo cual les llevó a que sus negocios no funcionen, no había forma de pagar y eso se alimentó con la mentalidad asistencialista”.⁵³ Todo esto llevó a que se decidiera cerrar el programa y realizar una reestructuración. Finalmente, se optó por dejar a las mujeres como el grupo objetivo exclusivo, para abrir la oferta a los microempresarios en general con créditos individuales. En la actualidad, el promedio de clientes mujeres es de 56.81%. Sin embargo, no se atienden negocios en tránsito (ambulantes, vendedoras de cosméticos, etc.), que constituyen un grupo importante de las beneficiarias de algunas organizaciones que trabajan sólo con mujeres.

Una experiencia similar es la de X3.⁵⁴ Esta organización, que tuvo como origen un grupo que asesoraba a la Agencia de Desarrollo Económico, agrupaba a las organizaciones de base de la zona (la Asociación de Clubes de Madres, los comedores autogestionarios, la parroquia San Andrés, el parque industrial no. 1, la Asociación de Talleres de Producción Santa Rosa, IST Huaycán, el Vaso de Leche y el Consejo Ejecutivo Local) con el financiamiento de una agencia internacional. Su objetivo era empoderar a estas organizaciones.

En este caso, algunas mujeres líderes de Huaycán solicitaron a la agencia financiera una línea de crédito, la cual fue aprobada escogiéndose la metodología de bancos comunales. Se formaban bancos de alrededor de veinte personas y quien elegía a los miembros era el Club de Madres (con 3,000 socias) y los clubes autogestionarios. La experiencia se inició con un programa piloto en el que las presidentas de los clubes de madres fueron las beneficiarias. Esto en realidad implicó una fuerte responsabilidad tanto para ellas como para los funcionarios, en la medida en que este primer intento debía funcionar correctamente para lograr que la experiencia se ampliase a todas las socias de los clubes de madres y los comedores de la zona.

La experiencia piloto dio buenos resultados, con lo cual el trabajo continuó y pudo ampliarse. Un año después empezaron los problemas de altas tasas de morosidad, unidos a la primera crisis organizativa de Huaycán, ya que a partir de 1998 la dirigencia comenzó a debilitarse y los pobladores dejaron de acudir a las asambleas. Las crisis

53. Entrevista a una funcionaria del programa.

54. Información obtenida de las entrevistas a un funcionario y al director del programa y de la revisión de los documentos de este último.

30 internas tuvieron su origen en los problemas políticos. En 1998 esta situación se había agravado en la medida en que las dirigentes tomaron partido por una u otra agrupación política y el fujimorismo se hizo más fuerte junto con la manipulación política de las organizaciones de base.

Básicamente existen dos razones que explican el fracaso de esta experiencia: el debilitamiento de la organización y la falta de iniciativa de X3 para recuperar el financiamiento externo. El discurso de los pobladores que apelaban a su pobreza para no pagar, fue asumido y legitimado por las diferentes organizaciones que tenían influencia en las OSB, como las ONG y las parroquias. Incluso el Estado suele alentar este tipo de prácticas con sus discursos asistencialistas.

Como resultado de esta experiencia, entre 1998 y 1999 se decidió cambiar de grupo objetivo y dejar de trabajar con las OSB, asumir las pérdidas, empezar a trabajar con grupos de comerciantes de mercados y con franjas comerciales y evaluar mejor a los futuros clientes.

Estas experiencias nos enseñan algunas lecciones respecto al trabajo con las organizaciones de base y el crédito. Existe una creencia algo generalizada de que el microcrédito puede utilizarse como una receta para sacar a los pobres de su precaria situación económica. Sin embargo, las experiencias revisadas nos muestran que esto no siempre es así.

Básicamente, no todos los pobres (sean éstos hombres o mujeres) tienen capacidades y cualidades para llevar adelante negocios. Asumir que existe una relación de causalidad entre recibir crédito y generar un negocio exitoso que permita salir de la pobreza es un grave error. La evidencia presentada sustenta a su vez las afirmaciones de otros estudiosos del tema, como Trivelli,⁵⁵ quien sostiene que entre los pobladores de menores ingresos, existen sectores que sí son demandantes de crédito y otros que son demandantes de dinero, pero que no pueden constituir una demanda efectiva de crédito. Al respecto, Gulli⁵⁶ indica que, en primer lugar, no todos los microempresarios son pobres, y en segundo lugar, que las personas cuyos niveles de ingresos están por debajo del umbral de la pobreza tienden a usar los préstamos para consumo más que aquellas que se encuentran sobre dicho umbral.⁵⁷ La evidencia presentada parece confirmar lo que dicen ambos autores.

Una segunda lección tiene que ver con el hecho de asumir que el crédito es una receta válida para todos los pobres. Al hacerlo, se considera que otorgándole crédito a los grupos masivos de mujeres, ellas llevarán sus negocios de manera adecuada y podrán devolverlo, lo que en la práctica no ocurrió en los casos revisados. Cuando las clientas no pudieron devolver los préstamos, aparecieron los discursos asistencialistas que legitimaron este hecho. Esto implicó altas tasas de morosidad y pérdidas para las ONG.

55. Trivelli, ob. cit.

56. Gulli, ob. cit.

57. Esto apoya también la evidencia sobre Bolivia que figura en S. Navajas *et al.*, *Microcredit and the poorest of the poor: theory and evidence from Bolivia*. Economics and Sociology Occasional Paper 2524. Department of Agricultural Environmental and Development Economics. The Ohio State University, 1998.

El contexto económico y político cobra entonces una importancia fundamental. Ya se ha estudiado el fenómeno de la manipulación de las organizaciones de base de parte de los gobiernos y el clientelismo político del que fueron objeto estas organizaciones. Sin embargo, el comportamiento asistencialista y su legitimación en los discursos no sólo son propios del gobierno sino también de diversas organizaciones que trabajan con poblaciones pobres y que perjudican a otras que buscan promover una conciencia distinta y digna en este segmento poblacional.

Una buena parte de los funcionarios entrevistados percibe a las OSB como organizaciones con una mentalidad asistencialista, lo que las convierte en no elegibles para sus programas. Esto no significa que se excluya a las mujeres que forman parte de las OSB, sino que la organización como tal (el comedor, el Vaso de Leche, etc.) no se considera un buen espacio para trabajar el crédito. Un banco comunal o un grupo solidario tiene un objetivo; la gente forma parte de esas organizaciones por un fin distinto al que persiguen las personas que forman parte de una OSB. Mezclar ambos fines no es saludable para el funcionamiento de un programa de crédito.

La tercera lección se relaciona con la selección de clientes, el monitoreo y los mecanismos de control usados por las ONG. Uno de los problemas observados en estos tres casos tiene que ver no sólo con asumir que en general las clientas de las OSB eran demandantes potenciales de crédito sino también con los mecanismos usados para monitorear los proyectos, llevar a cabo el seguimiento de los préstamos y manejar el problema de la apropiación de los beneficios por parte de los grupos de interés. Estos problemas, que son comunes en las políticas públicas, también se presentan en otros espacios, especialmente si la naturaleza de estos espacios es más política que económica. Relacionado con esto se encuentra el problema de los costos que implican el monitoreo de los proyectos y los estudios de caracterización de los clientes y de los beneficiarios potenciales de los programas.

¿Qué relación puede existir entre las ONG que manejan programas de crédito y las OSB? Algunos casos demuestran que no es completamente negativo tener algún vínculo con las OSB. Existen dos tipos de relación que no perjudican el buen funcionamiento del programa de crédito. En primer lugar, se puede usar el espacio creado por las organizaciones de mujeres para promover y difundir el crédito. En la mayoría de los casos estudiados se observa que la entrada a una localidad nueva implica un primer contacto con las OSB de dicho espacio. Esto tiene aspectos muy positivos, ya que generalmente las personas asociadas conocen a otras mujeres que, más allá de si pertenecen o no a la OSB, necesitan el crédito y pueden formar parte de los bancos comunales. En la mayoría de los lugares visitados se observó que las mujeres se enteraron de la existencia del “banquito” a través de una socia del Vaso de Leche o del comedor popular y así esta noticia llegó a otras mujeres que tenían negocios.

El segundo caso guarda más relación con la realidad rural y se refiere a que, en las zonas rurales del país, la mayoría de las mujeres pobres que manejan negocios y que reciben un crédito de alguna ONG pertenece a una OSB. En Cusco, Cajamarca y Lambayeque (especialmente en las zonas rurales) se encontró esta coincidencia en varias de las entrevistadas. A pesar de ello, el hecho de ser miembro de un banco o grupo solidario no depende de si se pertenece o no a una OSB. Nuevamente, en este caso habría que recordar que se trata generalmente de localidades pequeñas y que la organización de la OSB no se traslada directamente al grupo que se conforma con el propósito de acceder al crédito.

3.2 Los seis casos estudiados: las ONG examinándose a sí mismas

3.2.1 El discurso frente a la práctica: problemas y soluciones

Los datos que se presentan a continuación se han elaborado sobre la base de las entrevistas realizadas a los funcionarios y promotores de los programas de crédito en las regiones de Lima, Cusco y Lambayeque, así como de los informes institucionales. Las organizaciones de Lima serán conocidas como L1 y L2; las del Cusco, como C1 y C2; y las de Lambayeque, como La1 y La2. (Para una mayor información acerca de los casos ver anexo 7).

El propósito de esta sección es presentar los discursos de los funcionarios y promotores sobre sus propios programas, los problemas que enfrentan y las soluciones o estrategias que utilizan.

Los discursos de los funcionarios pueden agruparse en dos tipos. En el primer discurso se apuesta claramente a cambiar las relaciones de género en las localidades donde se trabaja, lo que se traduce en un crédito para ayudar a las microempresas que dirigen las mujeres, con el fin de mejorar su situación económica. El segundo discurso gira en torno a la promoción de las microempresas en los sectores pobres, a las familias o a la lucha contra la pobreza. En este segundo grupo se puede notar la influencia del problema del *gender efficiency*: se incluye a las mujeres como beneficiarias porque se les caracteriza como las más pobres o porque se les ubica dentro de un grupo mayor, “las mujeres son las más pobres de los pobres”.

Cuadro 4

Tipo de discurso, caso identificado y razón por la que se trabaja con las mujeres

| Tipo de discurso y caso identificado | Razón por la que se trabaja con las mujeres |
|---|--|
| Tipo 1: L1, C1 | Se busca cambiar las relaciones de género o dar un mayor valor al papel de las mujeres. |
| Tipo 2: L2, C2, La1 y La2 | Se busca mejorar los negocios de las mujeres en beneficio de las familias pobres, porque son la mayoría entre los empresarios más pobres o para combatir la pobreza. |

La definición de los sujetos beneficiarios y el manejo de enfoques diferenciados para trabajar con las mujeres tienen un impacto en las estrategias de trabajo, y por lo tanto, en la valoración que se le otorga a los diversos componentes que forman parte dichas estrategias. Esto también se puede observar en la forma como se resuelven los principales problemas identificados.

De acuerdo a las entrevistas, los principales problemas que enfrentan las ONG son cómo empoderar a las clientas; cómo lograr que los negocios se mantengan y que las mujeres deserten menos de los bancos; y cómo conseguir que las ONG sean sostenibles.

El cuadro 5 es un resumen de las diversas respuestas a estos problemas, según el enfoque que maneja la ONG.

Cuadro 5

Principales problemas de las ONG y soluciones, según el enfoque de la organización

| Enfoque de la ONG | Cómo empoderar a las beneficiarias | Cómo alcanzar la sostenibilidad | Cómo evitar la deserción |
|---------------------------------------|---|---|---|
| 1. Cambio en las relaciones de género | Las estrategias para el empoderamiento giran alrededor de la obtención del crédito, para formar un capital de trabajo, y de capacidades de liderazgo a través de la capacitación. | La sostenibilidad financiera es importante, pero también lo es la sostenibilidad de los negocios de las mujeres y de la organización. Esto se hace a través de una constante capacitación y monitoreo de los negocios y de la organización. | Monitoreo del destino del préstamo y de la salud de los negocios. Capacitación en manejo empresarial y consejería. |
| 2. <i>Gender efficiency</i> | Aunque se maneja el término empoderamiento, generalmente se afirma que el crédito por sí solo lo genera. En otros casos se señala que el empoderamiento se puede alcanzar a través de la capacitación u otras actividades, que sin embargo no se llevan a cabo. | Enfoque basado en la sostenibilidad financiera de la ONG, por lo que su estrategia se basa en el recorte de los servicios no financieros, y en la mayoría de los casos, en el recorte de personal. | No se emplean técnicas para manejar la deserción. En la mayoría de los casos se considera que este problema se relaciona con las externalidades del programa (la competencia, la sobreoferta de crédito, etc.). |

a) Estrategias para el empoderamiento

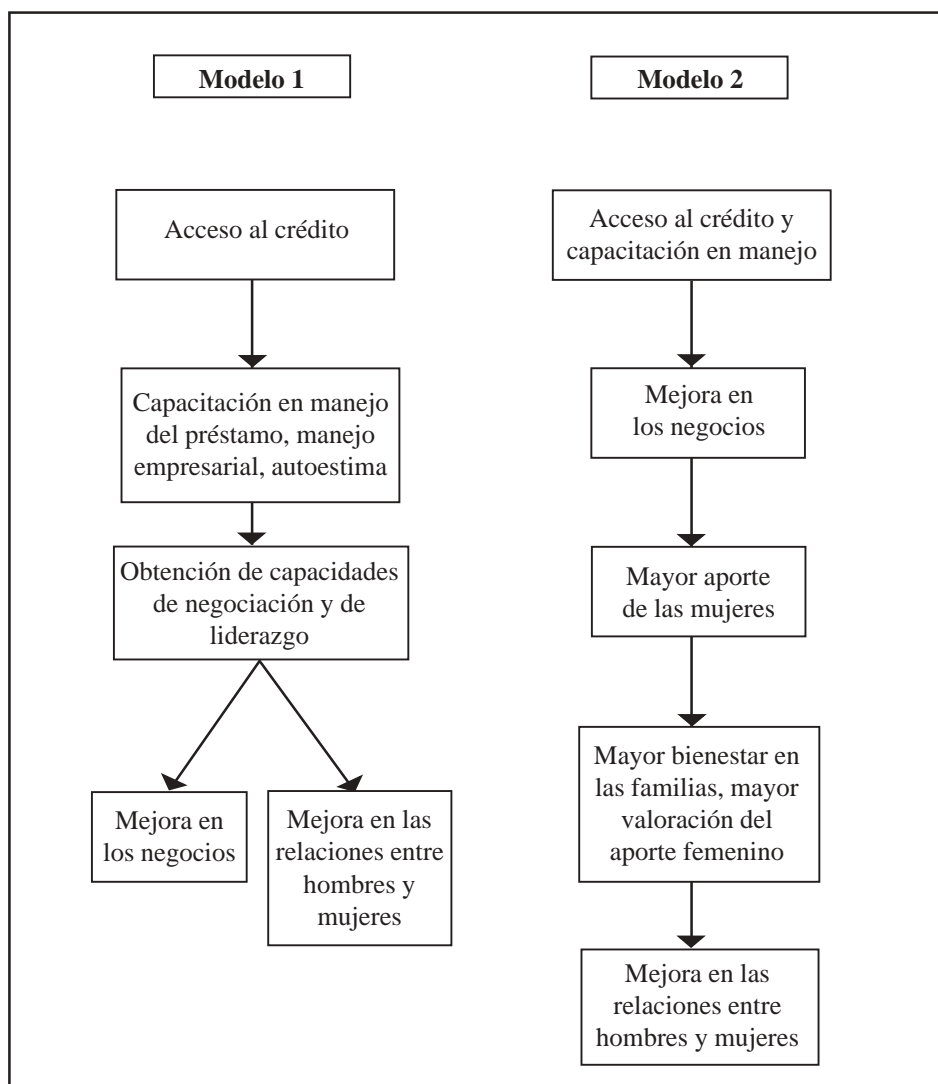
Aunque no todas las organizaciones consideran de manera explícita el empoderamiento de las beneficiarias como un objetivo central, todas reconocen su importancia. Sin embargo, manejan diferentes definiciones que van desde un proceso para obtener mayores capacidades con el fin de mejorar la autoestima y valorar más a las mujeres, hasta un proceso para generar mayor poder de negociación entre ellas. Todas las estrategias plantean una espiral virtuosa, donde en algunos casos, el crédito es la estrategia para el empoderamiento, mientras que en otros, se reconoce la necesidad de un enfoque y una acción sistémicos.

34 Mayoux⁵⁸ presenta espirales virtuosas de las explicaciones sobre la repercusión del crédito en el empoderamiento de las mujeres, siguiendo los esquemas internacionales. Éste es un esquema complejo, producto del análisis de las propuestas de diferentes organizaciones. Usando la información que hemos encontrado en los casos que visitamos, adaptamos su modelo.

De los casos estudiados se desprenden dos modelos de espirales virtuosas de causalidad, que presentamos bajo la forma de enfoques. Este esquema se construyó sobre la base de la información otorgada por los funcionarios de las organizaciones visitadas.

Sin embargo, tal como señala Mayoux, estas espirales presentan varios problemas de fondo, algunos de los cuales también se han encontrado en los casos revisados.

Gráfico 7
Modelos de espirales virtuosas sobre la repercusión del crédito en el empoderamiento de las mujeres



58. "Access to empowerment: gender issues in microfinance", octubre 1999.

En primer lugar, una vez que el crédito se recibe, no siempre son las mujeres quienes lo controlan. En muchos casos, el monto recibido se destina a negocios dirigidos por varones. Además, a veces el crédito no se destina a los negocios sino a cubrir necesidades inmediatas de la familia, de tal forma que toda la espiral se rompe en la primera sección del trabajo. En el segundo caso, el efecto que se genera es una mayor dificultad en el repago de la deuda.

Se pueden extraer dos lecciones de este tema: en primer lugar, se debe hacer un seguimiento del destino del crédito y, en segundo lugar, hay que diferenciar si la organización está brindando créditos para consumo o para negocios.

En segundo lugar, aunque las mujeres inviertan el dinero en sus propios negocios, éstos pueden estar siendo mal manejados (no diferenciar lo que se invierte en el negocio de lo que se consume) o no estar produciendo ganancias. En estos casos el negocio no ayuda a capitalizarse y el aporte de las mujeres no es visible. Aun en los casos en los que una parte de los productos se destina al consumo, muchas veces esto implica que el aporte no sea visible. Esto puede servir como una estrategia de supervivencia para las familias pobres, pero no como una estrategia para el empoderamiento.

Ante estos casos, algunas organizaciones sugieren hacer giros en los negocios que las clientas están llevando a cabo y fortalecer la capacitación empresarial.

En tercer lugar, se asume que al generar capacidades de liderazgo, las relaciones en el hogar y en la comunidad cambiarán. Sin embargo, en algunos casos las organizaciones siguen siendo vistas como grupos de mujeres que cumplen un rol tradicional de madres y protectoras de sus familias. Por otro lado, los banquitos son organizaciones que cumplen un objetivo económico y reúnen a las mujeres para ese fin. No siempre las mujeres que participan en los bancos consideran importante la participación política o comunal.

Por último, muchas veces, aunque se reconozca el aporte de las mujeres, aumenta la negociación y la toma de decisiones en el hogar pero no en el ámbito público. El aprendizaje de capacidades implica a su vez no solo recibir cursos sino que los miembros de los bancos asuman cargos directivos, ya que en la práctica aprenden nuevas capacidades.

La rotación de directivas, puesta en marcha en la práctica y no sólo en el discurso de la organización, ayuda a que la mayoría de los miembros de los bancos adquiera nuevas capacidades, no sólo respecto a cómo realizar trámites o llevar cuentas sino también a cómo hablar en público y hacer respetar sus decisiones.

b) Los negocios y la deserción

Algunos aspectos respecto a este punto han sido presentados en la sección anterior. Cabe resaltar que este tema se trata también desde visiones heterogéneas. Sin embargo, éstas se pueden agrupar en dos. Por un lado, se considera que las causas de la deserción y el cierre de los bancos tienen que ver con el sobreendeudamiento y el poco rendimiento de los negocios. En este caso las estrategias elegidas giran en torno a buscar nuevas poblaciones objetivo. Una segunda visión es la que considera que se debe prestar mayor atención a las razones por las que los negocios fracasan y generar estrategias para resolver dicho problema. En el cuadro 6 se presentan las respuestas de los funcionarios de las organizaciones respecto a este tema.

Estrategias utilizadas por las ONG para enfrentar la deserción y el cierre de los bancos

| L1 | L2 | C1 | C2 | La1 | La2 |
|---|---------------------------------|---|---|--|---|
| Mejora en el manejo de los negocios a través de la capacitación y seguimiento. En el caso de negocios con bajo o ningún rendimiento se recomiendan giros. | Apoyo en el manejo empresarial. | Diseño de productos sobre la base de la caracterización de los clientes. Seguimiento a las actividades. | Sin acciones respecto de los negocios. Como organización busca nuevos mercados. | Sin reflexión al respecto. Se busca nuevos clientes. | Se busca nuevos clientes y nuevos espacios. |

En el primer caso, se reconoce como causas principales la sobreoferta de crédito, así como el fracaso de los negocios aludiendo a causas externas a la organización. Sin embargo, es recomendable revisar los procesos y estructuras, ya que en estos casos (aunque no se encontró evidencia que desestime tal supuesto) se encontró que existían diversos problemas en la organización y en la forma como se maneja el programa que podrían tener una relación más directa con las altas tasas de morosidad y la desaparición de los bancos.

En el segundo caso, las organizaciones han llevado a cabo acciones de monitoreo y han medido el impacto de sus programas, lo que las ha llevado a identificar algunos problemas internos. Por un lado, fallas en el monitoreo de los negocios de las mujeres, y por otro, la necesidad de diseñar productos acordes a las necesidades de los clientes más que de implantar modelos y productos homogéneos sin considerar las heterogeneidades existentes.

Según las estrategias usadas por algunas organizaciones, es de vital importancia identificar los problemas reales de la organización así como reconocer las heterogeneidades de los clientes. No se puede implantar una tecnología y productos iguales a poblaciones disímiles, como los clientes urbanos y rurales, con diferentes niveles de ingresos, etc.

Finalmente, el monitoreo de los negocios y la elaboración de sugerencias sobre sus giros disminuyen los problemas en el rendimiento de los mismos, y por lo tanto los niveles de morosidad, especialmente si tomamos en cuenta que la falta de pago no siempre es un problema de intención sino de capacidad.

c) La sostenibilidad

¿Hasta qué punto la sostenibilidad es un problema? Esto depende de la misma organización. Para algunas, esta dificultad sólo se sortea cambiando de población objetivo, ya que consideran que no es posible atender a poblaciones muy pobres y ser a la vez sostenible en términos financieros. Sin embargo, en esta sección presentamos algunas estrategias exitosas al respecto, llevadas a cabo por las organizaciones que visitamos, así como los diferentes enfoques que se manejan.

Cuadro 7

Estrategias utilizadas por las ONG para enfrentar el problema de la sostenibilidad

| L1 | L2 | C1 | C2 | La1 | La2 |
|--|---|-----------------------------------|--------------------------------------|-------------------------------------|--------------------------------------|
| La discusión se centra en la mejora de procesos y la distribución de gastos en la organización, más no en el recorte de servicios. | Se trabaja con diferentes sectores de población, de forma tal que se subsidia el trabajo con los sectores más pobres. Los servicios no financieros no son recortados. | No tiene una estrategia definida. | Recorte de servicios no financieros. | Recorte de personal y capacitación. | Recorte de servicios no financieros. |

Como se puede observar, tres de las organizaciones visitadas buscaron solucionar el problema de la sostenibilidad mediante el recorte de los servicios no financieros, especialmente en los componentes de capacitación, que eran los que la mayoría manejaba cuando contaban con financiamiento externo. Esta estrategia, aunque ayuda a manejar el problema a corto plazo, influye de manera negativa cuando se analizan los objetivos de la organización, específicamente si entre ellos figuraba promover las iniciativas empresariales o mejorar los negocios de los beneficiarios. Existe evidencia que prueba que el recorte de los componentes de capacitación en los programas de crédito⁵⁹ afecta negativamente el empoderamiento de las beneficiarias y el funcionamiento de sus negocios.

Algunas de las organizaciones que visitamos desarrollaron, en cambio, estrategias más creativas. Por ejemplo, cuando los programas de crédito forman parte de organizaciones que atienden otras áreas de intervención, una estrategia es convertir a las clientas en beneficiarias de aquellos programas que tienen componentes en capacitación para el manejo empresarial, liderazgo o salud.

En los casos de organizaciones que se dedican exclusivamente al crédito, se analizaron aspectos referidos a los costos que generan los procesos y a la distribución de gastos en la organización. Otra estrategia usada ha sido recurrir al subsidio, tanto de los servicios de crédito como de capacitación, segmentando el mercado que se atiende y cubriendo los gastos con las ganancias generadas mediante el trabajo con sectores menos pobres de la población.

Sobre la base del análisis de los casos, así como de la bibliografía existente sobre el tema, se identificaron cuatro variables directamente relacionadas con el buen funcionamiento de un programa: la cultura organizativa; las estrategias para promover el empoderamiento; la manera de manejar los negocios y la deserción de las socias; y la sostenibilidad financiera. Las tres últimas variables coinciden con las preguntas planteadas anteriormente, mas no la de la cultura organizativa que veremos a continuación.

59. Ver por ejemplo Oxaal y Baden, ob. cit.

Entendemos como un buen funcionamiento a la condición en la cual los objetivos del programa guardan coherencia con las estrategias que se utilizan. Esto significa que los aspectos financieros son entendidos como un componente dentro de otros que buscan alcanzar los objetivos de la organización. Esto es importante en la medida en que los programas estudiados consideran entre sus objetivos mejorar los negocios o las iniciativas empresariales de las mujeres o de los pobres y/o contribuir al desarrollo de las localidades en las que trabajan. Si bien es cierto que la sostenibilidad financiera ha cobrado mayor importancia, no se puede dejar de medir los demás aspectos clave de las organizaciones.

d) ¿Por qué es importante la cultura organizativa?

Los estudios de caso de Grameen Bank,⁶⁰ así como otros casos en los que se aplicaron modelos de microcrédito para las mujeres, demuestran la importancia de los factores subyacentes al modelo (y que no son tan divulgados) para una puesta en marcha saludable de los programas de crédito. Entre estos factores se encuentra la cultura organizativa. Los programas de crédito que trabajan con supuestos como la solidaridad y el cumplimiento de los tiempos (de pago, de compromisos y reuniones), requieren de un personal capaz de monitorear las acciones y que además se involucre en los procesos. En los casos estudiados encontramos las siguientes características referentes al tema.

Para comenzar, la mayoría de las organizaciones no trabaja el tema de la cultura organizativa. Sólo dos lo hacen (L1 y C1), utilizando una estrategia que se basa principalmente en tres puntos: discutir el compromiso de los trabajadores con la apuesta y la visión institucional; mantener una estructura pequeña con un trato horizontal; y construir herramientas de comunicación para el equipo. Cabe mencionar que La2 tiene un sistema mediante el cual sus clientas se pueden convertir en promotoras, lo cual influye en la concientización respecto de los objetivos del trabajo con las mujeres y el trato y compromiso con el buen funcionamiento de los programas.

En segundo lugar, en las organizaciones donde se presta atención a la cultura organizativa, los promotores tienden a realizar un trabajo más conciente que se refleja en el respeto a los tiempos y en un trato más equitativo con los clientes. Hasta lo que se pudo observar en las visitas y entrevistas, esto implica que en estas organizaciones las clientas muestren un mayor compromiso en cumplir los pagos, ya que el compromiso es casi personal, con la promotora y con la dirección, y es más que un simple contrato con una institución casi invisible para los clientes, como ocurre cuando no se presta atención a la cultura organizativa.

Dos casos escapan a esta generalización, ambos en Lambayeque. Sin embargo, esto tiene que ver no tanto con la organización sino con el hecho de que las personas encargadas de los programas sienten que el trabajo con las mujeres es casi un compromiso personal con las clientas, a pesar de las dificultades que sus propias organizaciones les presentan⁶¹ (recorte de personal y poca atención al programa, entre otras). Lo

60 Pankaj, Jain y Mick Moore. *What makes microcredit programmes effective? Fashionable fallacies and workable realities*. IDS Working Paper 177. Brighton: IDS Sussex, enero 2003.

61. Medir el compromiso con el trabajo fue un problema cuando se tuvo que analizar la información. La evidencia que sustenta estas afirmaciones se basa en las entrevistas y observaciones del trabajo

anteriormente señalado no hace más que comprobar que el compromiso de los promotores y ejecutores de los programas con los objetivos de trabajo aumenta el rendimiento y la entrega al trabajo.

A diferencia de lo anteriormente mencionado, cuando no se trabaja la cultura organizativa se observó que los promotores descuidan el trabajo con las clientas, aunque prestan mucha atención al papeleo o a los informes que se entregan a la organización. Tiempos de espera de dos horas para comenzar las reuniones y el incumplimiento en los horarios de atención fueron los comportamientos más comunes. En los casos más extremos, debido a las exigencias institucionales de manejar un número de bancos o de clientas, se recurría a proponer juntar grupos de personas desconocidas entre sí, lo cual está completamente en contra de los principios de la tecnología utilizada por la organización.

Es necesario trabajar los temas relacionados con la cultura organizativa, en especial aquellos referidos a fomentar el compromiso con los objetivos del programa y con la población que se atiende, así como la idea de servicio.

Cuando el personal asume los objetivos de la organización como suyos, su dedicación y atención a los detalles del trabajo y a la salud de los negocios y de los bancos mejora.

3.2.2 Lecciones del trabajo de las ONG

Como se ha podido observar, la práctica de las ONG varía no sólo en relación con la tecnología crediticia utilizada sino a los discursos sobre el trabajo con las mujeres. Existen diferentes estrategias de trabajo que dependen de si la organización trabaja el crédito con mujeres y las reconoce como beneficiarias directas, apostando a cambiar las relaciones de género o su situación de desventaja, o si lo hace porque son microempresarias pobres o porque busca beneficiar a las familias pobres. Además, se ha notado que no sólo las estrategias varían sino también los resultados.

Cuatro puntos aparecen como los más importantes en las organizaciones que ofrecen microcrédito a las mujeres: las estrategias para el empoderamiento; la sostenibilidad financiera; el manejo de los negocios y de la deserción de las socias; y la cultura organizativa. De la observación de los seis casos presentados se pueden obtener algunas lecciones respecto de las cuatro variables mencionadas.

a) Sobre el empoderamiento

El crédito por si solo no otorga poder. Que una mujer acceda a un préstamo no significa que lo usará para su beneficio ni en un negocio propio. De ahí la necesidad de monitorear cuidadosamente el destino del préstamo. En términos más prácticos, el mal uso del

de las funcionarias. Se observó que ellas realizan su trabajo en largas jornadas que muchas veces implican descuidar sus relaciones familiares o asumir largas jornadas de viaje, aún en estado de gestación. Cuando se les preguntó por qué trabajaban de esa forma, teniendo otras opciones, ambas sustentaron su trabajo en la importancia de atender a sus clientas, sobre quienes se referían de manera casi personal.

40 préstamo genera también problemas en el repago. Si la persona que recibe el préstamo no lo usa para sí misma, existen más posibilidades de que tenga problemas para devolverlo. Por otro lado, si se trata de personas de bajos ingresos y este dinero no se usa en una actividad que tenga posibilidad de retorno, también es más difícil que el préstamo pueda ser devuelto.

Por otro lado, tener un negocio no siempre aumenta los niveles de autoestima o de consideración de parte de la familia. Por lo tanto, si se quiere mejorar esos aspectos, se debe desarrollar estrategias para que los negocios funcionen de manera saludable y generen ganancias.

Por último, la mayor parte de los estudios sobre el empoderamiento señalan que la salud de las organizaciones de mujeres juega un papel importante para el aprendizaje de las habilidades de negociación de sus propios intereses. Por lo tanto, éste es un aspecto al que se le debe prestar especial atención.

b) Sobre los negocios y la deserción

Según las estrategias usadas por algunas organizaciones, es de vital importancia identificar los problemas reales de la organización, así como reconocer las heterogeneidades de los clientes. No se puede implantar una tecnología y productos iguales a poblaciones disímiles (como clientes urbanos y rurales) o con diferentes niveles de ingresos, entre otras características.

Si se trata de disminuir los problemas de morosidad y de rendimiento de los negocios, una estrategia empleada por las ONG es la de monitorear los negocios y elaborar sugerencias sobre sus giros, especialmente si tomamos en cuenta que la falta de pago no siempre es un problema de intención sino de capacidad para realizarlo.

c) Sobre la sostenibilidad

El problema de la sostenibilidad no siempre se soluciona ampliando la base de los clientes y recortando los servicios no financieros para reducir los gastos. Es posible pensar en soluciones alternativas, como financiar estos servicios a través de otras fuentes o diversificar los tipos de clientes que se atienden.

d) Sobre la cultura organizativa

Una buena atención a la cultura organizativa genera mejores niveles de trabajo, un mayor grado de cumplimiento y un progreso en el monitoreo de las beneficiarias. Aparentemente, prestar atención a este tema disminuye los problemas en la organización.

Por otro lado, la atención a la cultura organizativa no sólo es importante para la organización en sí misma sino también para las beneficiarias. Trabajar con los promotores acerca de los objetivos del programa de crédito, buscando crear conciencia sobre ellos, mejora la atención a las clientas, lo que a su vez se refleja en una mejor relación de éstas con la organización (un mayor compromiso para el repago, por ejemplo).

4. LAS CLIENTAS: PERCEPCIONES SOBRE EL CRÉDITO

41

En esta sección se presentan las percepciones de las usuarias de las seis organizaciones visitadas sobre el crédito, sus beneficios y limitaciones.

4.1 Características de las personas entrevistadas

En Lima se trabajó principalmente con mujeres. Las organizaciones que estudiamos trabajan en dos áreas de la ciudad. En el caso de L1, los bancos funcionan en el cono este de la capital y las mujeres viven en Villa El Salvador y San Juan de Lurigancho (en los pueblos jóvenes Huáscar y Mariscal Cáceres). En el caso de L2 se trabaja con mujeres y con algunos varones (socios y/o esposos de las socias de bancos) que viven en Independencia (El Ermitaño), Los Olivos y San Martín de Porres (Los Libertadores).

Existen diversos componentes que generan heterogeneidad en las dos organizaciones de Lima. En L1, por ejemplo, mientras que casi todas las socias de Villa El Salvador manejan negocios que requieren capitales medianos y que tienen ganancias, en San Juan de Lurigancho, la mayoría de los negocios es de subsistencia: pequeñas tiendas de abarrotes o venta de comida, incluso ambulatoria. De igual manera, en L2, mientras que los casos en Los Olivos y San Martín de Porres se refieren a mujeres que tienen negocios pequeños, pero que generan algún tipo de ganancia (principalmente en el rubro comercio), en el caso de las mujeres de Independencia, manejan también negocios pequeños o trabajan en la confección de calzado, pero generalmente obtienen pocas ganancias o sólo sirven para subsistir.

En el caso de Cusco, las heterogeneidades se presentaron por el lado de las poblaciones atendidas por cada ONG. Mientras que en C1 la población está principalmente compuesta por mujeres que viven en comunidades alejadas de la capital de la región, en C2 las personas atendidas son más bien mujeres urbanas de diversos sectores: zonas urbano marginales y de los alrededores de los lugares turísticos.

La mayoría de las beneficiarias de C1 es quechua hablante, y aunque algunas entienden el castellano, hablan casi exclusivamente el quechua. Además, sus negocios son principalmente de comercialización de animales y productos que llevan de sus comunidades a otras más cercanas a la capital. Sus viviendas están alejadas de la capital, pero se ubican en comunidades cercanas a centros poblados mayores.

Las beneficiarias de C2 dirigen negocios de venta diversa. Sin embargo, varias se dedican a la comercialización de artesanías y recuerdos. Manejan bien el castellano, aunque también conocen el quechua. Viven en lugares cercanos a la capital, donde la movilidad es muy fácil.

En Lambayeque, ambas organizaciones atienden a poblaciones en sectores urbano marginales y rurales, tanto en Lambayeque como en la zona norte de Cajamarca.

Las mujeres de las zonas urbano marginales manejan pequeños negocios, principalmente de venta de comida. Varias que pertenecen al banquito se dedican a la misma actividad —la venta de comida en sus casas—, aun cuando viven cerca las unas de las otras. Esto aumenta la competencia y genera pocos ingresos. Según las entrevistadas, generalmente sus ingresos sólo alcanzan para cubrir los gastos de la alimentación diaria o las raciones para alimentar a la familia; a veces se separa una parte de lo que se cocina para la venta.

42

En los casos de las poblaciones rurales, las mujeres se dedican a diversos negocios, desde la venta de comidas y abarrotes hasta el cultivo de productos y la comercialización de los mismos. Otras trabajan en el procesamiento de lácteos para la venta.

En todas las regiones se encontraron algunos casos, minoritarios, en los que las mujeres simplemente son un instrumento para conseguir una fuente de financiamiento, ya que los préstamos se destinan a los negocios de sus hijos o esposos. En algunos de estos casos, fue posible entrevistar al esposo de la socia para saber qué piensa del crédito y de su esposa. Otros casos en los que se conversó con varones fueron aquellos en que éstos eran socios de los bancos y se encontraban en sus negocios cuando los visitamos. No obstante, el número de beneficiarios varones de los proyectos resultó muy pequeño para hacer algún tipo de caracterización.

A pesar de estas heterogeneidades, hemos tratado de presentar, sobre la base de la información recurrente en algunos aspectos (como las lecturas sobre los beneficios y las limitaciones del crédito), los cambios o continuidades que las beneficiarias han observado en sus negocios y en las relaciones con sus familias y su localidad.

Una vez más, es necesario aclarar que el objetivo de esta sección no es medir el impacto del crédito en las clientas, ya que esto requeriría contar con instrumentos cuantitativos y cualitativos, así como con líneas base con una información similar (aspectos que no han sido incluidos en este documento), sino más bien dar a conocer la opinión de las clientas sobre el crédito, para contribuir a la reflexión sobre la heterogeneidad y los supuestos clave en el tema del impacto del crédito.

4.2 Razones para ingresar a un programa de crédito

Según las entrevistas, las razones por las cuales las mujeres ingresan a los programas de crédito son diversas. Sin embargo, todas giran alrededor de tres necesidades: la necesidad de generar ingresos para sus familias; la de ampliar negocios ya existentes unida a un deseo de crecimiento personal; y la necesidad del cónyuge de conseguir financiamiento.

En el primer caso, algunas mujeres tenían negocios muy pequeños o realizaban cualquier tipo de actividad en busca de ingresos, al momento de enterarse de la existencia del programa de crédito. Al empezar a trabajar con él, generaron una actividad principal con el préstamo recibido. Muchas sintieron temor al comienzo, debido a que no tenían experiencia en el manejo de un negocio, del dinero o de las cuentas. En esos casos, generalmente el dinero recibido sirvió para el negocio y en parte para subsanar algún problema en particular.

Estos casos no solamente se refieren a madres jefas de familia sino también a mujeres cuyas parejas habían perdido el empleo o vivían alguna circunstancia en la que necesitaban dinero. Un común denominador de los casos fue su ubicación: todas pertenecían a sectores urbano marginales muy pobres o a zonas rurales.

Respecto a la necesidad de crecer en términos personales mediante los negocios, las mujeres cuyos negocios se han ampliado desde que empezaron a trabajar con los programas de crédito, revelan que si bien es cierto que necesitaban el dinero, querían crecer a través de sus negocios y a veces volverse más independientes del esposo. En algunos casos, esto último obedeció a situaciones de maltrato, aunque en la mayoría era una simple búsqueda de independencia respecto a los cónyuges, tratando de tener algún

dinero que pudieran manejar ellas solas. Estos casos correspondieron principalmente a Lima y a las zonas más urbanas de las capitales de las regiones visitadas.

Por último, cuando eran los esposos quienes necesitaban financiamiento (que fueron muy pocos casos), las promotoras llegaban a la zona ofreciendo el crédito a personas a las que les era difícil obtenerlo, sea por su precariedad económica o porque existía cierta aversión al riesgo que implicaba pedir un crédito formal. Muchas de las personas entrevistadas mencionaron haber sentido temor a solicitar un crédito ante una entidad formal. Como los créditos que se ofrecen a las mujeres no exigen muchas garantías, aparentemente son más fáciles de obtener. En estos casos se observó que algunas mujeres trabajaban en los negocios de sus cónyuges de manera informal y sin pago. En otros, el dinero se destinaba a los esposos o hijos con negocios independientes.

Según los casos observados, los negocios más grandes son aquellos manejados por mujeres que empezaron motivadas por el deseo de ampliar sus negocios y crecer personalmente y de manejar el dinero de forma independiente.

4.3 Los beneficios del crédito

Existe mucha heterogeneidad en lo que las beneficiarias consideran como los beneficios del crédito. Esto depende de si ellas manejan los negocios; si participan en las decisiones del hogar; y si han tenido o no éxito en sus actividades.

En el primer caso, cuando las beneficiarias controlan el negocio, el primer punto beneficioso que mencionan es que gracias al crédito, el negocio creció. En estos casos también se señala como importante que la organización les permitió tener un grupo con el cual juntarse y compartir. El crédito otorgado por las ONG es considerado una gran ayuda, un componente que les ayudó a mejorar su vida. En cambio, cuando las mujeres no manejan los negocios (porque éstos son de sus esposos o hijos), sólo reconocen la importancia de contar con un aporte económico y el crédito es percibido como una ayuda más.

Manejar el negocio no implica automáticamente que las mujeres participen más en la toma de decisiones en el hogar. Para muchas mujeres, tener algún grado de participación en esta toma de decisiones significó un gran paso. En los casos en que este hecho se mencionó, el avance no implicaba un mayor grado de negociación con la pareja. Por el contrario, contar con un dinero y poder manejarlo solas, implicaba que las mujeres pudieran cubrir ciertos gastos sin tener que consultar al esposo. Cuando las mujeres no tenían pareja, no se mencionó cambio alguno al respecto.

El éxito de los negocios sí fue visto como un punto importante en el aumento de la sensación de bienestar de las beneficiarias. En los casos en que los negocios habían crecido, ellas se sentían orgullosas de su trabajo y consideraban que el éxito había redundado en su beneficio y en el de sus familias.

Aunque la mayoría de las organizaciones asume que el crédito ayuda a aumentar los niveles de autoestima de los clientes (tanto hombres como mujeres), no se encontró evidencia que apoyara tal afirmación. La evidencia al respecto tenía mayor relación con el éxito del negocio y el aprendizaje de nuevas habilidades que con el hecho de recibir el crédito por sí solo. Esto, a su vez, tiene un vínculo directo con las diferencias en las razones por las cuales se solicitó el crédito y el manejo que se hizo de éste. Los casos analizados nos muestran lo siguiente.

44

En primer lugar, si el dinero se invirtió en negocios con muy poco o ningún margen de utilidad, aunque éstos sirvieran como una estrategia para disponer de una parte de la mercancía en venta o de la comida para la familia (y con eso cubrir las necesidades básicas), las mujeres percibían ese aporte simplemente como una ayuda. No se encontró que esto sirviera para que ellas se sintieran más valoradas o tuvieran una mejor visión acerca de sí mismas. Esto ocurrió tanto en las zonas urbano marginales como en las zonas rurales.

En cambio, cuando se trató de negocios que habían crecido y cuando las mujeres se habían sentido motivadas para generar un ingreso propio al recurrir al programa de crédito, los resultados fueron distintos.

4.4 La autoestima y el empoderamiento

En las entrevistas con los funcionarios de los programas, la mayoría entendía el empoderamiento como un proceso mediante el cual las beneficiarias mejoran sus niveles de autoestima y sus capacidades de negociación e influyen más en la toma de decisiones en sus hogares; algunos mencionaron también el ámbito público. Sin embargo, como se mencionó en la sección anterior, pocas organizaciones usan estrategias par alcanzar tales objetivos, ya que la mayoría asume que el acceso al crédito por sí mismo genera tal impacto.

La interrogante que esperamos resolver en esta sección es si existen diferencias entre lo que las usuarias consideran que son los beneficios de un programa de crédito, lo que piensan los funcionarios de las ONG y el empoderamiento, tal como se lo define en el marco teórico de este trabajo. Recordemos que se asumieron tres variables en la definición de esta categoría: el potencial económico, el bienestar y la participación social y política.

Cuadro 8

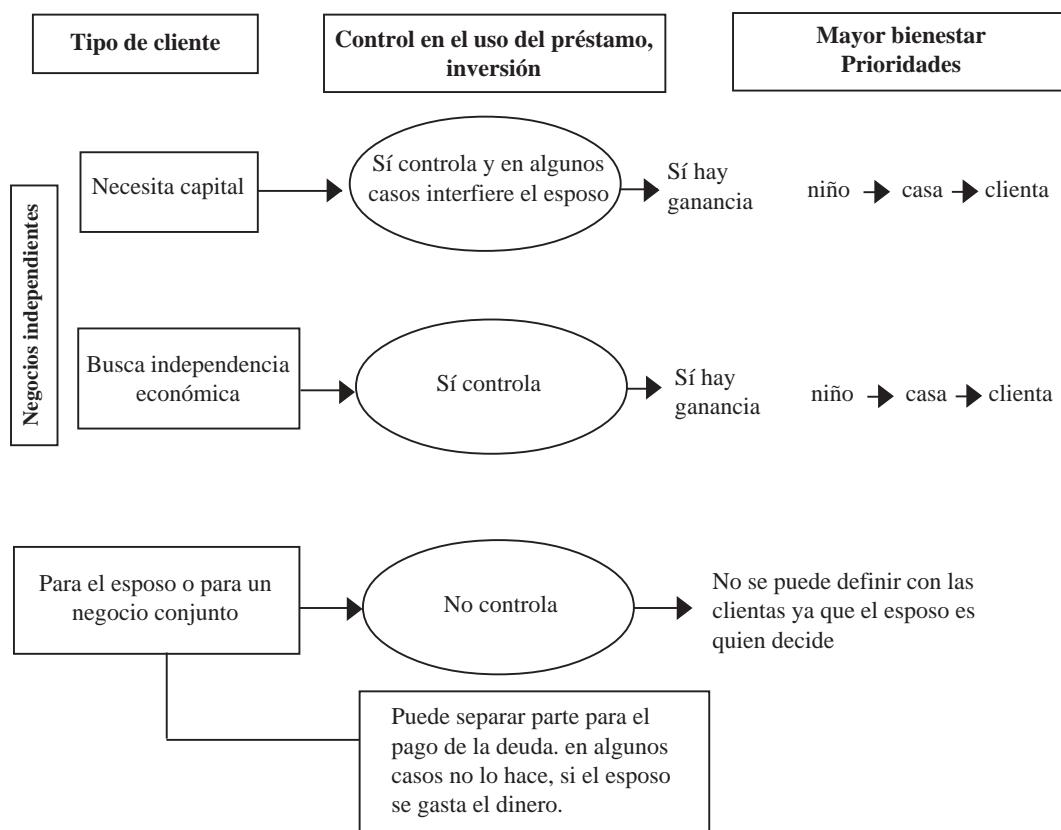
Potencial económico, bienestar y participación social y política: definiciones

| Potencial económico | Bienestar | Participación social y política |
|--|---|--|
| Control en la toma de decisiones respecto al uso de sus préstamos. | Incremento del gasto en su propio bienestar y en el de sus hijos. | Poder de negociación en el hogar, movilidad y acceso al conocimiento y las redes de apoyo. |
| Destino de la inversión, control sobre el ingreso del hogar. | | Habilidades para proteger sus intereses individuales y colectivos. |

Empecemos por señalar algunos de los principales hallazgos. En primer lugar, los indicadores que comprendían la variable de potencial económico están directamente relacionados con la sensación de bienestar de parte de las beneficiarias. En segundo lugar, la variable de participación social y política no aparece como relacionada en la mayoría de los discursos; depende más del funcionamiento del banquito, de la organización creada para recibir el crédito y de los servicios no financieros que brinda la organización. Debido a esta particularidad, desdoblaremos el análisis de los casos en dos partes: respecto de las percepciones sobre el potencial económico y el bienestar y respecto de la participación social y política.

El gráfico 8 ilustra las homogeneidades encontradas entre los tres tipos de beneficiarias, según las razones por las que se empezó a usar el crédito, el potencial económico y el bienestar.

Gráfico 8
Homogeneidades según el tipo de beneficiaria en el uso del préstamo



Como podemos observar, se ha tratado de identificar tres tipos de situaciones clave a partir de las razones por las cuales las clientas recurrieron al programa de crédito, aclarando además si los negocios son manejados por ellas mismas, por sus esposos o en conjunto. Esta información cruzada con los indicadores de control del crédito y de bienestar nos indica que existen diferencias de acuerdo a quien controla el crédito (y no sólo a quien lo solicita) y quien controla el negocio. Además valida la relación entre el

46 manejo del dinero y la mejora o no del bienestar en las familias. Sin embargo, en lo que respecta al bienestar de las mujeres, esta relación no es clara.

Existe un componente que podría representar algunas diferencias en las lecturas: el ahorro. Se observó que en los casos en el componente del ahorro es incluido en el préstamo, éste puede utilizarse para enfrentar situaciones de emergencia, mejorar el hogar y atender cuestiones que las mujeres no consideran como primordiales entre sus preferencias de gasto, como son su salud (cuando no se trata de enfermedades graves) o el vestido.

Definitivamente, existe un orden de preferencias en los gastos. Los que las mujeres consideran más urgentes son los de los hijos, el esposo, el hogar, y en último lugar, sus propios gastos. Esto guarda relación con la abundante bibliografía sobre las representaciones de la feminidad en el Perú,⁶² que indica que la imagen que las mujeres tienen de sí mismas se construye de manera predominante siguiendo un modelo de mujer que es madre, hacendosa y sacrificada. Esta forma de caracterizar a una buena mujer se puede observar en los diferentes espacios regionales y guarda una relación directa con las concepciones respecto a la distribución de los beneficios del crédito. Como hemos observado en el gráfico 8, la distribución de los gastos ilustra las preferencias en el gasto de las madres y adónde llegan los beneficios del crecimiento de los negocios.

Un punto final es que, según las mujeres entrevistadas, la forma en que se reparten los gastos no depende tanto del crédito en sí mismo sino del crecimiento de los negocios. Nuevamente, aparece evidencia que apunta a reforzar la idea de que no es el crédito por sí solo el que tiene un impacto sino el crecimiento de los negocios. El crédito sirve en la medida en que facilita las condiciones para que el negocio crezca, al brindar la posibilidad de acceder a un capital que probablemente no se hubiera obtenido de otra forma. Sin embargo, los beneficios mayores se observan cuando el negocio crece y no en el momento en que se accede al préstamo.

Esto significa que si la ONG busca mejorar la distribución de los gastos o un mayor beneficio para las familias atendidas, debería prestar atención a los negocios mediante el seguimiento del uso del préstamo y de la salud de los negocios que llevan a cabo las beneficiarias.

4.5 La participación social y política

Según la evidencia encontrada, las variables vinculadas con los beneficios del crédito en la participación social y política no guardan una relación directa con el crédito sino con la salud de la organización generada para recibirlo.

Entonces, los beneficios varían dependiendo de si las organizaciones se reúnen sistemáticamente, si las directivas rotan y si las beneficiarias participan directamente en el proceso de conducción del banco (es decir, si los promotores lo permiten o impiden). Por otro lado, se ha encontrado que la participación del grupo en obras comunales depende del grado en que están involucrados los varones de las localidades visitadas.

62. Ver por ejemplo Norma Fuller, *Los dilemas de la feminidad: las mujeres de las clases medias*. Lima: PUCP, 1993.

Sin embargo, no se ha encontrado evidencia que apunte a que alguna de estas variables afecta el poder de negociación de las socias en el hogar o la movilidad, aunque sí influyen en el acceso a las redes y en las habilidades para proteger sus intereses individuales y colectivos.

Como se ha señalado antes, la formación de grupos organizados de mujeres ha sido interpretada como una forma de brindar espacios para la participación pública y de fortalecer las capacidades de propuesta y liderazgo de las mujeres. En los casos estudiados se ha encontrado que el impacto ha sido más fuerte en el segundo elemento.

A veces las ONG descuidan el cumplimiento de las reuniones del banco, y a pesar de que la importancia de las organizaciones se defiende en el discurso, en la práctica el espacio y la organización se dejan de lado. Esto se observó principalmente en C2, mientras que en L2 y C1 estos espacios son utilizados para el trabajo del banquito, para la capacitación y para promover el intercambio de ideas entre las socias. En La1 y La2 estos espacios se usan no sólo para el trabajo del crédito y para la capacitación en gestión sino también para promover otras actividades, como la construcción de locales.

Cuando el espacio organizativo es respetado y apoyado por las ONG, se convierte en un espacio en el cual las mujeres y los varones aprenden nuevas capacidades. Esto depende también del grado de libertad que los clientes (tanto hombres como mujeres) tengan para participar. En un escenario en el que el promotor acompaña y asesora, las clientas discuten cada una de las decisiones que se toman en el proceso del banquito: verifican los datos, averiguan a quién se le dan préstamos de cuenta interna y están al tanto del ingreso de nuevas socias. Muchas veces esto lleva a que por primera vez, algunas de las participantes encuentren un espacio donde opinar.

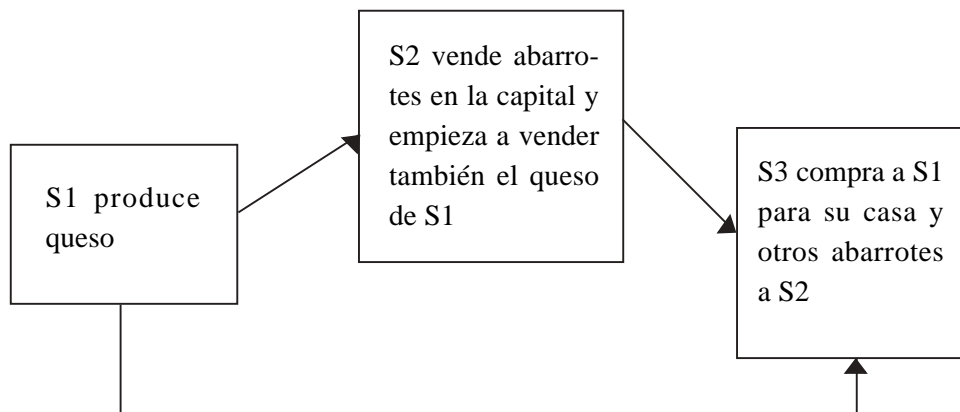
Por otro lado, un elemento sólo llevado a la práctica por L1, aunque la mayoría de las organizaciones lo maneja en el ámbito del discurso, es la rotación de directivas. En los bancos de L1, el principio de rotación de directivas es obligatorio. En este caso, la mayoría de las mujeres entrevistadas señaló que esto las había forzado a perder timidez, a sentir mayor seguridad sobre sus opiniones y a aprender cómo llevar cuentas y manejar cheques (algunas lo habían hecho por primera vez con el banco), entre otras habilidades. Todo esto generó una sensación de bienestar y reconocimiento, especialmente entre quienes nunca antes habían tenido un cargo directivo.

Algunos varones también mencionaron que el hecho de formar parte de los banquitos y de las directivas les había ayudado a participar y perder timidez. Ninguno indicó haber aprendido nuevas habilidades, como en el caso de las mujeres.

Respecto a la posibilidad de tomar decisiones y de negociar en el hogar, la mayoría de las socias afirmó que esta situación no cambió con el crédito y que más bien se mantuvo constante. Lo mismo ocurrió con la movilidad. Quienes no tenían problemas con ella, seguían sin tenerlo luego de entrar al programa de crédito; para quienes sí lo tenían, este programa representó una oportunidad de poder salir del hogar con una “excusa”, pero no aumentó el grado de negociación o de poder de decisión respecto a su propia movilidad.

En lo que respecta al desarrollo y el fortalecimiento de las redes entre las socias y los socios se encontró dos tipos de impacto. En primer lugar, las jóvenes o las personas nuevas en el manejo de negocios reportaban haber aprendido de los consejos de las socias mayores o más experimentadas. En segundo lugar, algunas socias habían conseguido crear redes para comercializar productos, como se ilustra a continuación.

Gráfico 9
Redes de comercialización entre las clientas



Con estos intercambios se generan redes comerciales entre las socias del banco. Las que no son socias, pero tienen negocios similares, quedan fuera de la red. Éste no es un caso común, ya que se relaciona con el tipo de trabajo que se haya realizado para fortalecer a la organización. Si la ONG descuida el espacio, no cumple con los horarios de las reuniones o reúne a las socias sólo para revisar los pagos, los lazos entre ellas son más débiles y los beneficios no esperados se limitan.

Por otro lado, en algunos lugares donde los socios varones estaban más involucrados, se había logrado realizar obras comunales valiéndose del banquito, como en el caso de Niepos, en Cajamarca, donde los socios y las socias habían construido un local para el banco comunal, que además servía para las reuniones de la comunidad.

4.6 Los límites de la participación en los bancos

En varios casos, las beneficiarias reportaron tener problemas con las juntas directivas. Esto había implicado, algunas veces, el cierre de los banquitos o que algunas personas se retirasen de ellos. Se encontraron casos específicos de miembros de la junta directiva unidos por lazos de parentesco, quienes cubrían las irregularidades en los pagos sin que el resto de las socias tuviera conocimiento del hecho. Cuando la promotora se enteró del problema, la acumulación de la deuda era muy grande y muchas socias optaron por salir del banquito.

En este caso hay dos problemas específicos. El primero es el grado de parentesco de los miembros de la junta directiva. Si bien es cierto que en las localidades pequeñas es difícil evitar que el banco esté conformado por familiares, los casos parecen indicar que es necesario tener sumo cuidado cuando se forman las juntas directivas. El segundo problema es el monitoreo de parte de las ONG: considerando que estas organizaciones tienen especial cuidado respecto a los lazos de parentesco en los banquitos comunales, se hubiera esperado que el control fuera mayor en el caso de las directivas.

Por otro lado, uno de los componentes que facilita el manejo del riesgo de parte de las clientas del banco es que los bancos se conforman con personas que se conocen entre sí y manejan un conocimiento informal de la historia crediticia de las socias. Sin

embargo, las ONG requieren de un número mínimo de socias para que el banco pueda funcionar, lo que en algunos casos obliga a las socias a buscar personas que no conocen demasiado o a las promotoras a incorporar y avalar a personas no conocidas por el resto. Esto generalmente ocasiona problemas de morosidad.

Por último, existe una serie de demandas respecto a que los plazos otorgados a las socias se diferencien, según el rubro del negocio, lo cual facilitaría las opciones de pago de las beneficiarias. Esto nos lleva a considerar los procesos de circulación del dinero en manos de las beneficiarias: toma por ejemplo más tiempo recuperar el dinero si el rubro en el que éstas se desempeñan es el de la producción de calzado que si éste es un negocio de abarrotes. Por otro lado, las demandas en torno a los montos también son distintas, según el tamaño del negocio. A pesar de estas diferencias, la mayoría de las organizaciones trabaja de manera homogénea con sus diferentes tipos de clientes, lo cual en algunos casos lleva a que las clientas caigan en mora.

5. CONCLUSIONES

La bibliografía sobre el microcrédito y las mujeres nos presenta un intenso debate sobre los paradigmas de la intervención, las apuestas políticas, las concepciones de desarrollo y los distintos énfasis en los componentes de cada una de estas apuestas.

De hecho, existe una relación entre los conceptos de desarrollo, los paradigmas de intervención de las financieras y de los operadores de los programas de crédito, y los efectos del microcrédito en las beneficiarias mujeres. Existe evidencia, sustentada en la comparación de diversos estudios de impacto, que relativiza la noción de que el crédito es una receta para todos los grupos pobres o para todas las mujeres pobres, ya que es posible que una gran parte de lo que se considera el impacto positivo de los programas de crédito se deba más al tipo de usuario de estos programas que a los proyectos en sí mismos.

La evidencia presentada por diferentes estudios es suficiente como para cuestionar varias de las supuestas relaciones causa-efecto entre el microcrédito, el empoderamiento o el aumento de bienestar entre las beneficiarias. Por ejemplo, se puede afirmar que muchos de los beneficios relacionados con el empoderamiento de las mujeres no se vinculan al crédito en sí mismo sino más bien a otros servicios anexos a los financieros, así como a las ventajas que implica la formación de grupos de mujeres. Los diversos conceptos del empoderamiento generan mayor distancia entre los paradigmas existentes.

Por otro lado, la Academia y los operadores de proyectos homogenizan, tanto en su origen como en su funcionamiento, al universo de las ONG que trabajan con crédito para las mujeres en el país. Los datos encontrados demuestran que estas organizaciones tienen un origen y una evolución heterogéneos, lo que genera dificultades al momento de realizar una medición estandarizada de sus actividades e impactos. Por ejemplo, algunas se crearon con objetivos directamente relacionados con la promoción de las actividades empresariales y de microfinanzas, mientras que otras trabajaban en otras áreas e incursionaron en el tema debido a la oferta de financiamiento externo. Las experiencias generaron que algunas ONG abandonaran su trabajo en el campo y crearan Edpyme, diferenciando su rol como ONG del de estas nuevas entidades financieras.

50 Otras cambiaron de población objetivo, ampliando su atención a los microempresarios en general y dejando de lado el enfoque de trabajo exclusivo con las mujeres.

El trabajo de las ONG cuya población objetivo son sólo las mujeres se fundamenta en dos paradigmas principales, que son la base de sus objetivos y de los componentes de sus programas de crédito. Un primer grupo justifica su trabajo porque considera a las mujeres como las más pobres, buscando aliviar la pobreza; un segundo grupo, aunque toma afirmaciones del primero, enfatiza el objetivo del empoderamiento. La población atendida por estas ONG se compone principalmente de mujeres urbanas con pequeños negocios, y en menor medida, de mujeres rurales. Además, las organizaciones cubren casi todo el país.

A pesar de las diferencias entre las ONG estudiadas, éstas comparten tres problemas: cómo conseguir el empoderamiento de las beneficiarias; cómo mantener los negocios y evitar las deserciones; y cómo lograr la sostenibilidad. De acuerdo a las estrategias utilizadas por las organizaciones, se pudo identificar algunas prácticas mejores que otras para solucionar dichos problemas.

Sobre el empoderamiento, el primer paso es cuestionar los supuestos que subyacen tras las intervenciones, porque la evidencia demuestra que no existe una relación directa positiva entre el acceso al crédito y el empoderamiento. Por lo tanto, si una organización pretende alcanzar tal fin, deberá generar una estrategia que vaya más allá de proveer un acceso al crédito y que implique acciones en diversos aspectos, entre los que resaltan el cuidado y el monitoreo de las organizaciones generadas por los programas de crédito y de los negocios y el destino del crédito, acompañados de la provisión de servicios no financieros, como el manejo de los negocios y la autoestima, entre otros.

El problema de la deserción está directamente relacionado con la salud de los negocios formados con el crédito, ya que la morosidad no sólo tiene que ver con la intención de pago sino también con la posibilidad de pago de las socias. Los programas que mejor manejan este problema son aquellos que mantienen un componente de asesoría y monitoreo de los negocios y que diseñan mecanismos de acuerdo a las diferentes necesidades de sus beneficiarios.

La sostenibilidad medida sobre la base de la ONG es mejor alcanzada por aquellas organizaciones que diversifican sus productos, atendiendo a los clientes de diferentes estratos con productos distintos que permiten subsidiar el crédito para los estratos más pobres. Se ha podido comprobar que para que una ONG sea sostenible no siempre se debe recortar la oferta de servicios no financieros, en la medida en que se puede buscar fuentes financieras alternativas para dichos servicios o convertir a los beneficiarios del crédito en beneficiarios de otros programas.

Un problema no planteado por los funcionarios, pero que tiene una importancia similar a los anteriormente mencionados, es el de la cultura organizativa. Se ha comprobado que la atención a este tema genera mejores niveles de trabajo, un mayor cumplimiento y que mejora el monitoreo de las beneficiarias. Este aspecto es también importante para estas últimas. Trabajar con los promotores acerca de los objetivos del programa de crédito, buscando crear conciencia sobre ellos, mejora la atención a las clientas, lo que a su vez se refleja en una mejor relación de éstas con la organización (un mayor compromiso para el repago, por ejemplo).

En cuanto a las experiencias referidas a la relación entre las ONG y las organizaciones sociales de base, éstas revelan que aunque existe una creencia, algo generalizada,

de que el microcrédito es una buena receta para sacar a los pobres de su situación de precariedad económica, y entre ellos a las mujeres pobres, esto no siempre es así. Básicamente, no todos los pobres ni todas las mujeres pobres tienen las capacidades y cualidades para llevar adelante negocios exitosos. Asumir que el crédito es una receta que se puede aplicar a todos los pobres o mujeres pobres, ha llevado a considerar que otorgándole crédito a las mujeres, ellas conducirán adecuadamente sus negocios y podrán devolverlo, lo que en la práctica no ocurrió en los casos revisados. Cuando las clientas no pudieron devolver los préstamos, aparecieron los discursos asistencialistas que legitimaron este hecho. Esto implicó que se presentaran altas tasas de morosidad y pérdidas en las ONG. El contexto económico y político cobra entonces una importancia fundamental. Finalmente, un banco comunal o un grupo solidario tiene un objetivo económico distinto al que persiguen las personas que forman parte de una OSB. Mezclar ambos fines no es saludable para el funcionamiento de un programa de crédito. Por lo tanto, asumir que las experiencias exitosas pueden reproducirse de manera masiva es un grave error.

Otro aspecto que se debe considerar es que, según los casos estudiados, la población atendida por las ONG suele ser heterogénea en cuanto al tipo de negocio, el rendimiento de éste y el origen de la población (urbano o rural). Esta heterogeneidad se presenta además en la población beneficiaria de cada ONG. Sin embargo, pocos programas de crédito diseñan y utilizan mecanismos que se adecuan a las necesidades de cada tipo de cliente.

Las razones por las cuales se solicita un préstamo pueden ser clasificadas en tres: a) generar ingresos para la familia (y por lo tanto desarrollar cualquier negocio que pueda ser emprendido con el crédito); b) ampliar un negocio ya existente y crecer en términos personales; y c) apoyar las actividades que realizan los familiares (principalmente el esposo y los hijos varones). Esta variación se vincula con la opinión de las socias sobre los beneficios del crédito. Se encontró que las percepciones más positivas provenían de las socias que habían solicitado el crédito para ampliar sus negocios y de aquellas cuyos negocios eran más exitosos (dos variables que se encontraron juntas en la mayoría de los casos).

Otros de los hallazgos principales es que no todas las mujeres que acceden al crédito toman decisiones sobre el uso de su préstamo y que el destino de las ganancias producto del préstamo es generalmente el mismo: en primer lugar, cubrir las necesidades del hogar, y en segundo lugar (y de ser posible), cubrir las necesidades de las mismas mujeres (incluso las de su propia salud). Por otro lado, es más probable que las mujeres usen el dinero para ellas mismas en los casos en los que existe un componente de ahorro en el programa de crédito.

Finalmente, respecto de los componentes de participación social y política, sólo se encontró impactos positivos en las socias de los programas en los cuales se tenía especial cuidado en la salud de las organizaciones generadas para recibir los préstamos (los bancos o los grupos solidarios). Estos beneficios van desde la generación de redes de intercambio de conocimientos y servicios hasta la generación de habilidades. No se encontró ninguna evidencia sobre una relación directa entre el acceso a crédito y el empoderamiento.

De lo anterior se puede concluir que la supuesta relación causal entre el crédito y el bienestar de las beneficiarias (económico, social o político) debe discutirse y revisarse,

52 ya que no existe evidencia que la sostenga. La evidencia más bien señala que el crédito no parece ser una receta aplicable a todas las mujeres pobres y que el acceso a este componente no siempre genera un impacto positivo. Es más, el resultado positivo tiene que ver, en muchos casos, más que con el crédito en sí mismo con otros factores, como las razones que llevaron a solicitarlo, el tipo de servicios no financieros que reciben las socias y la salud de las organizaciones.

Si bien es cierto que no se puede ignorar los problemas de sostenibilidad de los programas, la receta de reducir sus costos recortando los servicios no financieros, debe ser debatida de acuerdo a los objetivos de cada uno de los programas. Nuestra investigación demuestra que los programas que incluyen componentes de cultura organizativa, monitoreo y servicios no financieros tienen un impacto más positivo que aquellos que no lo tienen.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

53

AGUILAR, Giovanna y Gonzalo CAMARGO

2004 “Análisis de la morosidad en las instituciones microfinancieras del Perú”. En C. Trivelli *et al.*, *Mercado y gestión del microcrédito en el Perú*. Lima: CIES, GRADE, CEPES, IEP.

BAKER, Judy

2000 *Evaluating the impact of development projects on poverty*. Washington, D.C.: Banco Mundial.

BANCO MUNDIAL

2002a *Empowerment and poverty reduction: a sourcebook*. PREM. Washington, D.C.: Banco Mundial. En www.worldbank.org/poverty/empowerment/sourcebook

2002b *The gender dimension of bank assistance: an evaluation of results*. Operations Evaluation Department Document of the World Bank. World Bank Report no. 23119, 17 de enero del 2002.

BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO

1999 *El desafío de la integración: informe al directorio ejecutivo sobre la ejecución del plan de acción sobre la mujer en el desarrollo, 1995-97*. Serie de Políticas y Estrategias del Departamento de Desarrollo Sustentable. SDS/WID: enero 1999.

BLONDET, Cecilia

2001 *Lecciones de la participación política de las mujeres*. Serie no. 9. Lima: JCAS-IEP.

BOSERUP, Ester

1970 *Women's role in economic development*. Nueva York: St. Martin Press.

BOUCHER, Steve

2002 “Contracción estatal y desarrollo del mercado de crédito: un marco conceptual y evidencia empírica en Piura”. En A. Fort; S. Boucher; R. Cortez y G. Riesco, *Microcrédito en Piura*. Piura: Cipca.

BROWN, Jacqueline

2002 “Microcredit, feminism and empowerment: a discursive analysis of subject-object approaches to development”. Tesis de master en Relaciones Internacionales, Universidad Estatal de San Francisco, mayo.

CHÁVES, Rodrigo

1996 “Diseño institucional de organizaciones: el caso de los bancos comunales”. En Claudio Gonzales Vera, Ronulfo Jiménez R. y Rodolfo Quiros R. (eds.), *Financiamiento de la microempresa rural*. Finca-Costa Rica. San José: Ohio State University, Academia de Centroamérica y Fundación Interamericana.

CHÁVEZ, Eliana y Juan CHACALTANA

1994 *Cómo se financian las microempresas y el agro*. Lima: CEDEP.

- 54 CHONG, Alberto y Enrique SCHROTH
1998 *Cajas municipales: microcrédito y pobreza en el Perú*. Investigaciones Breves 9. Lima: CIES.
- DEPARTAMENTO DE DESARROLLO INTERNACIONAL DEL GOBIERNO DEL REINO UNIDO (DFID)
2000 *La eliminación de la pobreza y el empoderamiento de la mujer*. Londres: DFID.
- DICHTER, Tom
1999 “Case studies in microfinance non-governmental organizations”. En *Microfinance: past, present and future – An essay*. Case Studies. Washington, D.C.: Banco Mundial.
- ESCOBAR, Arturo
1996 *La invención del tercer mundo: construcción y reconstrucción del desarrollo*. Bogotá: Norma.
- FRANCKE, Marfil
1996 “La participación de la mujer en los proyectos de desarrollo rural”. En Patricia Ruiz Bravo (ed.), *Detrás de la puerta: hombres y mujeres en el Perú de hoy*. Lima: PUCP.
- FULLER, Norma
1993 *Los dilemas de la feminidad: las mujeres de las clases medias*. Lima: PUCP.
- GALARZA, Francisco
2003 “Situación del financiamiento rural en el Perú” (manuscrito).
- GALLARDO, E. y Gina ALVARADO
2001 *Sistematización de la experiencia de bancos comunales de Cipca*. Documento de Trabajo. Piura: Cipca.
2001 *Crédito para pequeños negocios rurales en Piura*. Documento de Trabajo. Piura: Cipca.
- GOETZ, A. y R. S. GUPTA
1996 “Who takes control over credit? Gender, power and control over loan use in rural credit programs in Bangladesh”. En *World Development*, vol. 24, no. 1.
- GONZALES, Claudio *et al.*
1996 *Bancosol: el reto del crecimiento en organizaciones de microfinanzas*. París: OECD-IFAD.
- GHUMAN, Sharon; Helen LEE y Herbert SMITH
2002 *Measurement of women’s autonomy according to women and their husbands: results from five Asian countries*. Population Studies Center. Universidad de Pennsylvania: 12 de noviembre.
- GULLI, Hege
1999 *Microfinanzas y pobreza: ¿son válidas las ideas preconcebidas?* Washington D.C.: BID.
- HASHEMI, S.; S. SCHULER e I. RILEY
1996 “Rural credit programs and women’s empowerment in Bangladesh”. En *World Development*, vol. 24, no. 4, pp. 635-653.

ILAHY, Nadeem

2000 *The intra-household allocation of time and tasks: ¿what have we learnt from the empirical literature?* Washington D.C.: Banco Mundial.

JOHNSON, Susan y Ben ROYALTY

1997 *Microfinance and poverty reduction*. Londres: Oxfam.

KABEER, Naila

1998 *Money can't buy me love? Re-evaluating gender, credit and empowerment in rural Bangladesh*. IDS Discussion Paper 363. Sussex: Institute for Development Studies.

LEÓN, Janina

1998 "Financiamiento para las micro y pequeñas empresas. Algunas líneas de acción". En *Economía*, vol. XXI, no. 41. Lima: Departamento de Economía, PUCP.

LOAYZA PACHECO, José

s.f. *Programa de grupos solidarios "La Semilla"*. Lima: Alternativa-Copeme.

MALHOTRA, A.; S. SCHULER y C. BOENDER

2002 *Measuring women's empowerment as a variable for international development*. Gender and Development Group. Washington: Banco Mundial.

MAYOUX, Linda

1999 "Access to empowerment: gender issues in microfinance". Draft position paper presented to CSD virtual conference. Octubre.

2001 "Vers un nouveau paradigme dans les programmes de micro-credit". En Jeanne Bisilliat y Christine Verschuur (dir.), *Genre et économie: un premier éclairage*. París: L'Harmattan.

2002 *Programas de finanzas y el empoderamiento de las mujeres*. Bolivia: Fin-rural.

MIDE

2001 *El microcrédito: semilla para el desarrollo*. Lima: Mid.

MILLER SANABRIA, Tomás

2000 *Microfinanzas. Lecciones aprendidas en América Latina*. Banco Interamericano de Desarrollo.

NAVAJAS, Sergio *et al.*

1998 *Microcredit and the poorest of the poor: theory and evidence from Bolivia*. Economics and Sociology Occasional Paper 2524. Department of Agricultural Environmental and Development Economics. Rural Finance Program. The Ohio State University.

OXAAL, Z. y Sally BADEN

1997 *Gender and empowerment: definitions, approaches and implications for policy*. IDS Bridge Development and Gender Report no. 40.

PANKAJ, Jain y Mick MOORE

2003 *What makes microcredit programmes effective?: fashionable fallacies and workable realities*. IDS Working Paper 177. Sussex: IDS.

- 56
- PITT, Mark; Shahidem KHANDER y Jennifer CARTWRIGHT
2003 *Does microcredit empower women? Evidence from Bangladesh*. Policy Research Working Paper 2998. The World Bank Development Research Group. Rural Development.
- POMMIER, Dennis
1997 “Nuevas lecciones de las experiencias locales para la construcción de instituciones financieras y de desarrollo viables”. En *Servicios Financieros para los más Pobres*. Conferencia electrónica latinoamericana. FINDAMERICA.
- PROMUC
2002 *Reporte financiero bancos comunales “La Chanchita”*. Lima: Promuc.
- RAVICZ, Marisol
2000 *Searching for sustainable microfinance: a review of five Indonesian initiatives*. Development Economics Research Group. World Bank Series. Washington D.C. En www.worldbank.org/html/dec/publications/workpapers/wps1800series/wps1878/wps1878.pdf
- SOLIDARIDAD
1997 *La Chanchita sirve para educarnos*. Serie Trabajos de Solidaridad I. Chiclayo.
- STEEL, Fiona; Sajeda AMIN y Ruchira T. NAVED
1998 *The impact of an integrated micro-credit program on women’s empowerment and fertility behaviour in rural Bangladesh*.
- TINKER, Irene
2000 “La construcción de un campo: promotoras, profesionales y académicas”. En Marisa Navarro y Catherine Stimpson (ed.), *Cambios sociales, económicos y culturales*. Buenos Aires: FCE.
- TRIVELLI, Carolina
1997 *Crédito en los hogares rurales en el Perú*. Investigaciones Breves 4. Lima: CIES.
2002 “Clientes de las instituciones de microfinanciamiento”. En F. Portocarrero; C. Trivelli y J. Alvarado (eds.), *Microcrédito en el Perú: quiénes piden, quiénes dan*. Lima: CIES.
- TRIVELLI, Carolina e Hildergardi VENERO
1999 *Crédito rural: coexistencia de prestamistas formales e informales, racionamiento y autoracionamiento*. Documento de Trabajo 110. Lima: IEP.
- VALDERRAMA, M.
1999 “¿Sostenibilidad o supervivencia de las ONG?”. En M. Valderrama (ed.), *La sostenibilidad de las ONG’s latinoamericanas*. Lima: CEPES, ALOP.
- VALDIVIA, Martín
1995 “Del banco agrario a las cajas rurales: pautas para la construcción de un nuevo sistema financiero rural”. En *Notas para el Debate*, no. 13. Lima: GRADE.
- VÁSQUEZ, Enrique; Rafael CORTÉS y Gustavo RIESCO
2000 *Inversión social para un buen gobierno en el Perú*. Lima: Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico.

- YARON, Jacob P.; Benjamin MC. DONALD y Gerald PIPREK
1999 *Financiamiento rural, problemas, diseño y prácticas óptimas*. Serie de Monografías y Estudios sobre el Desarrollo Social y Ecológicamente Sostenible 14. Washington D.C.: Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y Banco Mundial.
- YOUNG, K.
1993 *Planning development with women: a world difference*. Londres: Mc Millan.
- YPEIJ, Annelou
2000 *Producing against poverty: Female and male micro-entrepreneurs in Lima*. Ámsterdam: Amsterdam University Press.
- ZAMAN, Hassan
1997 *Assessing the poverty and vulnerability impact of micro-credit in Bangladesh: a case study of BRAC*. Washington D.C.: Banco Mundial.
- ZELLER, Manfred
1998 “Determinants of repayment performance in credit groups: the role of program design, intragroups risk pooling and social cohesion”. En *Economic Development and Cultural Change*, vol. 46, no. 3, pp. 599-620. Washington D.C.: International Food Policy Research Institute.

Anexo 1

ONG IDENTIFICADAS EN LA PRIMERA ETAPA DE SELECCIÓN

| | ONG | Siglas | Ubicación |
|----|--|--|--------------------------------------|
| 1 | Asociación Arariwa para la Promoción Técnico Cultural Andina | Asociación Arariwa | Cusco |
| 2 | Semillas Arariwa | | Cusco |
| 3 | Asociación Asesoría Finanzas y Desarrollo Rural | Afider | Cajamarca |
| 4 | Asociación Benéfica Prisma | AB Prisma | Lima |
| 5 | Asociación Nacional de Institutos de Desarrollo del Sector Informal | Idesi-Huánuco Idesi-La Libertad Idesi-Lambayeque | Huánuco La Libertad Lambayeque |
| 6 | Cáritas del Perú | | Callao |
| 7 | Centro de Estudios Cristianos y Capacitación Popular | Cecycap | Arequipa |
| 8 | Centro de Estudios Sociales Solidaridad | CES Solidaridad | Lambayeque |
| 9 | Centro de Investigación, Capacitación, Asesoría y Promoción | Cicap | Lambayeque |
| 10 | Centro de Investigación y Promoción del Campesinado | Cipca | Piura |
| 11 | Centro de la Mujer Peruana Flora Tristán | Flora Tristán | Lima |
| 12 | Centro de Investigación, Documentación, Educación, Asesoramiento y Servicios | Ideas | Lima |
| 13 | Finca Perú | Finca | Lima |
| 14 | Fomento de la Vida-Programa Credivida | Fovida | Lima |
| 15 | Instituto de Investigación y Promoción Regional | IPR | Lambayeque |
| 16 | Instituto para el Desarrollo, Educación, Salud y Pacificación | Idespa | Apurímac |
| 17 | Microcréditos para el Desarrollo | Mide | Cusco |
| 18 | Movimiento Manuela Ramos | Manuela Ramos | Lima |
| 19 | Asociación Mujeres en Acción | Ama | La Libertad |
| 20 | Centro de Investigación y Capacitación Campesina | Cicca | Apurímac |
| 21 | Centro de Promoción y Desarrollo de Andahuaylas | A-Ceproda | Piura |
| 22 | Asociación Social y Desarrollo | Asde | Arequipa |
| 23 | Taller de Promoción Andina | Tadepa | Ayacucho |
| 24 | Consortio Interinstitucional para el Desarrollo Regional | Cipder | Cajamarca |
| 25 | Centro Andino de Educación y Promoción José María Arguedas | Cadep JMA | Cusco |
| 26 | Instituto para la Investigación y el Desarrollo Económico Social de Huancavelica | Inides-Huancavelica | Huancavelica |
| 27 | Instituto Nor Peruano de Desarrollo Económico Social | Indes | La Libertad |

continua

continuación

60

| | ONG | Siglas | Ubicación |
|----|--|------------------------|--------------|
| 28 | Instituto de Desarrollo y Medio Ambiente | IDMA | Lima |
| 29 | Instituto para el Trabajo y la Investigación | Inti | Lima |
| 30 | Centro de Investigación, Educación y Desarrollo | Cied | Lima |
| 31 | Centro de Desarrollo e Investigación de la Selva Alta | Cedisa | San Martín |
| 32 | Centro de Estudios y Promoción Comunal del Oriente | Cepco | San Martín |
| 33 | Agencia Adventista para el Desarrollo y Recursos Asistenciales | Adra- Ofasa | Lima |
| 34 | Asociación Rasuhuilca | | Ayacucho |
| 35 | Finanzas para el Desarrollo Rural | Ayni | Apurímac |
| 36 | Centro de Estudios y Desarrollo Social | Cedes | Apurímac |
| 37 | Consortio Promoción de la Mujer y la Comunidad | Promuc | |
| 38 | Equipo de Educación y Autogestión Social Edaprospo-Programa Alcom | Edaprospo-Programa Paf | Lima |
| 39 | Fondo de Desarrollo Regional | Fondesurco | Arequipa |
| 40 | Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social | Foncodes | Lima |
| 41 | Fondesa y Fordean ONG | Form | Apurímac |
| 42 | Grupo Consultivo para el Desarrollo | GCOD | Junín |
| 43 | Instituto de Desarrollo Urbano | Cenca | Lima |
| 44 | Ministerio de Agricultura | Minag | Lima |
| 45 | Pro Mujer Perú | Promujer | Puno |
| 46 | Servicios Agrarios Las Casuarinas | | Lima- Cañete |
| 47 | Tarpuy | | Apurímac |
| 48 | Centro para la Investigación y Desarrollo Económico Social de Amazonas | Cidesam | Amazonas |
| 49 | Centro de Información y Desarrollo Integral de Autogestión-Sihuas | Cidiag- Sihuas | Ancash |
| 50 | Centro de Apoyo y Promoción del Desarrollo Agrario | Caproda | Arequipa |
| 51 | Centro de Estudios e Investigaciones sobre el Ser Social | Cerei | Arequipa |
| 52 | Centro de Desarrollo Agropecuario | Cedap | Ayacucho |
| 53 | Instituto de Fomento y Desarrollo | Infod | Cajamarca |
| 54 | Asociación para el Desarrollo Social Andino | Adesa | Cusco |
| 55 | Asociación para la Ecología y Desarrollo | Aped | Cusco |
| 56 | Instituto para la Investigación y el Desarrollo Económico y Social | Indes | Huancavelica |
| 57 | Redes | Redes | Junín |
| 58 | Centro de Promoción y Desarrollo Integral de la Autogestión | Cidiag | Lima |
| 59 | Centro de Promoción de la Mujer | Ceprom | Puno |

Anexo 2
ONG CONSULTADAS

| |
|-----------------------|
| 1. Adra Ofasa |
| 2. Caritas del Perú |
| 3. Cenca |
| 4. CES Solidaridad |
| 5. Cipca-Foprom |
| 6. Edaprospo |
| 7. Finca |
| 8. GCOD |
| 9. IDER César Vallejo |
| 10. Manuela Ramos |
| 11. Mide |
| 12. Pro Adel |
| 13. Pro Mujer |

Anexo 3
MONTO PROMEDIO DE CRÉDITO EN LAS ONG Y
OTRAS IMF (EN DÓLARES AMERICANOS)

| Edpyme | Monto | ONG | Monto |
|---------------------|--------------|------------------------|--------------|
| Camco Piura | 418 | Adra Ofasa | 83 |
| Confianza | 665 | Ama | 325 |
| Crear Arequipa | 827 | Caritas | 151 |
| Crear Cusco | 998 | Edaprospo Alcom | 112 |
| Crear Tacna | 946 | Edaprospo Paf | 416 |
| Crear Trujillo | 776 | Finca | 126 |
| Credivisión | 478 | Idesi la Libertad | 668 |
| Edyficar | 1,074 | Idesi Lambayeque | 432 |
| Nueva Visión | 1,347 | IPR | 303 |
| Proempresa | 805 | Manuela Ramos BBC | 96 |
| Solidaridad | 1,036 | Manuela Ramos Cred Ind | 604 |
| CMAC Maynas | 1,152 | Mide | 89 |
| Financiera Solución | 880 | AB Prisma | 247 |
| Asocrac (12 Crac) | 1,432 | Promujer | 63 |
| Mibanco | 811 | | |

Información a junio del 2002.

Fuente: Copeme-USAID, *Microfinanzas en el Perú*, año 3, no. 8.

Elaboración propia.

62 **Anexo 4**
FORMATO DE ENCUESTA USADO (ADAPTADO DEL USADO POR F. GALARZA)

Situación del financiamiento rural en el Perú

1. Nombre de la organización

2. ¿Cuándo fue creada la organización? (mes/año) _____
3. ¿La organización que usted dirige otorga créditos? Sí () No ()
4. Si no otorga ahora, ¿alguna vez otorgó créditos? Sí () No ()
5. Si alguna vez otorgó créditos, ¿desde cuando NO da créditos? (mes/año) _____
6. ¿Desde cuándo otorga créditos? (mes/año) _____
7. ¿Cuál es el número del personal total? [] y ¿el personal dedicado a créditos? []
8. Cuántas oficinas tiene para otorgar servicios de crédito? []
9. ¿Qué otros servicios ofrece?
 () Asistencia técnica () Asistencia alimentaria () Educación
 () Salud () Otros (indicar)
10. ¿Algunos de estos servicios acompañan al crédito?
 No () Sí () ¿Cuál(es)? _____
11. ¿Qué porcentaje de su cartera de créditos está asignada al sector rural? _____ %
12. ¿Qué porcentaje de su cartera de créditos está asignado a las mujeres? _____ %
13. Información de cartera (al 31 de diciembre del 2001). Nota: se refiere al saldo.

| Productos crediticios | N.º de clientes | Cartera bruta (especificar moneda) | Plazo promedio crédito (meses) | Tecnología crediticia ¹ (marcar con círculo) | Tasa Mora ² (%) | Tasa de interés anual (indicar moneda) | Distritos (Prov.) donde opera |
|-----------------------|-----------------|---------------------------------------|-----------------------------------|--|-------------------------------|---|----------------------------------|
| a. | | | | I G BC | | | |
| b. | | | | I G BC | | | |
| c. | | | | I G BC | | | |
| Total | | | | I G BC | | | |

¹ Tecnología

² Por favor indicar: si es mayor a 1 día, a 30 días, etc.

I: individual; G: grupal; BC: bancos comunales

14. ¿Cuál es el tipo de clientes que atienden? (Marque las opciones que correspondan)
- () Pequeños y micro empresarios (no comerciantes) () Comerciantes
- () Productores agropecuarios () Artesanos () Mujeres de zonas urbanas
- () Mujeres en zonas rurales () Otros (indicar): _____

15. ¿Cuál es la distribución sectorial de su cartera total? (al 31 de diciembre del 2001)

| | Agricultura | Ganadería | Comercio | Industria | Servicios | Otros | Total |
|----------|-------------|-----------|----------|-----------|-----------|-------|-------|
| Clientes | % | % | % | % | % | % | 100% |
| Monto | % | % | % | % | % | % | 100% |

16. ¿Cuál es la distribución geográfica (según Provincias) de su cartera total? (al 31 de diciembre del 2001)

| | Provincia | Provincia | Provincia | Provincia | Provincia | Provincia | Total |
|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| Clientes | % | % | % | % | % | % | 100% |
| Monto | % | % | % | % | % | % | 100% |

Anexo 5

LISTA DE FUNCIONARIOS ENTREVISTADOS (2003)

- | | | |
|-----|---------------------------------|--------------------|
| 1. | Ivonne Salazar y Celinda Rubio | CES Solidaridad |
| 2. | Anthony Mesones | Grupo Mujer |
| 3. | Rosina Valverde y Adolfo Pareja | Mide |
| 4. | María Alvarado | Promuc |
| 5. | José Loayza | Alternativa |
| 6. | Gloria Díaz | Manuela Ramos |
| 7. | Percy Villasana | Adra |
| 8. | Luisa Santur | Fovida |
| 9. | Beatriz Huayanca | Cenca |
| 10. | Rolando Villanueva | Arariwa |
| 11. | Luis Inga | Eclof |
| 12. | Manuel Gonzáles | GCOD |
| 13. | Carlos Puell | Proadel |
| 14. | Emilio Mondragón | Afider |
| 15. | Gabriel Meza | Edaprospo |
| 16. | Leonor Rocha y Graciela Márquez | Cicap |
| 17. | Juan Ramírez | IDER César Vallejo |
| 18. | Iris Lanao y Yoli Ruth Núñez | Finca |

Anexo 6
BANCOS VISITADOS

| Región | ONG | Banco comunal o grupo solidario |
|---------------|-----------------|---|
| Lima | Alternativa | La Unión hace la Fuerza Banco Emaus San Albino San Gabino Banco Virgen del Carmen |
| Lima | Finca | Mujeres Progresistas de Villa El Salvador Mujeres Fomentando El Desarrollo Banco Inmaculada Concepción |
| Lambayeque | Cicap | Banco Niño Jesús Banco El aguazuleñito Banco San Juan de Dios Banco Progreso La Melchora |
| Lambayeque | CES Solidaridad | Banco Santa Rosa (Las Mestas) Banco San José Obrero Banco Señor Cautivo de Punto 9 |
| Cusco | Mide | GS San Cristóbal de Husccanay GS La Virgen Dolorosa de CC Moscollacta GS Hospitalpampa GS Tomasa Tito Condemayta GS Las Chaskas |
| Cusco | Arariwa | Banco Inti Banco de Oro Banco La Chanchita Ollantaytambo Banco Amistad |

Anexo 7

CARACTERÍSTICAS DE LAS SEIS ONG ESTUDIADAS

LIMA-L1

Esta organización se registra en 1993, con una sede en Ayacucho, y extiende luego sus actividades a distritos del cono este de Lima (Villa El Salvador y Cantogrande) y finalmente a Huancavelica. El objetivo principal de la organización era promover el desarrollo personal de las mujeres y el bienestar de sus familias mediante el microcrédito, usando la tecnología de la banca comunal. El trabajo de L1 fue pionero en Ayacucho.

La organización empezó con 17 banquitos comunales y una cartera de veinte mil dólares recibida de una organización que había empezado sus labores en la zona dos años antes. Las líneas principales de la organización se enmarcan en el manejo de los préstamos, la promoción del ahorro y la capacitación sobre la importancia de la inversión destinada a los micronegocios, la salud y el desarrollo de las capacidades personales y la autoestima de las clientas. Las actividades en Lima se inician al año siguiente, 1994, mientras que en Huancavelica se inician en 1996. La organización presentó un gran crecimiento en el número de clientes atendidos, con 265 banquitos hasta diciembre del 2002 y 6,104 clientes repartidos entre las tres regiones que atiende. Su monto promedio de préstamos por cuenta externa llega a 233 dólares mientras que por cuenta interna es de 161 dólares.

Los clientes

Aunque la idea inicial de la organización era atender solamente a las mujeres, en la actualidad tiene alrededor de un 10% de hombres en sus banquitos, aunque en Lima este porcentaje es mucho menor. Una de las encargadas sostiene que en realidad esto tiene que ver con las necesidades que se presentan en cada región. En Huancavelica es donde se presenta una mayor cantidad de clientes varones. Sin embargo, también se sostiene que trabajar con varones presenta mayores problemas que hacerlo con mujeres. En general, diferentes miembros de la organización mencionaron varios supuestos que se manejan en las diferentes organizaciones de crédito que trabajan con mujeres. Por ejemplo, que las mujeres son más responsables al hacer los pagos y que *“cuando se le da un préstamo a mujeres se sabe que ellas lo van a trabajar”*.

Cultura organizativa

L1 empezó como una organización con una base familiar. Esa idea se mantiene hasta la actualidad. Se ha tratado que los miembros de la organización manejen el mismo discurso y compromiso respecto al trabajo con las mujeres y lo que él implica. En las visitas a los banquitos y en las entrevistas se pudo observar que miembros de diferentes niveles manejaban el objetivo y el compromiso con el trabajo. Esto se puede además observar en la relación que mantienen con las clientas de los banquitos. Desde la dirección hasta la persona encargada de los cobros, existe una relación de respeto y un trato igualitario y personal con las personas con las que se trabaja. Para la directora ejecutiva, un aspecto fundamental que explica el éxito de la organización es el contar con personal que entiende y se identifica con los objetivos de la organización. Éste es un incentivo natural que explica el buen funcionamiento y la eficacia en el alcance de sus objetivos.

Los servicios que ofrece

La organización trabaja con la tecnología de bancos comunales. Los bancos están conformados por entre 15 y 30 personas, lo cual depende de la región en la que trabajen. Los requisitos para formar parte del banquito son ser mujer, madre de familia, tener un negocio y por lo

66 menos dos años viviendo en la comunidad. Los nuevos bancos se inician con reuniones semanales de “desarrollo de valores”. La asistencia a las reuniones es obligatoria. Las reuniones iniciales giran en torno a cómo se maneja el crédito y el sistema. Luego de esta etapa, en las reuniones se realizan los cobros de los intereses del préstamo más parte del capital, se pone en orden las cuentas y se discute sobre temas relacionados con la cuenta interna y externa. Muchas veces las reuniones se usan para conversar acerca de los negocios, y los promotores y/u otros miembros aconsejan, sobre la base de su experiencia, a otros miembros del banco. Un componente fuerte en el programa es el ahorro, el cual es obligatorio y corresponde a un porcentaje del préstamo. Hasta fines del 2002, el ahorro promedio por cliente llegaba a 233 dólares por ciclo. Las reuniones pueden ser usadas para llevar a cabo talleres de capacitación sobre temas relacionados al manejo del negocio, la autoestima, el empoderamiento y la salud, entre otros. Desde 1991 la organización viene desarrollando un programa de capacitación en gestión empresarial con el propósito de mejorar las capacidades de sus beneficiarias y sus posibilidades de empezar nuevos negocios.

LIMA-L2⁶³

Esta organización empezó sus actividades en 1979 y trabaja en nueve distritos de Lima Metropolitana (cono norte) y la provincia constitucional del Callao. Sus áreas de trabajo son la planificación local, el empleo, el desarrollo productivo urbano y el microcrédito. El trabajo de crédito se realiza a través del departamento de microfinanzas, que se constituyó como una entidad independiente en 1992, luego de varias experiencias de trabajo con crédito que se inician en 1987 fundamentalmente con un programa dirigido a los comerciantes ambulorios. A partir de 1992 se retoma el trabajo con crédito, teniendo además en claro que éste requería de una unidad especializada llamada oficina de servicios financieros. El antecedente inmediato del programa de crédito es el grupo PAMIS, constituido por una agrupación de ONG que eran la contraparte del Catholic Relief Services. Este grupo se crea como un programa de apoyo a la microempresa y sirve de base para la discusión sobre temas de microcrédito, que además fue el antecedente del Promuc. De ahí se origina un debate acerca del uso de la tecnología de bancos comunales para la organización. Siguiendo la línea de trabajo con los sectores pobres, esta vez la población objetivo fue constituida por mujeres pobres organizadas en bancos comunales. Para marzo del 2002, la organización tenía 2,522 socias y manejaba una cartera activa de 251, 401 dólares.

Las clientas

La mayoría de los clientes de L2 son pobladores pobres del cono norte de Lima. El crédito es manejado a través de la tecnología de bancos comunales y se orienta a mujeres pobres del cono norte. Las clientas son mujeres con pequeños negocios de supervivencia. Es decir, aquellas cuyos ingresos no son suficientes para reponer los costos. De hecho, aunque la organización maneja diferentes tecnologías crediticias (banca comunal, grupos solidarios y crédito individual), cada una funciona dependiendo del tipo de población objetivo que se quiere alcanzar. Los bancos comunales funcionan con alrededor de 25 socias quienes manejan una cuenta externa (hacia la organización) y una cuenta interna producto de sus ahorros, moras y otros ingresos.

63. Esta información proviene de fuentes institucionales así como de las entrevistas a los promotores y funcionarios del programa.

La organización⁶⁴

L2 tiene como objetivo central el trabajo con los sectores pobres para la promoción del desarrollo humano en el cono norte de Lima. Esto implica un trabajo que cubre diversas áreas tanto económicas como políticas. Para el logro de los objetivos propuestos, L2 se organiza en departamentos y programas entre los cuales se encuentra el de microfinanzas. El programa de microfinanzas trabaja usando tres tipos de tecnologías crediticias diseñadas para tres tipos de población objetivo: la banca comunal dirigida a las microempresas de sobrevivencia con créditos que van de cincuenta a quinientos dólares; los grupos solidarios para microempresas de subsistencia con préstamos de hasta mil dólares; y el crédito individual o crédito de desarrollo de hasta diez mil dólares.

En el caso de la banca comunal, que cuenta con el mayor número de mujeres y está dirigido a ese grupo, el trabajo se realiza con un equipo formado por el jefe del programa, su asistente y varios promotores que se encargan de hacer el seguimiento de los banquitos así como de coordinar diversas acciones. Por otro lado, los promotores de otros programas pueden intervenir para llevar a cabo acciones de capacitación con las beneficiarias. En este caso, los promotores guardan una relación cordial con las beneficiarias, participan en las reuniones y promueven actividades de intercambio entre ellas, además de aprovechar el espacio de reunión grupal para llevar a cabo las labores de capacitación. A pesar de que los procedimientos están estandarizados para un mayor control de los procesos, existe alguna libertad en la acción de los promotores. Esto implica puntos negativos y positivos que dependen de la personalidad y el grado de compromiso del promotor. Algunos ejemplos pueden ilustrar el punto: mientras el promotor “A” aprovechaba el espacio para llevar a cabo cursos sobre algunos temas de interés para las socias, como cerámica en frío, y alentaba la iniciativa de las socias y el manejo autogestionario del grupo, el promotor “B” controlaba casi toda la reunión, lo que hacía que las socias pidieran en todo momento su aprobación y solicitaran que él guiase la asamblea. Este último promotor exponía sus puntos de vista antes de someter a aprobación algunos puntos de la agenda, pedía guardar silencio a las socias que conversaban y hacía que las que se levantaban tomaran asiento.

Sería importante realizar algunos estudios más profundos sobre la cultura organizativa de L2, para responder hasta qué punto los promotores sienten que están cumpliendo un trabajo como cualquier otro o realmente comparten los objetivos de la organización. Esto guarda especial importancia en el caso de las ONG, ya que repercute en el impacto de las intervenciones, particularmente en el caso de las organizaciones de microcrédito, como se ha comprobado en otros estudios⁶⁵ donde se sostiene que mucho de lo alcanzado por las organizaciones para efectos del empoderamiento de las beneficiarias, así como para el compromiso del repago de la cuenta externa con la organización, tiene que ver con la relación entre los promotores y los beneficiarios. En el caso de L2, según la evidencia encontrada (que en realidad requeriría un trabajo más profundo), podría afirmarse que la cultura organizativa entre sus promotores necesita ser revisada y fortalecida. A diferencia de otros casos, en las conversaciones con los promotores no fue muy evidente el manejo de los objetivos de la organización.

64. Datos recogidos de la información institucional, de una entrevista al funcionario encargado del programa y de las observaciones de las reuniones entre los promotores y los miembros de los bancos comunales.

65. Pankaj, Jain y Mick Moore, ob. cit.

68

Los servicios que ofrece

Los servicios que L2 ofrece son de crédito y de capacitación en dos niveles: en el ámbito del banquito, se ofrece capacitación para el manejo de las cuentas, el funcionamiento del banco y la resolución de conflictos; en el ámbito de las socias, se brinda capacitación en gestión empresarial, autoestima, identidad y salud. Esto último se presenta de manera separada, ya que los servicios son brindados por otros departamentos de la organización. Existe en L2 un departamento de desarrollo económico local y del empleo y programas de salud y asistencia alimentaria, entre otros, en los cuales se incluye a algunas de las socias de los banquitos como beneficiarias.

CUSCO-C1

Los orígenes de C1 se basan en la experiencia de trabajo con FONDECAP en 1994. La iniciativa nace de una ONG que trabajaba temas de alfabetización, entre otros. La propuesta de Fondecap implicaba el trabajo en un consorcio de varias organizaciones que funcionaban en departamentos del sur del país. Sin embargo, en el año 1999 C1 se independiza y recupera fondos del trabajo anterior para continuar su programa de crédito.

Las clientas

C1 trabaja con mujeres de sectores pobres del Cusco que se dedican a diversas actividades, entre las que figuran el comercio, la agricultura y la ganadería. Su población objetivo vive en sectores urbano marginales y rurales (como comunidades quechua hablantes), y está repartida a lo largo de Cusco, principalmente en Anta, Quiñota y Sicuani. Los montos de créditos son pequeños y están manejados en diferentes tipos de organizaciones grupales. Generalmente, en el caso de las mujeres de áreas rurales, ellas pertenecen a alguna organización social de base, por lo que su principal competidor lo constituye FONCODES y otras ONG.

La organización

C1 está dedicada exclusivamente al servicio de crédito. El personal comparte dos espacios de trabajo en la oficina central. Además, tiene dos oficinas en otros distritos. La organización maneja también un sistema de información gerencial, métodos y procesos definidos. Se ha prestado especial atención al tema del clima organizativo, lo cual se refleja en la atención a los clientes y en el trato entre los miembros de la organización, tal como se pudo observar en las visitas efectuadas al lugar. El trato entre los funcionarios y promotores es muy igualitario, al igual que con las clientas del programa. Por ejemplo, es muy común el uso de la palabra “compañera” en el saludo y durante las conversaciones entre los miembros de la organización y con las clientas o entre ellas. C1 trabaja de manera consciente el tema de cultura organizativa. La apuesta de la organización es mantener una estructura pequeña conformada por personas comprometidas con el trabajo que realizan. Las estrategias para trabajar el tema se basan en una estructura horizontal de trabajo, herramientas para la mejora de la comunicación del equipo, valores definidos y un monitoreo constante del trabajo de los miembros de la organización.

Los servicios que ofrece

C1 ofrece servicios de crédito y capacitación en el uso del crédito y en el manejo de los negocios y organizaciones. Debido a la población con la que trabaja (la mayoría quechua hablante y con un porcentaje importante de analfabetismo), su personal de atención maneja el quechua y usa materiales diseñados para la población analfabeta en sus capacitaciones.

CUSCO-C2

C2 es una organización que trabaja en Cusco urbano y rural. Maneja diferentes programas dirigidos a la promoción de actividades productivas, la salud y la capacitación (en microempresa y actividades agropecuarias, entre otras) y tiene una unidad de microfinanzas que a su vez posee dos líneas: un crédito con banca solidaria y un crédito individual. El programa de crédito empezó a funcionar en octubre de 1994 con el programa de bancos comunales La Chanchita.

Los clientes

C2 trabaja con hombres y mujeres en sectores urbano marginales de Cusco. Aunque el proyecto funcionaba con mujeres, a lo largo del tiempo ha ido incorporando a varones, debido principalmente a las demandas de la población y a los cuestionamientos de los varones de las zonas de trabajo, así como de las mismas mujeres. Ellos presentan a sus clientes como personas de bajos ingresos (pero no necesariamente las más pobres) que dirigen y llevan a cabo algún tipo de actividad empresarial o de negocios. Sus clientes se dedican principalmente al comercio.

La organización

C2 trabaja con un jefe de la unidad de microfinanzas y con analistas financieros. Además, tiene una entidad de monitoreo compuesta por tres profesionales quienes siguen el funcionamiento del programa. El seguimiento al programa se realiza sobre la base de los indicadores financieros y no de los negocios de los clientes varones y mujeres. Se pudo observar en las visitas que la organización tiene problemas con el tema de la cultura organizativa. El crecimiento de la organización implicó la contratación de personal que tuviera capacidades relacionadas con los temas financieros. Sin embargo, existen ciertos problemas con el trato a los clientes. Por ejemplo, algunas personas citadas para una capacitación tuvieron que esperar dos horas, luego de las cuales la capacitación no se llevó a cabo. Sistemáticamente se observó un descuido en los tiempos de espera de los clientes, quienes podían estar treinta minutos o más esperando a sus promotores para llevar a cabo las reuniones normales de control de los banquitos o de capacitación. Por otro lado, en algunos casos se forzaba la reagrupación de los bancos. Por ejemplo, se colocaba personas de un banco cerrado en otro banco, a pesar de que no se conocían, lo cual constituye un problema si tomamos en cuenta la naturaleza de la metodología crediticia. Esto no se observó en las demás organizaciones visitadas. Aparentemente, el problema del trabajo con los promotores tiene relación con las dificultades que implica monitorear constantemente sus actividades, lo que a su vez se vincula con la falta de atención en algunos aspectos de la cultura organizativa.

Los servicios que ofrece

El programa de crédito de C2 tiene varios ejes: 1. Componente de crédito dirigido a pequeños negocios. 2. Componente de ahorro para el manejo de una cuenta interna. 3. Capacitación al inicio del banquito (desarrollo personal, negocios y salud). 4. Organización, generación y fortalecimiento de nuevos tipos de organizaciones. Se pudo observar que el componente de capacitación se había debilitado. Los talleres se estaban retomando, luego de un periodo en el cual los problemas de gastos en estos servicios no permitieron que se llevaran a cabo. Sin embargo, los resultados de su último trabajo de monitoreo llevaron a C2 a retomar dicho componente.

70 LAMBAYEQUE-LA1

La1 es una organización que se dedica al trabajo en áreas rurales y urbano marginales de Lambayeque y la zona norte de Cajamarca. Maneja proyectos en áreas de gobernabilidad local y crédito. El programa de crédito funciona con dos ramas: el crédito para los cafetaleros y el crédito para las mujeres a través de los bancos comunales. La1 empezó con el Proyecto Algarrobo, mediante el cual se otorgaba créditos individuales a los pequeños productores de los bosques secos para la compra de productos, animales mejorados y algunos medios y materiales para explotar mejor los recursos del bosque. En este año ya se había acabado la colocación y empezaba el proyecto de la fundación Kellogg, que se inició en abril del 1998 con bancos comunales en La Florida. Además, desde el 2003 ha desarrollado un programa de crédito para los cafetaleros (créditos colaborativos). Trabaja con la Central de Servicios Cafetaleros del Nororiente. Agrupa a otras tres organizaciones que pertenecen a La Florida, Salas y Lonya Grande.

Los clientes

En el caso de los bancos comunales, las clientas de La1 son mujeres con pequeños negocios, que viven en zonas rurales en Lambayeque y el norte de Cajamarca. Más de la mitad tiene negocios en el rubro del comercio. Las actividades principales son la venta de abarrotes, la crianza y venta de animales menores y la preparación y venta de quesos. Recientemente se ha incorporado un porcentaje de varones, ya que se encontró que en la zona de trabajo la oferta de crédito era escasa y los varones se encontraban en igual situación que las mujeres respecto al acceso a los créditos.

La organización

El proyecto de bancos comunales trabaja con una persona que se encarga del manejo del proyecto y que a la vez cumple el rol de promotora. Ella se encarga de todos los aspectos relacionados con los bancos, que van desde la selección de los clientes hasta el monitoreo de los banquitos y las actividades de capacitación. El tema del personal se vio afectado como producto del inicio de las actividades con el crédito para los cafetaleros. Esto ha generado un problema que se refleja en el funcionamiento de los banquitos. Por ejemplo, durante algunos meses en que la encargada no trabajó, por licencia de embarazo, subieron las tasas de morosidad. Esto al parecer carece de importancia para la organización, ya que no ha tomado ninguna medida al respecto.

Los servicios que ofrece

Hasta el 2002 se ofrecía capacitación, junto con el servicio de crédito (en gestión empresarial, en manejo de la organización y en temas de comunicación, solidaridad, elementos de gestión, etc.). La capacitación perdió importancia cuando Kellogg dejó de financiar a la organización y el personal disminuyó.

LAMBAYEQUE-LA2

La2 es una organización que tiene varias líneas de trabajo, entre las que se encuentra el programa de crédito. Además, maneja una Edpyme. Los orígenes del trabajo con crédito para las mujeres se remontan a 1990, en que se empieza el trabajo orientado al fortalecimiento de las microempresas. En 1993 empezaron una línea de fondo de desarrollo de la microempresa que empieza con crédito, capacitación, pasantías, un proyecto de fondo para jóvenes con iniciativas empresariales y el bono de capacitación que ahora es el Bonopyme. También en ese año se empieza el trabajo con el Fondo de Desarrollo de la Micro Empresa. En julio de 1994 se empieza con los bancos comunales en los sectores urbanos y rurales de la zona de Chiclayo y Lambayeque. El crédito se trabaja en tres líneas: producción, servicios para la producción y comercialización. En enero del 1994 se empieza un programa de responsabilidad compartida, que era un programa de La2 con el banco Wiese mediante el cual se buscaba otorgar asistencia técnica y financiamiento a los agricultores para el arroz y el agua de azúcar con los recursos del banco. En julio de 1994 empiezan los bancos comunales, que se realizan en Chiclayo y Lambayeque, y el siguiente año en Chota; este fue diseñado exclusivamente para mujeres. La idea del trabajo con mujeres se trabaja con el Promuc y mediante los proyectos y la metodología que promueven. El grupo objetivo eran mujeres, pero eso no significaba que no podían participar hombres. Al inicio eran 95% mujeres y 5% hombres, aunque a la fecha eso ha cambiado y un 65% son mujeres.

Las clientas

Las clientas de La2 viven en Lambayeque (Chiclayo y Lambayeque) y el norte de Cajamarca (Chota). En Lambayeque se dedican mayoritariamente al comercio y la venta de comida, mientras que en Cajamarca se dedican a la artesanía, la venta de lácteos y la crianza de ganado vacuno. La2 ha sufrido múltiples cambios desde sus inicios. Uno de ellos es el número de beneficiarios por zona. Además, mientras que inicialmente la mayoría de sus bancos se encontraba en la costa, en la actualidad la mayoría se encuentra en Cajamarca.

La organización

La2 trabaja diferentes áreas, pero en el caso del programa de crédito, éste se maneja con fondos que provienen de Promuc, la propia organización y la Edpyme. Respecto al programa de crédito con bancos comunales, se cuenta con cinco personas (tres en Chota y dos en Cajamarca), cuatro de las cuales son promotoras que además empezaron la relación con la organización como clientas. No existe una preocupación por la cultura organizativa. Se enfatizan los aspectos administrativos del crédito y algunos componentes de seguimiento de los negocios y capacitación.

Los servicios que ofrece

Los servicios son principalmente de crédito. Se trabajan algunos componentes de capacitación en torno a la gestión empresarial, la autoestima y el fortalecimiento organizativo. En Lambayeque también hubo una etapa en la que se trabajó la participación ciudadana, que no ha continuado. Mientras que al comienzo se enfatizó la capacitación en la autoestima y la organización, en el 2003 se ha puesto mayor énfasis en la gestión empresarial.

LAS ONG Y EL CRÉDITO PARA LAS MUJERES DE MENORES INGRESOS:
DEBATES SOBRE EL DESARROLLO

fue impreso por
Editorial Laberintos S.A.C.
Los Negocios 151, Surquillo

CORRECCIÓN DE PRUEBAS
Sara Mateos