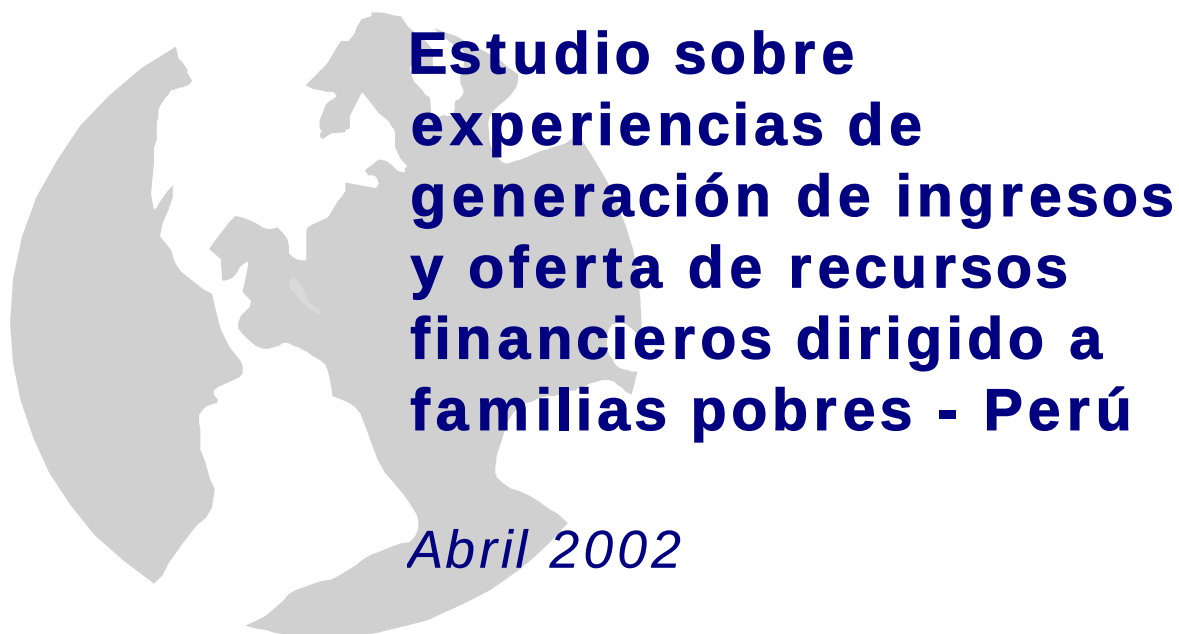




ORGANIZACION INTERNACIONAL DEL TRABAJO
OFICINA REGIONAL PARA AMERICA LATINA Y EL CARIBE
Programa Internacional para la Erradicación del Trabajo Infantil – IPEC

TRABAJO INFANTIL DOMESTICO



Estudio sobre experiencias de generación de ingresos y oferta de recursos financieros dirigido a familias pobres - Perú

Abril 2002



Estudios Temáticos
Consultores: Alicia Villanueva
Julio Portocarrero

SISTEMA DE INFORMACIÓN REGIONAL SOBRE TRABAJO INFANTIL – SIRTI-
Tel: 511-6150327 / 511- 615-0395, Fax: 511- 6150400. E- mail: sirti@oit.org.pe
Las Flores 275 San Isidro, Lima 27. Casilla Postal 14-124, Lima 14.
IPEC Sudamérica

Las denominaciones empleadas, en concordancia con la práctica seguida en las Naciones Unidas, y la forma en que aparecen presentados los datos en las publicaciones de la OIT no implican juicio alguno por parte de la Oficina Internacional del Trabajo sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras. La responsabilidad de las opiniones expresadas en los artículos, estudios y otras colaboraciones firmados incumbe exclusivamente a sus autores, y su publicación no significa que la OIT las sancione.

Las referencias a firmas, procesos o productos comerciales no implican aprobación alguna por la Oficina Internacional del Trabajo, y el hecho de que no se mencionen firmas, procesos o productos comerciales no implica desaprobación alguna.

Las publicaciones de la OIT pueden obtenerse en las principales librerías o en oficinas locales de la OIT en muchos países, o pidiéndolas a: Las Flores 295, San Isidro, Lima 27-Perú, Apartado 14-124, Lima, Perú. Vea nuestro sitio en la red: www.oit.org.pe.

As denominações empregadas, que estão de acordo com a prática seguida pelas Nações Unidas e a forma em que aparecem apresentados os dados nas publicações da OIT não implicam nenhum juízo pela Organização Internacional do Trabalho sobre a condição jurídica de nenhum dos países, regiões ou territórios ou de suas autoridades, ou no que diz respeito à delimitação de suas fronteiras. A responsabilidade pelas opiniões expressas em artigos assinados, estudos ou outras contribuições assinadas incumbe exclusivamente a seus autores e a publicação desses não implicam a aprovação pela OIT das opiniões neles expressadas.

As referências a nomes de firmas, produtos comerciais e processos não implicam a aprovação da Organização Internacional do Trabalho e, o fato de que não se mencione firmas, produtos comerciais ou processos, não é sinal de desaprovção.

As publicações da OIT podem ser obtidas em:

BRASIL:

Organização Internacional do Trabalho OIT – Setor de Embaixadas Norte Lote 35 Brasília DF, CEP 70800-400

PERU:

Las Flores, San Isidro, Lima 27-Peru, ou pela Caixa Postal 14-124, Lima, Peru.

Visite nosso endereço na Internet: www.oit.org.pe

The designations employed, which are in conformity with United Nations practice, and the presentation of material therein do not imply the expression of any opinion whatsoever on the part of the International Labour Office concerning the legal status of any country, area or territory or of its authorities, or concerning the delimitation of its frontiers. The responsibility for opinions expressed in signed articles, studies and other contributions rests solely with their authors, and publication does not constitute an endorsement by the ILO of the opinions expressed in them.

Reference to names of firms, commercial products and processes does not imply their endorsement by the International Labour Office, and any failure to mention a particular firm, commercial product or process is not a sign of disapproval.

ILO publications can be obtained in Las Flores 295, San Isidro, Lima 27-Peru, or through PO Box 14-124, Lima, Peru.

Visit the ILO web site: www.oit.org.pe.

INDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I

POBLACIÓN EN POBREZA, LAS MICROFINANZAS Y LA GENERACIÓN DE INGRESOS EN AMÉRICA LATINA

1.1 LAS MEJORES PRÁCTICAS EN MICROFINANZAS A NIVEL MUNDIAL.....	6
1.2 LAS MICROFINANZAS EN AMÉRICA LATINA	8
1.3 LOS SERVICIOS NO FINANCIEROS.....	10
1.4 OTROS COMPONENTES EN LAS ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE.....	11
INGRESOS Y SU IMPACTO EN EL SECTOR MÁS POBRE	11
1.5 LAS MUJERES Y LAS ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE INGRESOS.....	11

CAPÍTULO II

LAS MICROFINANZAS EN EL PERÚ

2.1 LAS INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS EN EL PERÚ	13
2.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE MICROFINANCIAMIENTO	17
2.3 OBSERVACIONES FINALES.....	18

CAPÍTULO III

METODOLOGÍAS Y PRODUCTOS FINANCIEROS

3.1 MODELOS DE PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS	19
3.2 LOS MODELOS SEGÚN EL SECTOR FINANCIERO Y SUS IMPLICANCIAS EN LAS METODOLOGÍAS	21
3.3 DEL MODELO IDEAL A LA TENDENCIA ACTUAL EN EL USO DE LOS MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS MICROFINANCIEROS	22
3.4 UN PRODUCTO INNOVADOR EN LA PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS.....	23
▪ LECCIONES APRENDIDAS A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SAFESAVE	24
3.5 EL USO DE METODOLOGÍAS DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL CASO PERUANO	25

CAPÍTULO IV

LOS ESTUDIOS DE CASO: LIMA, CUSCO, CAJAMARCA. LECCIONES APRENDIDAS E IMPACTO DE LOS SERVICIOS

4.1 CAJAMARCA, CUSCO Y LIMA: LOS ESTUDIOS DE CASO.....	30
4.2 LA VOZ DE LAS CLIENTES	44
4.3 LAS MEJORES PRÁCTICAS DESDE EL SERVICIO DE FINANCIAMIENTO	50
4.4 EL IMPACTO DE LOS SERVICIOS.....	52
4.5 OTROS ESTUDIOS DE IMPACTO.....	53
4.6 LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA EL CASO PERUANO	55

CONCLUSIONES

RECOMENDACIONES

ANEXOS

AGRADECIMIENTOS

Queremos agradecer a todas aquellas instituciones y personas que apoyaron de diversas maneras para realizar este estudio.

A los directores, directoras, responsables de crédito, promotores y promotoras de las cinco instituciones seleccionadas para el estudio, quienes nos acogieron y permitieron que conociéramos de cerca su trabajo de microcrédito. Muchas gracias a Rosina Valverde (MIDE-Cusco), Iris Lanao (FINCA-Lima), Hugo Yanque (ARARIWA-Cusco), Percy Villasana (ADRA OFASA-Lima) y Emilio Mondragón (AFIDER- Cajamarca). De igual manera, a las usuarias y usuarios de los servicios que brindan estas instituciones, quienes cedieron un poco de su tiempo para darnos sus testimonios, sin cuyo aporte se hubiera contado con una imagen parcial del tema de nuestro estudio.

Extender nuestro agradecimiento a Armando Pillado y Jack Burga de COPEME, Ana María Zegarra de EDYFICAR, Franz Rubio de Catholic Relief Services, Jaime Guiesecke de USAID, María Alvarado de PROMUC, Jesús Aguilar de CARITAS del Perú, Luisa Santur de FOVIDA y Javier Vega de Prisma, por hacernos espacio en sus recargadas tareas y brindarnos información pertinente para el desarrollo del estudio.

Por otro lado, queremos reconocer el apoyo que brindó Humberto Alzamora, quien se unió a nuestro equipo de trabajo y se encargó de recopilar parte de la información, realizar algunas entrevistas, describir los estudios de casos en las tablas presentadas en este informe, además de sus valiosos aportes en la elaboración del informe.

Finalmente, un reconocimiento especial para el Movimiento Manuela Ramos institución dedicada a la defensa y promoción de los derechos de la mujer en nuestro país, la cual nos brindó el apoyo logístico e institucional para el desarrollo de gran parte de las actividades del estudio.

INTRODUCCIÓN

El presente estudio representa una aproximación a las diferentes estrategias de generación de ingresos y lucha contra la pobreza con énfasis en la provisión de servicios financieros. Se enmarca en el desarrollo del Proyecto Subregional de “Prevención y Eliminación del Trabajo Infantil” (IPEC) de la OIT, como parte del objetivo central del proyecto. El IPEC se plantea capacitar a las familias de origen de los beneficiarios directos del proyecto en alternativas de generación de ingresos y microcréditos para lo que requiere identificar instituciones y opciones viables para implementar alternativas de programas económicos; desarrollar e implementar el esquema de microcréditos y capacitar en el manejo y uso del microcrédito a las familias beneficiarias.

El texto está dividido en cinco partes. En el primer capítulo aborda el tema de la pobreza y las estrategias implementadas para combatirla, con énfasis en las microfinanzas y servicios no financieros en América Latina. Se observa que el microcrédito constituye realmente una respuesta adecuada para la atención a los sectores más pobres, pero que sigue siendo un reto el poder ampliar la cobertura a un mayor número de personas. Se presenta de manera sucinta las otras estrategias no financieras al servicio de las y los más pobres y se reflexiona en torno al trabajo con mujeres pobres, como una alternativa para combatir la pobreza, mejorar la calidad de vida y el ejercicio de sus derechos.

En el segundo capítulo se presenta el desarrollo de la oferta de los servicios financieros a nivel mundial y para el caso peruano. Se observa una especialización de parte de las instituciones formales, las cuales tienden a atender a población de buen nivel económico. Estos hechos nos llevan a preguntarnos ¿cuáles son las metodologías que pueden llegar a los y las más pobres y atender sus necesidades y demandas?

El tercer capítulo presenta los diferentes modelos de metodologías de servicios microfinancieros para población con menores recursos. Se presentan también los resultados de la información recogida en Perú. Se observa que los productos para los más pobres son provistos principalmente a través de ONGs y para su desarrollo se emplean generalmente metodologías de tipo grupal. Las principales innovaciones de la práctica de estas instituciones se han registrado a nivel del control financiero y no así de la flexibilidad de los servicios y la atención de las demandas a los más pobres.

En el cuarto capítulo se exponen los casos revisados y se extraen las principales lecciones y mejores prácticas para la provisión de los servicios. Estos casos son exitosos en varios sentidos; sin embargo, presentan una serie de limitaciones importantes, sobre todo al reducir su enfoque y servicios a la provisión de servicios financieros. En esta sección se discute el tema del impacto de los servicios microfinancieros observándose que éste es mayor en relación al tiempo y montos de crédito manejados es decir, que a través de un mayor tiempo utilizando el crédito como de mayores montos se obtiene un mejor impacto. Así mismo, los estudios muestran que hay mayor impacto en el bienestar de las familias, hijos e hijas cuando los créditos son direccionados a mujeres.

Finalmente, en la última sección se presentan las conclusiones y recomendaciones sobre el estudio que giran en torno a la búsqueda de un desarrollo más integral de los servicios y a la inclusión de los proyectos dentro de la dinámica del desarrollo de la región en que trabajan. Se presentan, además, sugerencias en relación al tipo de intervención o las acciones que el IPEC debería planificar para la promoción de iniciativas de generación de ingresos en las familias de origen del grupo meta con que trabaja.

CAPÍTULO I

POBLACIÓN EN POBREZA, LAS MICROFINANZAS Y LA GENERACIÓN DE INGRESOS EN AMÉRICA LATINA

Los países en vías de desarrollo son susceptibles a la aplicación de diversas iniciativas para combatir la pobreza y generar ingresos. Algunas más efectivas o más sostenibles. El apoyo a estas políticas y prácticas ha sido dado por el propio Estado o por organismos de cooperación internacional, y ejecutadas por los propios organismos, ONGs, organizaciones de base, entidades públicas y para estatales. El apoyo económico para estos fines es otorgado en forma de préstamos o donaciones.

En los últimos años, la mayor parte de intervenciones de donantes se han concentrado en los servicios financieros que incluyen préstamos en base a iniciativas empresariales, ahorro y microseguros. Se considera que a pesar de que no crea potencial económico, puede desencadenarlo y permitir que los pobres utilicen su capital humano y productivo de manera más rentable y establezcan su base de activos. Sin embargo, un enfoque minimalista desde un punto de vista exclusivamente económico difícilmente conlleva a un desarrollo humano sostenible y equitativo, se requiere de un enfoque integral y de una voluntad política, para lograr resultados efectivos en el mediano plazo.

En esta capítulo se hace una introducción al tema de las estrategias para la generación de ingresos en población en pobreza describiendo de manera general las tendencias existentes en nuestra región.

1.1 LAS MEJORES PRÁCTICAS EN MICROFINANZAS A NIVEL MUNDIAL

Las microfinanzas son la provisión de servicios financieros - préstamos, ahorro, seguros o servicios de transferencia- a hogares con bajos ingresos¹. Dichos servicios son provistos por instituciones de microfinanzas y ONGs en base a recursos propios y/o aquellos provenientes del gobierno y/o de agencias internacionales.

Desde la década de los setenta, han surgido instituciones en todo el mundo que han invertido sus recursos en atender la demanda de crédito de población asentadas en los bolsones de pobreza. A fines de los noventa, estas instituciones han adquirido el formato de 'banco' y vienen siendo imitadas gracias al éxito obtenido, el cual se traduce en el desarrollo de nuevas técnicas para ofrecer los servicios de manera sostenible, en una mayor cobertura focalizada en los más pobres y el impacto en el bienestar, fundamentalmente en hogares cuyo jefe de hogar son mujeres².

El estudio realizado con³ tres "bancos exitosos" (The Bank of Agriculture and Agricultural Cooperatives, BAAC de Tailandia, The Village Banks of Bank Rakyat Indonesia, BRI y el Grameen Bank of Bangladesh⁴), dan pistas sobre las tendencias mundiales, y requerimientos para ser exitosos:

¹ Aunque el documento hace mención específica a "familias pobres" o de "bajos ingresos", el principal grupo meta al cual van dirigido las microfinanzas son las PYMEs. Aunque el documento pretende enmarcar a todos los que poseen la característica de familias pobres, se debe tener en cuenta que los sectores de bajos ingresos poseen actividades y características heterogéneas, y con ello demandas por créditos diversas.

² Si se evaluase en términos privados, sería óptimo invertir en empresas manejadas por mujeres. Eigen y otros determinaron el impacto de un programa de micropréstamos al sector informal sobre los resultados económicos de las empresas manejadas por mujeres en comparación de las conducidas por varones. La conclusión fue que mientras las firmas manejadas por varones lograron un crecimiento de las ventas en 8%, en el caso de la mujeres fue 35%; asimismo, esta diferencia es notable cuando se compara el crecimiento del empleo y el del valor agregado. Eigen, Johanna y otros, "Assistance through women's businesses- evaluating the options", en *Small Enterprise Development*, vol. III, No. 4, 1992, p.10.

³ Yaron, J. y otros, *Rural Finance. Issues, Design, and Best Practices*, The World Bank, Washington D.C., 1997, p.139.

⁴ El Grameen Bank (GB) es una de las organizaciones más famosas del mundo que otorga microcrédito; fue el primero en aplicar la tecnología de créditos solidarios. Es la organización financiera rural más importante de Bangladesh, con 2.3 millones de prestatarios de los cuales el 94% son mujeres. Ver Trivelli (1994).

- Políticas macroeconómicas, agrícola y rural favorables.
- Inversión adecuada en infraestructura física y social en zonas rurales.
- Alto grado de autonomía administrativa en la formulación de políticas de operaciones.
- Política de personal con énfasis en entrenamiento, *accountability* y estímulos a través de incentivos y promociones monetarias.
- Innovador sistema de distribución de bajo costo y servicios bancarios móviles.
- Términos y condiciones de préstamo innovadoras y flexibles.
- Estrecha supervisión del otorgamiento del préstamo, altas tasas de repago y baja incobrabilidad.
- Movilización de ahorro doméstico como fuente de recursos cada vez más importante, lo que consecuentemente significó la disminución o la eliminación de la necesidad de donaciones.
- Positiva y frecuentemente, altas tasas de recuperación de fondos.
- Control sobre gastos administrativos.

Evidentemente, el logro del éxito involucra haber sufrido fracasos y haber desarrollado un enfoque de “organizaciones que aprenden” de la experiencia.

El logro estaría definido por el hecho que, por ejemplo, el Grameen Bank de Bangladesh ha otorgado cerca de dos millones de préstamos en 20 años, pero además ha respondido con nuevos productos, como préstamos para vivienda, seguros de vida y servicios de comercialización por Internet⁵. Similarmente, BRAC ha establecido programas especiales para mujeres de zonas rurales⁶.

El balance positivo de estas instituciones se constata en las dimensiones técnica y social de la labor efectuada⁷. Ello se explica no sólo por la calidad del recurso humano de las gerencias,⁸ sino también por contar con el respaldo financiero del Estado⁹. Como resultado han surgido instituciones microfinancieras lo suficientemente flexibles como para responder a cambios de mercado¹⁰, esquemas para determinar la capacidad de deuda¹¹ y sistemas de inversión de ahorro local en la mismas aldeas y servicios no financieros que apuntan a mejorar la competitividad de las PYMES¹².

Varios estudios referentes a los programas de microfinanzas en Bangladesh señalan que los pobres, en especial las mujeres, han sido efectivamente beneficiadas y que los programas de microfinanzas han ayudado a abrir el mercado y a brindar nuevas oportunidades económicas a sus clientes, incrementando el acceso a recursos y contribuyendo a su confianza y bienestar.

⁵ Entrevista a Mohamed Yunus, Director Ejecutivo del Grameen Bank, Londres, junio 1997

⁶ Getubig, I. y Remenyi, Op.Cit., p. 56.

⁷ Estudios sobre el Grameen Bank, (Osmani, 1998) que evaluaron el bienestar de las mujeres encontraron que la participación femenina en el programa de crédito del GB tuvo un efecto positivo y significativo en términos de su grado de autonomía y su acceso relativo a los recursos del hogar (educación, salud, etc.), pero no así sobre su capacidad para tomar decisiones al interior de su hogar. Otras experiencias como la de los bancos en Sudán han invertido parte de sus propias utilidades de servicios de la salud en sus propias comunidades. Ver Harper, Malcom, “Musharaka partnership financing – An approach to venture capital for microenterprise”, en *Small Enterprise Development*, vol. V., No.4, 1994, p. 33

⁸ El éxito de BancoSol, en términos de alcance y sostenibilidad, puede ser atribuido a la fuerte preocupación de los líderes por la viabilidad financiera, incluyendo la determinación de tasas de interés que cubran los costos operativos y una firme política para comprometer a sus clientes en el repago de la deuda. Véase Gonzáles Vega, Claudio y otros, “BancoSol: The challenge of growth for microfinance organization”, en *Microfinance for the Poor?*, Harmut Shneider Ed., IFAD, Paris, 1996, p. 159.

⁹ El éxito de Grameen reside en la simplicidad del modelo: el acceso al crédito mejora la vida de los pobres; el microcrédito tiene un margen de ganancia bajo y hace al programa financieramente viable. Sin embargo, este resultado ha sido posible gracias al fácil acceso al crédito subsidiado, aunque a una tasa decreciente de subsidio dependiente. Ver Hashemi, Syrm, “Building up the capacity for banking with the poor: The Grameen Bank in Bangladesh”, en *Microfinance for the Poor?*, Harmut Shneider Ed., IFAD, Paris, 1996, p. 122.

¹⁰ Farbman, M. y Steel, W., “Research issues for small enterprise development”, en *Small Enterprise Development*, vol. III, No.2, 1992, p.29.

¹¹ En Senegal, las Tontines son una importante manera de organización de grupos de ahorro para el sector informal, son el mecanismo más elegante para determinar la capacidad de deuda: capacidad de ahorro. Ver Balkenhol, Bernard & Gueye, E. H., “Tontines and the banking system – is there a case for building linkage”, en *Small Enterprise Development*, vol. V., No.1, 1994, pp. 47-54.

¹² En Mali, las cajas comunitarias ofrecen servicios de ahorro a todos sus miembros, los cuales se reinvierten en préstamos en la aldea y a su vez se orientan a financiar actividades de subsistencia en pequeña escala. Más importante aún es el servicio de asesoría para el acceso a mercados internacionales. Ver Chao-Beroff, R., “Cajas Comunitarias de ahorro y préstamo del país Dogo: un enfoque local que ha tenido éxito”, en *Boletín del Grupo Consultivo de Ayuda a la Población más pobre*, Washington D.C., 1996, p.3.

1.2 LAS MICROFINANZAS EN AMÉRICA LATINA

El ingreso de los países de América Latina al mundo de las microfinanzas no surge como un movimiento aislado, sino como parte de la globalización de los conocimientos y técnicas a nivel mundial para atender a población en pobreza.

En América Latina, las instituciones de microfinanzas han desarrollado técnicas innovadoras para hacer disponibles los préstamos de acuerdo a su cultura y realidad. Un aspecto clave para el desarrollo de estas estrategias fue la competencia. Cuando las primeras ONGs demostraron que el microcrédito podía ser una estrategia económicamente sostenible en nuestro continente, más instituciones entraron al mercado.

Muchas de las innovaciones representan intentos de las instituciones de microfinanzas por colocarse favorablemente en el mercado, respondiendo competitivamente a su entorno cambiante, al adoptar una estrategia basada en una mejor respuesta a los clientes y eficiencia, con una clara tendencia de direccionar los créditos a préstamos individuales, a microempresas establecidas. Así tenemos que en tres de los mercados microfinancieros más competitivos de América Latina, se produjo una transición durante la última década, de préstamos a grupos hacia préstamos individuales.

Si bien, las microfinanzas fueron vistas como un instrumento para el alivio de la pobreza, y existe un mayor enfoque hacia la población de menores recursos, todavía hay un gran grupo de personas que no tiene acceso al microfinanciamiento. Diversos estudios señalan las razones por las cuales se excluye a la gente más pobre de estos programas de microfinanzas¹³. Entre ellas destacan la necesidad de asegurar la reposición del crédito y son muy cuidadosos de rechazar a los clientes muy riesgosos. Adicionalmente, se da preferencia a personas con ingresos estables, bajo el supuesto que si el negocio no tiene un buen desempeño, el prestatario (a) puede contar con la suficiente capacidad para seguir efectuando los repagos.

Llegar a las y los más pobres con microcréditos es un reto que muchas instituciones de microfinanzas buscan alcanzar.

- **OTRAS FORMAS DE SERVICIOS MICROFINANCIEROS**

En otras áreas importantes de las microfinanzas como el desarrollo de productos de ahorros, y seguros, las respuestas de las instituciones de microfinanzas latinoamericanas han sido débiles. Podemos decir que no se ha evolucionado mucho en términos de la diversificación de productos, sino que más bien que ésta ha crecido.

El crédito es sólo un tipo de servicio financiero. Adicionalmente, los pobres también requieren servicios de ahorro y seguro. Las cooperativas financieras y los bancos estatales son las únicas fuentes formales de las que disponen generalmente los pobres, aunque existe toda una gama de mecanismos informales.

- ♦ **AHORRO:** Los hogares pobres ahorran para gestionar el riesgo y planean flujos de caja para futuras inversiones. Reducen su vulnerabilidad mediante el ahorro para protegerse frente a desastres naturales, malas cosechas, pérdida de empleo, enfermedad o la muerte.

Las entidades de ahorro contribuyen a la gestión del riesgo del hogar. Para permitir total acceso a los depósitos, la institución financiera tiene que estar bien administrada y contar con suficientes recursos. Asimismo, la asistencia técnica y la inversión pueden ser necesarias para aumentar la disponibilidad de productos de ahorro adaptados a las necesidades de los pobres¹⁴.

La provisión de servicios de ahorro voluntario es una alternativa eficaz cuando hay limitantes que restringen el microcrédito. Lamentablemente, la mayoría de las

¹³ Existe un rango en el cual hay gente que posee menos activos, oportunidades de empleo y mayor vulnerabilidad a los cambios sociales y económicos.

¹⁴ Por otro lado, se debe fortalecer los sistemas de información, la dirección y la infraestructura de las instituciones financieras reguladas y asistir a las instituciones no reguladas (por ejemplo, muchas asociaciones de ahorro y crédito) en su transición a una forma jurídica regulada (tal como una cooperativa de crédito regulada).

comunidades pobres carecen de acceso a mecanismos de ahorro seguros, accesibles y con liquidez. Algunas ONGs e instituciones de microcrédito colaboran en el desarrollo de sistemas de ahorro informales. Otras instituciones de microcrédito negocian contratos de ahorro entre clientes pobres e instituciones financieras reguladas con buenos resultados (entre ellas las cooperativas de ahorro).

- ♦ **MICROSEGURO:** El microseguro ofrece un medio para gestionar riesgos específicos compartiendo el costo de eventos improbables entre muchos hogares pobres. Las instituciones microfinancieras están prestando ahora más atención al microseguro, pero las cooperativas de crédito llevan años ofreciendo diferentes tipos de seguros de vida y enfermedad, y las sociedades funerarias informales han operado en la mayoría de los países en desarrollo durante generaciones.

Al igual que el ahorro, la provisión directa de servicios de seguro requiere habilidades y sistemas significativos, así como permanencia institucional. Por este motivo, el mejor servicio que las ONGs pueden aportar es ayudar a los hogares pobres a obtener acceso a los servicios de compañías de seguro sólidamente establecidas.

1.3 LOS SERVICIOS NO FINANCIEROS

Los Servicios No Financieros incluyen tanto el esfuerzo por establecer habilidades básicas dentro de la comunidad, esto es “capital social”, como los servicios de “desarrollo empresarial”. Los primeros, dedicados a la sociedad en general, más pobre, se centra en el aumento de las capacidades económicas mediante la alfabetización, organización de grupos e información sobre servicios financieros y programas de generación de empleo.

Para el desarrollo de las empresas e iniciativas empresariales se requiere del apoyo del Estado y de Organismos de Cooperación en la formulación de políticas y estrategias de fomento. Las estrategias que se llevan a cabo en este sentido, específicamente para el nivel empresarial son : La conformación de conglomerados de pequeñas y micro empresas, la articulación entre la pequeña y gran empresa. El Desarrollo local y regional basado en la pequeña empresa. La promoción de las exportaciones del sector.

En todos los casos, es necesario que la población cuente con una oferta de servicios no financieros que orienten y mejoren su producción y desempeño organizacional y comercial. La oferta de servicios no financieros se basa en¹⁵:

- **ASISTENCIA TÉCNICA:** Las empresas deben tener acceso a tecnología nueva, apropiada, de acuerdo a sus necesidades productivas y de penetración al mercado.
- **CAPACITACIÓN:** Es la transmisión de conocimientos y experiencias a las empresas, tanto a sus obreros y técnicos como a los empresarios y profesionales.
- **COMERCIALIZACIÓN:** Los problemas productivos aíslan al empresario del aspecto comercial del negocio, por lo que instituciones especializadas deben encargarse del mercado, mediante articulación comercial, exportaciones, ventas al Estado, nichos de mercado, etc.
- **INFORMACIÓN:** La disponibilidad de información sobre el mercado, tecnología, entre otros temas, es cara, compleja y de difícil acceso para el pequeño empresario.
- **CREACIÓN DE TECNOLOGÍA:** A nivel mundial se está dando, mediante las incubadoras de empresas e instituciones especializadas en investigación tecnológica.

La tendencia actual es a cobrar por estos servicios no financieros para que las empresas valoren esta inversión y asegurar las sostenibilidad y mejora continua de los entes proveedores¹⁶. La intención es crear un mercado de Servicios No Financieros, pero existe un sector más pobre de la población que, por este mecanismo, queda excluido de la recepción de este tipo de ayuda. Esto imposibilita el desarrollo de iniciativas, ya que los más pobres carecen de acceso a asistencia técnica y capacitación.

Sin embargo existen instituciones que a los largo de los últimos 20 años han ido acumulando experiencia de trabajo con sectores pobres y muy pobres de nuestra población, especialmente trabajo con mujeres¹⁷. Por lo tanto, se cuenta con metodologías de capacitación reflexivas y participativas en temas empresariales¹⁸ (gestión empresarial, técnicas productivas, marketing).

En el camino recorrido por estas instituciones, muchas llegan a la conclusión que es indispensable invertir en el desarrollo personal de esta población, mejorar la autoestima, recuperar valores, reconocerse como sujetos a derecho, con capacidad crítica para hacer propuestas y aportar en la construcción de países democráticos, éticos, trabajando con equidad y justicia social, con conocimiento de sus habilidades y destrezas innatas.

Este tipo de recursos difícilmente pueden ser cubiertos por la propia población en los primeros años de intervención, es un proceso, que podría llevar a encontrar una autosostenibilidad parcial en el mediano plazo.

¹⁵ Fernando Villarán, “Riqueza Popular” . Ediciones del Congreso del Perú. Lima, 1998.

¹⁶ Comité de Agencias Donantes para el Desarrollo de la Pequeña Empresa, “The Blue Book”, febrero 2001.

¹⁷ Desarrollando la perspectiva de género en los centros de servicios empresariales. MITINCI. Lima 1997

¹⁸ Promoviendo Servicios para Mujeres empresarias, Manuela Ramos, Intercambio, Lima 2000, p.72-78

1.4 OTROS COMPONENTES EN LAS ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE INGRESOS Y SU IMPACTO EN EL SECTOR MÁS POBRE

Las estrategias de generación de ingresos en Latinoamérica no sólo incluyen la provisión de servicios financieros y no financieros para población pobre sino que contemplan otros componentes dentro de los cuáles destacan la generación de infraestructura y reformas regulatorias y legales para la promoción de las actividades económicas.

Cuando no se consideran las limitaciones en la capacidad de la infraestructura existente, los proyectos de desarrollo tienden a fracasar o en todo caso, su impacto se ve limitado significativamente. El aislamiento cultural, económico y geográfico de las regiones impiden el desarrollo industrial, comercial e incluso la producción agrícola. Se requiere por lo tanto de implementación y mejora de carreteras, sistemas de comunicación, irrigación, porque constituyen una plataforma necesaria para las actividades económicas e incluso para el crecimiento de los polos de desarrollo que fomenten la descentralización, y, por consiguiente, la industria y comercio en general

Por otro lado, el fenómeno de la creación de autoempleo ha generado una alta informalidad, por lo que se identifica microempresa y toda la gama de experiencias generadoras de ingresos con empresa informal. Las dificultades que se presentan para estas iniciativas empresariales son los pasos a seguir para la formalización y los engorrosos mecanismos regulatorios. Los derechos de propiedad y el costo de registrar propiedades afectan también el acceso de los pobres al crédito. Tanto los donantes como las ONGs son los llamados a facilitar la promoción y la asistencia en la reforma regulatoria y política¹⁹. Las reformas regulatorias y legales se centran básicamente en la facilitación de la formalización de las empresas. Sin embargo, hay aspectos fundamentales como la simplificación tributaria, que se toman en cuenta, pero no son lo suficientemente comunicados.

No todas las personas pueden crearse su propio empleo, por ello también se hace necesario contar con programas de generación de empleo, alternativos a la micro y pequeña empresa.

1.5 LAS MUJERES Y LAS ESTRATEGIAS DE GENERACIÓN DE INGRESOS

Dentro de las estrategias utilizadas para la generación de ingresos para la población en pobreza, el trabajo con mujeres cobra relevancia en la medida que se ha demostrado su eficacia para obtener un mayor impacto en el bienestar de las familias y en el tema del empoderamiento de los y las más pobres.

La Década de la Mujer (1976 – 1985) declarada por la Naciones Unidas en 1975 en la ciudad de México, marca un hito importante para visibilizar las circunstancias en las cuales vive la mujer y sus implicancias en el desarrollo de la humanidad. El tema sobre la situación de la mujer se debate en diversos foros y conferencias mundiales en los siguientes 25 años, en la búsqueda por una mayor equidad y justicia de género. Se logran grandes avances, aunque insuficientes.

Las Agencias y Fundaciones de Cooperación Internacional, como el Banco Interamericano de Desarrollo, UNIFEM, Banco Mundial, las iglesias, se comprometen a apoyar entre otros, proyectos de generación de ingresos para mujeres pobres. Estos proyectos fueron surgiendo en la década de los 80 como proyectos pilotos con recursos donados y con un gran componente de capacitación y un casi nulo acceso a líneas de crédito. Son experiencias que han demandado muchos recursos y tiempo para hacerlas viables. Indudablemente si estos recursos necesarios son exiguos para la envergadura de los proyectos y si no se cuenta con un contexto económico favorable, al igual que cualquier otra empresa, muchas no podrán sostenerse en el tiempo y llegarán a fracasar. La tendencia en los 80 era trabajar con mujeres organizadas en Cooperativas o asociaciones de producción, como Calmañana en Uruguay, Tejemujeres en Ecuador, Arte y Campo en Bolivia²⁰, Mujeres Creativas en Perú²¹, para

¹⁹ Enfoques, octubre 2001, CGAP, BID.

²⁰ REPEM, Así se hace, emprendimientos económicos exitosos liderados por mujeres y un manual de lobby propositivo, Uruguay, 1999

²¹ Villanueva, Alicia, Es necesario darnos un empujoncito, Manuela Ramos, Lima 1995

mencionar algunas que a la fecha continúan operativas. Todas ellas han recibido apoyo de la cooperación internacional y de profesionales trabajando en esos proyectos con mucha mística.

En la década de los 90, con un modelo económico liberal, aguda crisis económica y un proceso de globalización en expansión, las economías de las y los mas pobres recrudece. Más del 50% de la población se encuentra en situación de pobreza y las mujeres son las más pobres de los pobres, con menores oportunidades y mayores responsabilidades. Las mujeres ingresan al mercado de trabajo en situaciones desventajosas , pero juegan un papel protagónico en muchos de nuestros países latinoamericanos y hacen frente a las adversidades con iniciativas económicas, autoempleo, microempresas, asociaciones.

Si se quiere combatir la pobreza y posibilitar una mejor calidad de vida, se requiere de voluntad política y de trabajo concertado entre Gobiernos y sociedad civil en una apuesta por un desarrollo integral, donde hombres y mujeres cuenten con igualdad de condiciones y oportunidades, de una apuesta mundial de querer realmente hacer posible un mundo mejor para hombres y mujeres, niñas y niños.

Existen actualmente esfuerzos en este camino. Así se tiene:

- Programas de alimentos por trabajo y empleo, en obras públicas productivas, siempre que el gobierno tenga recursos para ello o se cuente con donantes. El Programa Mundial de Alimentos de las Naciones Unidas, por ejemplo, otorga a los niños una ración de alimento por cumplir con su “trabajo” de asistir a la escuela.
- Estudios e investigaciones así como proyectos integradores, fomentando el desarrollo local, de concertación de la población, municipios y mercado, contando para ello con el auspicio de diversos agentes de cooperación internacional, como la OIT.
- Redes nacionales, regionales e internacionales motivadas por encontrar mecanismos de concertación y de aprendizaje mutuo. En América Latina tenemos a la Red de Educación Popular entre Mujeres-REPEM, la cual desde el año 1994 viene trabajando el tema Género, economía popular y educación²². En el año 2000 se constituye la Red Intercambio, motivada en facilitar el intercambio de prácticas óptimas en Género y Servicios para la Microempresa en América Latina²³.
- Concursos internacionales, regionales y nacionales dirigidos especialmente a experiencias económicas lideradas por mujeres y jóvenes en situación de pobreza, con lo cual se permite: visibilizar sus experiencias y su contribución a la sociedad, reconocer sus potencialidades y encontrar mejores mecanismos para su mejor y efectiva incorporación en el mercado de trabajo. Además permite ofrecer modelos de desarrollo alternativos.

²² Villanueva Alicia, Las empresarias, sus derechos, sus propuestas, REPEM - Manuela Ramos, Lima, 2001

²³ INTERCAMBIO, Promoviendo Servicios para Mujeres Empresarias. Experiencias destacadas. Concurso sub regional andino 2000

CAPÍTULO II

LAS MICROFINANZAS EN EL PERÚ

Los enfoques tradicionales de crédito para las microempresas incluían paquetes integrales de crédito y capacitación, asumiendo que se requiere de un continuo subsidio para servir a este tipo de entidades. Sin embargo, la experiencia internacional demuestra que las instituciones destinadas a otorgar crédito a las microempresas basadas en subsidios por parte de Estado o donaciones de terceros para financiar sus operaciones, no han logrado llegar a las empresas de menor envergadura. Hasta 1990, la mayoría de hacedores de política peruanos empleaban dichos enfoques tradicionales como una forma de tratar la pobreza y estimular inversiones y producción. Como resultado, los administradores de las instituciones que trabajaban en microfinanzas se ocupaban de asegurar fondos externos baratos en vez de movilizar depósitos u operar de una manera más empresarial.

Este esquema ocasionó que importantes segmentos del sistema financiero formal redujeran su participación en el financiamiento a la micro y pequeña empresa. La contracción de las microfinanzas, especialmente en áreas rurales, fue muy severa: la mayoría de uniones de crédito colapsaron, el Banco Agrario y sus cientos de oficina fueron cerrados.

Desde 1990, en el Perú se han observado importantes progresos en el sistema financiero, dirigidos al establecimiento de un sistema más moderno y un crecimiento eficiente de los servicios financieros. Sin embargo, las metodologías utilizadas por la mayoría de las instituciones del sistema financiero formal por alcanzar la autosostenibilidad no son consistentes con las características propias de las microempresas. Las prácticas de la mayoría de bancos comerciales se basan en estudios de calidad de clientes, los cuales resultan costosos por lo que sólo son viables para préstamos de alto monto. Dentro de estas prácticas se incluyen verificación de créditos anteriores a modo de obtener información sobre el cliente, realización de tasaciones y solicitudes de garantías formales, entre otros; técnicas no aplicables a las iniciativas empresariales y microempresas, al no contar este tipo de negocios con antecedentes crediticios, registros contables adecuados y ni las suficientes garantías solicitadas.

Como una respuesta a estas deficiencias en los distintos países se han desarrollado programas en el sector intermedio que aplican técnicas similares a las de los bancos, pero relajando el requerimiento de colaterales y cobrando tasas de interés más bajas. Por el lado del sector informal, se ofrecen servicios financieros con altas tasas de interés, a personas que carecen de intermediación profunda.

Bajo cualquiera de las modalidades posibles, los nuevos paradigmas señalan que el microcrédito deberá tener dos objetivos básicos: ser autosostenibles y llegar a una parte significativa del público objetivo. Para lograrlo, las técnicas modernas incluyen un conocimiento de las preferencias del público objetivo, un conocimiento de la oferta de productos y servicios que satisfagan sus necesidades, y el reconocimiento de que el ahorro es tan importante como el crédito para fomentar el desarrollo.

2.1 LAS INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS EN EL PERÚ

Antes de mencionar cuales son las fuentes de financiamiento externo de las PYMEs, cabe distinguir dos segmentos de mercado para tener una visión clara de las dinámicas de financiamiento. En un extremo están los conductores de actividades generadoras de ingresos de subsistencia, los cuales acceden mayoritariamente a fuentes de financiamiento intermedio e informal²⁴ o no acceden a financiamiento alguno. En el otro extremo están aquellos negocios en expansión, producto de la acumulación de conocimiento del mercado y activos que

²⁴ El sector de créditos informales está compuesto por diferentes intermediarios que varían ampliamente, tanto en su organización y composición como en sus principales actividades realizadas. La característica “intermedio” significa que no están bajo la supervisión de la SBS, lo cual legalmente les impide intermediar recursos obtenidos del público. Tampoco necesitan hacer provisiones por sus créditos, pero sí tienen que pagar impuestos a las ventas (IGV) por sus ingresos financieros.

respaldan cualquier inserción. En este último caso, los organismos no gubernamentales de desarrollo han respaldado la iniciativa de miles de empresarios, como el caso de las Cajas Municipales de ahorro y crédito, Cajas Rurales de ahorro y crédito y las ONGs asociadas a COPEME, que colocó US\$ 33 millones atendiendo 20,000 prestatarios PYME²⁵ en 1995. Asimismo, las entidades públicas como el Ministerio de Industrias, FONCODES²⁶ y COFIDE²⁷ siguen cumpliendo un rol promotor de PYMES, y superando los US\$75 millones de dólares. En suma, el segmento más dinámico de las PYMES ha encontrado en instituciones de desarrollo a un socio estratégico; sin embargo, y a pesar del esfuerzo estatal, los alcances son aún limitados.

Las fuentes de financiamiento para las PYMES y de los organismos destinados a brindarles créditos son de origen externo e interno.

Por el lado de las **fuentes externas** están organizaciones tales como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Unión Europea, la Corporación Andina de Fomento (CAF), la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), el Fondo Contravalor Perú Canadá y otras fuentes de cooperación bilateral, así como las ONGs del exterior. Por el lado de las **fuentes internas** están el Estado, a través de COFIDE, FONCODES y algunas empresas financieras bancarias y no bancarias.

A continuación se analiza en mayor detalle cada una de estas instituciones y cuál ha sido su desempeño en los últimos años²⁸.

▪ **BANCOS COMERCIALES**

Su rol, aunque pequeño, ha comenzado a expandirse para las PYMES, por las diversas formas o arreglos institucionales hechas con donantes internacionales y otras ONGs (Chávez y Chacaltana, 1994):

Sólo el 6% de los conductores de PYMES acceden al sistema bancario comercial privado formal: mientras la oferta de crédito en 1995 era de US\$82.2 millones, la demanda por préstamos comerciales alcanzaba US\$1,000 millones.

El reto de masificar el crédito bancario comercial es difícil de plasmar, puesto que en la banca se manejan criterios privados y no necesariamente sociales²⁹. El negocio financiero debe ser rentable y para ello su operatividad se sustenta en el análisis de riesgo calculado. Por ello, no es de extrañar que, como en cualquier parte del mundo financiero³⁰, exista gran cautela por parte de la banca por otorgar crédito a microempresarios. Como resultado existen enormes barreras de acceso al crédito y ello hace imposible ampliar la cobertura.

▪ **COOPERATIVAS DE CRÉDITO**

Usualmente operaban en escala menor; diversas experiencias fallidas han hecho que se les dé pobre atención a los requerimientos financieros de las PYME, pese a programas de ayuda externa.

▪ **SISTEMA DE CAJAS MUNICIPALES DE AHORRO Y CRÉDITO**

Las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC) son instituciones financieras que se crearon en el Perú como un elemento de descentralización financiera y de democratización del crédito en el país. Su objetivo es impulsar el desarrollo de las provincias mediante el financiamiento de actividades productivas, comerciales y de servicios. Así, sus servicios están

²⁵ Coronel Zegarra, A. y Ponce, R., *Perú: Territorio de Oportunidades para el Microcrédito*, Grupo de Trabajo Crédito y Desarrollo, Lima, 1996, p. 20.

²⁶ Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social

²⁷ Corporación Financiera de Desarrollo

²⁸ El esquema ha sido extraído del documento: Financiamiento para las Micro y Pequeñas empresas: Algunas líneas de acción, Janine León y Mark Schreiner.

²⁹ El sistema financiero tradicional no es accesible para los productores pobres porque se basa en criterios patrimonialistas ("mientras más garantías tienes más te presto"). Ver Barrenechea L., Carlos, *Puno: Desarrollo Humano y Competitividad*, Fondo Contravalor Perú-Canadá, Lima, 1997, p.29.

³⁰ Baydas, Mayada et al., "Information problems in lending to small scale-enterprises evidence from Ecuador", en *Small Enterprise Development*, vol. IV, No. 2, 1993, pp.49-53.

orientados a la atención de los estratos de la población que cuentan con limitado acceso al sistema financiero tradicional.

Su importancia radica en el hecho que el sistema financiero concentra la mayor parte de sus recursos en Lima y en un grupo reducido de grandes ciudades del país, situación que se vio agravada por la crisis económica que atravesó el Perú en la década del 90. Así, estas instituciones se convirtieron en una alternativa de financiamiento en zonas poco atendidas por el sistema financiero tradicional, pero con un alto potencial de crecimiento.

La captación de ahorros constituye un pilar importante de las actividades de las Cajas Municipales, idea que va acorde con las nuevas tendencias a nivel mundial. Así, se encargan de fomentar el hábito del ahorro en la población y de canalizarlo hacia actividades económicas de importancia a nivel regional. La captación es directa y personal mediante la promoción, las visitas domiciliarias y los servicios de unidades móviles que disponen algunas de las Cajas³¹.

Entre los servicios que brindan las Cajas Municipales, se encuentra el otorgar créditos personales orientados a empleados de los sectores privado y público³². Otro de los métodos usados es el crédito con garantía de la compensación por tiempo de servicio³³.

En la actualidad, la estructura de las colocaciones muestra que los créditos de las CMAC destinados a la microempresa, representan alrededor del 60% del total de colocaciones. Asimismo, los depósitos son la principal fuente de financiamiento, aun cuando los adeudados constituyen una parte importante de sus pasivos.

▪ **SISTEMA DE CAJAS RURALES DE AHORRO Y CRÉDITO**

Las Cajas Rurales son empresas privadas cuyo objeto social es realizar intermediación financiera en apoyo a la actividad económica desarrollada exclusivamente en el ámbito rural en donde operan³⁴.

Las Cajas Rurales funcionan movilizando los recursos financieros de fuentes nacionales e internacionales y fomentando el ahorro con miras a facilitar el acceso al crédito de los agentes económicos que residen en el área de su influencia y mejorar así el nivel de vida en el medio rural.

Los adeudados y otras obligaciones financieras son la principal fuente de recursos de las Cajas Rurales. Estos fondos ascendían, a fines de setiembre de 1999, a 118.45 millones de nuevos soles, monto equivalente al 55% de los pasivos. A fines de setiembre de 1999, el total de colocaciones brutas de las Cajas Rurales ascendía a S/. 175.32 millones, de los cuales alrededor del 58% fue destinado a microempresas.

Las cajas rurales enfrentan varias dificultades: deterioro de la cartera de colocaciones, altos costos operativos y sobredimensionamiento de la administración.

▪ **EMPRESAS DE DESARROLLO DE LA PEQUEÑA Y MICRO EMPRESA (EDPYME)**

Las EDPYMES tienen como objetivo otorgar financiamiento a las PYMEs. A diferencia de las Cajas Rurales y las Cajas Municipales, no pueden captar depósitos del público, pero al igual que las dos anteriores, obtienen financiamiento tanto interno como externo.

³¹ Las Cajas Municipales captan el ahorro del público en las modalidades de ahorro con órdenes de pago, ahorro con libretas comunes, depósitos a plazo y depósitos de compensación por tiempo de servicios (CTS). Además del ahorro del público, captan recursos de entidades como el Consejo Provincial, empresas municipales, consejos distritales, micro y pequeñas empresas, colegios, clubes, bancos, etc.

³² Una de las modalidades utilizadas es el préstamo con descuento por planilla, generalmente a 10 meses y a tasas del mercado.

³³ Asimismo, estas entidades realizan cobros de servicios tales como agua, luz y pensiones escolares. En algunos casos también realizan la cobranza de arbitrios municipales y el impuesto predial.

³⁴ Las Cajas Rurales realizan diversas operaciones tales como: recibir depósitos de ahorro y a plazos; otorgar créditos directos, con o sin garantía; otorgar avales, fianzas y otras garantías, inclusive a favor de otras empresas del sistema financiero; adquirir y negociar certificados de depósito emitidos por una empresa, instrumentos hipotecarios, warrants y letras de cambio provenientes de transacciones comerciales; entre otros. Ver Mónica Gabel (1999).

Las ventajas de una conversión de ONG en EDPYME son, en primer lugar, la posibilidad de una mayor escala de operación; en segundo lugar, el reconocimiento de ser una institución supervisada; la posibilidad de acceder a mayores fuentes de fondo; entre otros.

En el Perú, las EDPYMES y ONGs, vienen utilizando diversos modelos de préstamos para las microempresas. Estos modelos buscan desviar el problema que se presentan en el microcrédito.

▪ **MIBANCO**

Mibanco es una institución financiera que se constituyó como banco en mayo de 1998. Anteriormente era la ONG Acción Comunitaria, la cual financiaba a la pequeña y microempresa desde hace 15 años³⁵.

El público objetivo de Mibanco está constituido por PYMEs que tienen limitado acceso al financiamiento ofrecido por el sistema financiero formal. Así, se ofrece financiamiento directo e indirecto para capital de trabajo, inversiones en activos, y avales y cartas fianzas, así como créditos de corto y mediano plazo. A diferencia de las ONGs, esta institución tiene la capacidad de captar fondos del público para fondear sus operaciones.

▪ **ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES (ONGs)**

Estas instituciones de tienen como fin último atender problemas de pobreza, siendo el crédito parte de los servicios provistos a sus grupos metas.

En los últimos veinte años se ha observado un rápido crecimiento de ONGs en Perú. Un importante grupo de ellas, la mayoría relacionada con el desarrollo económico de segmentos de bajos ingresos, tiene programas de crédito. Pese a este crecimiento registrado, estos programas no han sido estudiados en profundidad; y sólo han sido abordados por estudios de caso o investigaciones sobre un tipo específico de programa de crédito, aun cuando su importancia ha sido ampliamente reconocida por casi todos los sectores, hasta el punto que la Ley de Bancos vigente incluye un procedimiento específico para que estas instituciones se formalicen (la constitución de un entidad para el Desarrollo de la Pequeña y Microempresa – EDPYME).

▪ **BANCOS DE DESARROLLO**

Incluyen usualmente programas de crédito subsidiado para pequeños productores rurales o urbanos; fueron las IMF favoritas de la cooperación internacional durante los setenta, antes de sus continuas bancarrotas económicas, y pobres resultados sociales, en términos de alcance de los grupos metas.

▪ **OTRAS INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADOS**

Incluyen a las PYME como parte de sus grupos de atención; entre las principales líneas de crédito a la Pequeña y Microempresa se encuentran³⁶.

- ♦ **COFIDE:** La Cooperación Financiera de Desarrollo (Cofide). Canaliza recursos fundamentales a través de la banca comercial y las entidades financieras (85% de las colocaciones). Una pequeña parte (5%) es canalizada vía las cajas municipales y rurales.
- ♦ **FOGAPI:** La Fundación Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (Fogapi), promueve a la pequeña y microempresa a través de la emisión de cartas-fianza para facilitar el acceso al crédito.

³⁵ El accionariado de Mibanco está conformado por la ONG Acción Comunitaria que cuenta con el 60% de las acciones; Acción Internacional con sede en Boston con el 7%; el Banco de Crédito y Wiese con el 6.7% cada uno; y ProFund Internacional con el 19.7%. El patrimonio del banco ascendía a fines de setiembre de 1999 a 46.4 millones de nuevos soles.

³⁶ Crédito a la Pequeña y Microempresa. Valderrama León, Mariano. CEPES. (1997).

- ♦ **FONDEMI:** El Fondo de Desarrollo de la Microempresa presta colocaciones de crédito a los microempresarios en convenio con las organizaciones no gubernamentales, utilizando como ventanilla a los bancos comerciales.
- ♦ **AID (estados unidos):** En el tema de las microfinanzas, la AID viene desarrollando tres líneas o programas. 1) Financiamiento directo dirigido a población pobre en zonas rurales intermediada por ONGs, 2) Asistencia Técnica y capacitación a instituciones de microfinanzas en convenio con COPEME y 3) Financiamiento indirecto para ofrecer garantías a instituciones seleccionadas para que puedan acceder a más fondos de crédito.
- ♦ **FONDO DE CONTRAVALOR PERÚ – CANADÁ:** El Fondo ha proyectado la mayor parte de sus actividades de apoyo financiero a la pequeña y mediana producción hacia el interior del país. Proporciona dos tipos de financiamiento: una primera modalidad es el financiamiento a las PYME a través de entidades intermediarias (ONGs), y la segunda es el crédito directo a las empresas agropecuarias que se proyectan hacia la exportación.

En el siguiente cuadro se detalla la participación de los tipos de instituciones microfinancieras en el mercado de microcrédito a junio del 2001.

IMFs	NO. PRÉSTAMOS A JUN 2001	%	CARTERA PYME (US\$) A JUN 2001	%	SALDO PRÉSTAMO PROMEDIO (US\$)
ONGs	73.733	22%	13.529.310	5%	183
EDPYMES	29.206	9%	29.690.185	11%	1017
CMACs	127.094	38%	128.074.286	47%	1008
CRACs	36.524	11%	58.257.714	21%	1595
MIBANCO	71.040	21%	44.457.714	16%	626
Total IMFs	337.597	100%	274.009.209	100%	812

Fuente: Microfinanzas en el Perú. Año 2, N° 5. Octubre de 2001.

BANCOS COMERCIALES	CARTERA MES (US\$) A JUNIO 2001
B. Continental	155.898.286
B. Santander Central Hispano	45.354.000
B. del Trabajo	29.338.857
B. Wiese Sudameris	29.141.143
B. de Crédito del Perú	19.867.143
B. de Comercio	759.143
B. Sudamericano	427.143
B. Interamericano de Finanzas	184.000
B. Financiero	27.714

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros.

2.2 ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA DE MICROFINANCIAMIENTO

Se tienen varios estudios sobre la oferta de microfinanciamiento en el país; sin embargo, también es importante tener estimados sobre el tamaño, la naturaleza y el potencial de alcance en un ambiente competitivo de la demanda. Encontramos que existen dos grandes obstáculos en la estimación de la demanda en el mercado de microcréditos: la falta de información de censo sobre negocios que identifica microempresas, y la oferta actual de productos, que limita el número de individuos calificados que desean lo que se ofrece.

Sobre la base de estudios realizados sobre el tema (Trivelli, 2000), se tiene indicios de que existe una demanda de financiamiento en los sectores de bajos ingresos. Dicha demanda estaría enfocada a adquirir mayor capital de trabajo o para financiar determinados tipos de

consumo (consumo estable, consumo de determinados bienes durables o semidurables, financiar contingencias, etc.)

2.3 OBSERVACIONES FINALES

De acuerdo con algunos estudios, el principal problema que se presenta al diseñar los productos de las IMF es la necesidad de ofrecer productos que vayan más allá del crédito y que puedan ayudar a clientes muy distintos en mitigar los diferentes tipos de riesgos con que se encuentran y a superar las crisis una vez ocurrida. Los sistemas flexibles de ahorros y seguro, y los préstamos para vivienda, educación y emergencias, son ejemplos de productos que permitirían a los clientes hacer frente al riesgo en mejores condiciones. El sector del microfinanciamiento debería hacer lo posible por mejorar sus actuales servicios y encontrar la manera de introducir una gran variedad de nuevos productos que permitan a los clientes reducir su vulnerabilidad frente al riesgo³⁷.

En las tres décadas pasadas se han experimentado políticas e intervenciones directas orientadas a las PYMEs. Específicamente, las políticas de crédito para PYME, implementadas por gobiernos y donantes internacionales no han sido efectivas. La ineffectividad de las instituciones públicas en la intervención directa y a través de regulación durante las décadas de los 70's y 80's, prácticamente eliminaron las posibilidades de intervención directa en los mercados. En base a estas lecciones, las actuales políticas para PYME precisan orientarse principalmente a:

- Fortalecer el contexto institucional para la actividad empresarial de las PYMEs.
- Fortalecer la actividad de los agentes de mercado, para que éstos sean capaces de proveer permanentemente de insumos escasos como: financiamiento, conocimiento técnico, e información. Sobre financiamiento, las PYME requieren IMF autosuficientes y duraderas, capaces de operar permanentemente y de modo económicamente eficiente, mientras atienden a su grupo objetivo, las PYMEs.
- Apoyar el diseño de productos financieros adecuados a los requerimientos y posibilidades de las PYMES, que puedan ser ofrecidos a costos mínimos por las IMF.

Las CMAC han logrado llegar con éxito a los microempresarios, alcanzando un importante número de ellos, con elevados niveles de rentabilidad y tasas de morosidad bastante reducidas³⁸ gracias a la tecnología crediticia que utilizan. Dicha tecnología se sustenta en la información que obtienen sobre los solicitantes de crédito, y en una exhaustiva evaluación de su capacidad y voluntad de pago, antes que en las garantías. Este esquema surge debido a las características típicas de los clientes que atienden: pequeños y microempresarios marginados por el sistema financiero formal, que no cuenta con garantías líquidas.

En lo que respecta a la participación de la banca comercial, éstas han privilegiado a la pequeña empresa y a los grupos más consolidados de la microempresa, ya que la atención de estos clientes representa menores costos operativos y puede crear oportunidades para suministrarles otros servicios bancarios³⁹.

Asimismo, por el lado de las instituciones que brindan financiamiento no formal, se da una concentración en créditos de corto plazo y de montos relativamente reducidos, orientados básicamente a mantener el nivel de actividad (vía producción o consumo) de los prestatarios, dejando de lado el financiamiento de inversiones, y limitando con ello su impacto en el desarrollo de las actividades productivas de los prestatarios. Además, se postula que el financiamiento no formal atiende sólo parcialmente la demanda de capital de trabajo de los sectores de bajos ingresos y microempresarios, debido a las restricciones en su fondeo de recursos o a sus prácticas de racionamiento.

El sector no formal ofrece ventajas para los estratos de bajos ingresos: bajos costos de transacción, periodos cortos de evaluación y desembolso, flexibilidad en el repago y ante contingencias, trato personalizado y riesgo compartido.

³⁷ Cohen, Mónica, Microfinanciamiento y gestión de riesgos Enfoques N° 17. CGAP

³⁸ A diciembre de 1999, la rentabilidad del patrimonio del sistema de cajas municipales superaba el 32% y la tasa de morosidad registrada fue de 5.3%, mientras que la morosidad de los bancos y de las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs) fueron de 8.3% y de 16.3%, respectivamente.

³⁹ Portocarrero, Felipe. Microfinanzas en el Perú: experiencias y perspectivas. Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico. PROPYME, 1999. p. 22.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍAS Y PRODUCTOS FINANCIEROS

El término “metodología” aplicada a los servicios financieros nos refiere a las tecnologías y estrategias a partir de las cuales se ofrecen y desarrollan los servicios financieros, adaptando formas organizativas al nivel de los usuarios(as) e instituciones con el fin de facilitar el acceso a los recursos financieros, el retorno de los recursos brindados, la sostenibilidad de los programas así como el uso adecuado y eficiente de los mismos por parte de los clientes de los servicios. Toda metodología conlleva una visión sobre los mecanismos de intervención de los servicios y una serie de procedimientos de organización a nivel institucional y a nivel de la población beneficiaria para la ejecución de las operaciones así como los mecanismos para el análisis del impacto de los servicios. Dicha metodología puede además contemplar el desarrollo de los servicios financieros con los no financieros.

Una de las razones atribuidas al hecho de que muchas familias pobres no utilicen los servicios del sistema formal e intermedio radica en que dichas instancias no satisfacen de manera adecuada las necesidades de la población. De esta manera se presentan una serie de demandas para el consumo de servicios financieros que giran en torno al rápido acceso a los créditos y al establecimiento de formas de ahorro y pago no rígidos; es decir, aspectos directamente vinculados con la metodología y productos financieros. Los mercados financieros se enfrentan al reto de ofrecer a estos usuarios metodología flexible de crédito y ahorro (Felipe Portocarrero 1999).

En el presente capítulo se presentan los principales modelos metodológicos para el desarrollo de los servicios financieros con población de escasos recursos, tanto a nivel mundial como para el caso peruano, considerando sus posibilidades de acceso para la población más pobre.

3.1 MODELOS DE PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS⁴⁰

Desde el sector bancario hasta el sector informal, los servicios financieros adoptan múltiples formas que coexisten y que pueden complementarse o competir (The European Comisión, 2000).

Diferentes formas institucionales presentan diferentes lecciones para gobiernos y donantes respecto al diseño de tecnologías y metodología para la autosostenibilidad de las experiencias como para el acceso al grupo meta que se han propuesto. Estas formas van desde ROSCAs y prestamistas informales hasta bancos comerciales, cooperativas de crédito, y organismos no gubernamentales (ONGs). A continuación se presentarán las principales metodologías utilizadas en microfinanzas de acuerdo con el nivel de formalización de las instituciones que proveen los servicios.

▪ MODELOS DE SERVICIOS EN EL SECTOR FORMAL O LA BANCA

La mayoría de los bancos e instituciones integradas a la banca formal trabajan sus servicios microfinancieros a través de la oferta de préstamos individuales y menos utilizando técnica grupales. Muy pocos, como el Banco el Sol o el Banco Empresarial en Bolivia y el Bank of Nova Scotia en Guyana, ofrecen además servicios grupales. Por otro lado, los montos prestados son en general mayores que los del sector informal o el intermedio y sus plazos son fijos (Mayada 1997).

Respecto a las similitudes entre la banca formal y las ONGs, se puede observar que las frecuencias de los pagos son parecidos, girando en un rango entre las dos semanas y una semana en la mayoría de los casos. Otro aspecto común es el tiempo que transcurre entre las solicitudes y la entrega de fondos que en la mayoría de los casos giran entre una semana o 10 días. A diferencia de las ONGs, los bancos ofrecen además servicios de depósitos.

▪ MODELOS DE SERVICIOS FINANCIEROS EN EL SECTOR INFORMAL/SECTOR AUTÓNOMO⁴¹

⁴⁰ Esta presentación de modelos se basa en la clasificación presentada en el texto Microfinance Methodological considerations. 2000

⁴¹ Al hablar de un sector autónomo nos referimos a las organizaciones llamadas usualmente informales, instituciones creadas por la propia población sin intervención externa y sin estatus legal como las ROSCAs, los proveedores informales de servicios financieros, etc.).

Las ROSCAs, Roating Savings and Credit Associations⁴² y los *prestamistas informales* (*moneylenders*), son consideradas instancias informales o locales de provisión de servicios financieros. Los prestamistas cobran altas tasas de interés, pero desembolsan los montos rápidamente sin recargar al prestatario con costos de transacción.

Las ROSCAs son grupos donde los individuos acuerdan contribuir de modo regular a un fondo común, que es distribuido después de cada recolección a un miembro del grupo, según alguna regla de rotación. Las ROSCAs proveen acumulación de ahorros, intermediación financiera limitada y seguro (Krahn y Schmidt 1994). Aunque las ROSCAs son inflexibles para los requerimientos de las PYMES, ellas demuestran la factibilidad y poder de los contratos con mecanismos de auto-obligación. Ellas muestran que sus participantes tienen ahorros que pueden ser movilizados, que pueden administrar sus instituciones financieras, y que los problemas de incentivos son reducidos cuando todas las partes son a la vez principal y agente, y son simultáneamente monitores y monitoreados.

▪ **MODELOS DE PROVISIÓN EN EL SECTOR INTERMEDIO⁴³**

Las ONGs siguen siendo la principal fuente de recursos financieros para la población en pobreza, con escaso o nulo acceso al crédito.

El desarrollo del crédito aparece para muchas instituciones como una herramienta importante para la generación de ingresos y trabajo dentro de una estrategia integral que contempla otros servicios, como la diseminación de innovación técnica, diversificación del trabajo, incremento de la producción.

- ♦ **FONDOS ROTATORIOS:** Esta modalidad es probablemente la primera que se introdujo entre las ONGs. Surge normalmente en instituciones que se han propuesto mejorar las condiciones de vida de agricultores a través de asistencia técnica a los cultivos o a la crianza de ganado.

Consiste en otorgar recursos en calidad de crédito (semilla, ganado, insumos, dinero) a grupos organizados y familias, con garantía de la organización comunal, los cuales utilizan estos recursos durante una o más campañas, debiendo luego devolverlos con un interés convenido para que sea nuevamente prestado.

Este financiamiento está compuesto generalmente por insumos agropecuarios adquiridos por una institución (no financiera) que recibe el pago del crédito ya sea en dinero o en producto. En el caso de productos agrícolas, los plazos pueden ir de 6 a 12 meses; es decir, un año agrícola. Los montos pueden oscilar entre 100 y 500 dólares. Se trata además de apoyos crediticios con un componente de asistencia técnica y puede sustentar programas de transferencia tecnológica de las instituciones o formar parte de programas de desarrollo integrales, multisectoriales o microregionales.

Esta estrategia registra una serie de problemas, como la no existencia de formas eficientes de recuperación. Sucede muy frecuentemente que en el periodo siguiente, cuando se debe reasignar el crédito, no es posible castigar o presionar al grupo ya que la relación con la ONG se resentiría, lo cual no puede suceder en programas de características continuas.

Los beneficiarios son normalmente grupos meta cautivos con los cuales la ONG viene desarrollando relaciones durante varios años (Chávez 1997).

⁴² También son llamados *pasanakus* en Bolivia, *panderos* en Perú, *tandas* en México, *sanés* en la República Dominicana, *cuchubales* en El Salvador.

⁴³ Sector intermedio: Instituciones creadas para proveer servicios financieros fuera de la banca formal como ONGs, cooperativas, EDPYMES, Cajas municipales, Cajas rurales.

- ♦ **GRUPOS SOLIDARIOS:** Dicho mecanismo permite a los prestamistas obtener información confiable acerca de los solicitantes de crédito sobre la cual tomar la decisión de prestar. Como compensación a esta información, los grupos y organizaciones de base se mantienen como parte de los beneficiarios o clientes de un programa de crédito determinado.

En el caso de la selección de prestatarios con colaboración de grupos solidarios, el aspecto más importante es que las garantías están constituidas por avales cruzados (garantías solidarias) de un conjunto de prestatarios autoseleccionados, que por lo general no excede de diez.

El modelo del grupo solidario busca que el prestamista no se vea en la necesidad de asumir parte del riesgo inherente a cada individuo. Para lograrlo conforma grupos, de tal manera que todos sus miembros se hacen responsables por las obligaciones asumidas por cada uno de sus miembros, lo que fomenta el monitoreo entre los miembros. Bajo esta modalidad, algunas ONGs y EDPYMES otorgan préstamos a microempresas para capital de trabajo y libre disponibilidad.

Para mejorar la efectividad de esta técnica, el modelo original (Grameen Bank de Bangladesh) incluía aspectos adicionales y externos al crédito. Así, los grupos eran conformados libremente por personas que se conocían con anterioridad. Antes de otorgarle el crédito al grupo, sus miembros asisten a reuniones en las que se les enseñan normas de conducta, se fomenta el ahorro y la integración entre los integrantes del grupo. Luego, los préstamos son desembolsados a los miembros sólo con la aprobación del grupo y del banco y bajo un esquema escalonado según el cual, sólo se entregan préstamos adicionales a los miembros del grupo si se han honrado los anteriores.

- ♦ **BANCOS COMUNALES:** Los préstamos son otorgados a grupos conformados por no más de 25 personas, principalmente mujeres que desarrollan una actividad económica. Ellas se conocen mutuamente y suelen vivir en el mismo barrio o comunidad. Se reúnen ante la convocatoria de una ONG para conformar un Banco Comunal y recibir el crédito. Todas las integrantes responden en grupo por la devolución del total del préstamo de la ONG. Tienen capacidad de ahorro, recursos que utilizan para otorgar más préstamos.

Este modelo combina tres características: atención a grupos con menores recursos, un componente de ahorro a la par que el de crédito, una administración participativa a nivel de los bancos.

Otro modelo utilizado es el del Banco Comunitario, en el que se considera a la comunidad como una sola unidad o grupo. Así, el crédito es dispensado por entidades formales o semi-formales con el apoyo, por lo general, de alguna ONG. De esta manera, se realiza préstamos de entre US\$100 y US\$400 a poblaciones en extrema pobreza.

- ♦ **CRÉDITOS INDIVIDUALES:** Se otorgan microcréditos generalmente bajo la modalidad de créditos escalonados, empezando con montos pequeños, a personas naturales. La mayoría de instituciones solicitan como garantía, facturas de maquinarias o equipos y un aval.

3.2 LOS MODELOS SEGÚN EL SECTOR FINANCIERO Y SUS IMPLICANCIAS EN LAS METODOLOGÍAS

Algunos autores observan una clara asociación entre el modelo institucional que brinda el servicio (formal, informal, intermedio) y la metodología utilizada. Estos aspectos, a su vez, son relacionados al grupo meta generalmente clasificado entre más o menos pobre.

Estudios como el de Microfinance Methodological Considerations observan claras diferencias entre el sector formal o bancario, intermedio y el sector informal respecto a la metodología y los grupos meta con que trabajan. Estas diferencias pueden ser clasificadas según la orientación de los servicios: hacia el sistema financiero formal o dirigido al desarrollo.

Las instituciones y metodologías orientadas hacia el sistema financiero formal ponen un claro énfasis en las normas bancarias y en la búsqueda de la sostenibilidad financiera a partir de cubrir los costos de operación no teniendo como grupo objetivo a los más pobres y llegando de manera marginal a este grupo. Por otro lado, podemos observar modelos que se orientan bajo las normas del desarrollo, buscando atender las necesidades de los usuarios o beneficiarios de los proyectos.

En relación a las características de las metodologías utilizadas, podemos observar que en el extremo formal los productos tienden a ser individuales y los modelos están relativamente decididos (los productos, estilos de acceso, pago, intereses, el acceso a los servicios, garantías). En el otro lado, los usuarios manejan sus propias reglas, negociándolas con los proveedores⁴⁴.

3.3 DEL MODELO IDEAL A LA TENDENCIA ACTUAL EN EL USO DE LOS MODELOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS MICROFINANCIEROS

Este modelo de clasificación de las metodologías según sector financiero y grupo meta, nos permite observar la asociación encontrada por diferentes actores sobre estas variables. Sin embargo, la tendencia actual de las ofertas financieras es a reducir las distancias respecto a los procedimientos de desarrollo de sus servicios. En general, cada sector tiende a aplicar las lecciones aprendidas por los otros ofertantes con el fin de mejorar su nivel de cobertura o el nivel de autosostenimiento de sus instituciones. De este modo, las instituciones ligadas a la banca formal han desarrollado estrategias de los sectores informales como la flexibilización de sus cuotas para llegar a más clientes. Por otro lado, los sectores informales han introducido tecnología crediticia de la banca formal para la gestión de sus transacciones (Felipe Portocarrero 1999).

La necesidad de ampliar la cobertura de sus transacciones, de llegar a una población más grande y el autosostenerse, ha llevado a un proceso importante de transformación de las metodologías utilizadas para el desarrollo de los servicios financieros. Las metodologías y productos ofertados tratan de mejorar las dificultades de la oferta de los servicios financieros a partir del desarrollo de mecanismos no tradicionales para mejorar el acceso de los usuarios, monitorear su acción e incentivar el repago por los servicios.

Muchos de estos elementos imponen costos de transacción que los clientes preferirían no pagar o que consideran poco ideales. Algunos clientes prefieren no tener que cogarantizar préstamos o participar en grupos, ingredientes de las metodologías grupales para el desarrollo de servicios financieros. Para otros clientes, los préstamos iniciales pueden resultar muy bajos para sus necesidades.

Habiendo alcanzado cierto grado de éxito en el control del riesgo del crédito, las metodologías de microfinanciamiento están entrando en una nueva fase al tratar de responder cada vez más a las demandas de los usuarios. Según Felipe Portocarrero, en esta nueva fase las IMF están abocadas en complementar tres objetivos:

- a) Reducir los costos de transacción para ofertantes y usuarios.
- b) Hacer que los productos de microfinanzas sean más accesibles a los usuarios.
- c) Complementar ambos aspectos sin incrementar los riesgos de créditos.

A pesar de esta tendencia, muchas IMF enfatizan la reducción del riesgo de transacción por sobre las demandas de la población objetivo. Muchas metodologías están interesadas en reducir los costos de transacción introduciendo cogarantías a partir de metodologías grupales. Algunos clientes que no podrían cubrir dichas garantías se benefician de esta organización, pero algunos, cuyas actividades económicas están en crecimiento, prefieren servicios más individuales. Muchas IMF que brindaban antes sólo servicios grupales están implementando mecanismos individuales para sus mejores clientes.

Estos avances en torno a las metodologías crediticias inciden en la importancia de tomar en cuenta la necesidad de los usuarios de los servicios o clientes. Sin embargo, no plantean o responden al problema sobre el acceso de los grupos más pobres a los servicios financieros. Una de las preguntas que surgen al respecto es cómo es que se puede acceder a los más

⁴⁴ Microfinance Methodological Considerations., Luxenburgo 2002.

pobres y sus necesidades a partir de la innovación en las metodologías y productos financieros ofertados. A continuación se expondrá un caso de innovación metodológica con el fin de adaptar los servicios financieros a las necesidades de la población con menores ingresos de una ciudad de Bangladesh.

3.4 UN PRODUCTO INNOVADOR EN LA PROVISIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS

Los productos de microfinanzas tienden a ser uniformes en amplias zonas geográficas. Por ejemplo, en el caso de Bangladesh se ofrecen variantes del producto iniciado por el Grameen Bank⁴⁵. A diferencia de Bangladesh, en África Oriental⁴⁶, los préstamos otorgados en condiciones similares son reembolsados en un periodo menor de tiempo.

A pesar de estas diferencias respecto al periodo de tiempo en que deben ser pagados los servicios financieros, en cada caso el método adoptado es el utilizado por la mayoría de las IMF más importantes del área. De esta manera, la mayoría de clientes utilizan el tipo de producto que domina localmente. Esta tendencia parece generalizarse en la medida que tanto los “mayoristas de fondos” como las instituciones donantes prefieren y estipulan la adopción del “modelo predominante” como condición necesaria para recibir donaciones o préstamos.

Según la CGAP⁴⁷ este predominio tiene gran impacto sobre nuestra comprensión de la demanda y la prestación de los servicios microfinancieros. Las IMF sugieren que estos productos son demandados por la población lo que es interpretado como un indicador de que los usuarios están conformes. Recientemente este tipo de indicador está siendo cuestionado en la medida que simplemente puede responder a que no hay muchas posibilidades en el mercado.

El CGAP sostiene la importancia de generar modelos más flexibles para la población con menores recursos o flexibilizar los modelos existentes, haciéndolos más sensibles a las demandas existentes. Dicha conclusión se desprende del análisis de un caso exitoso de crédito y ahorro en Dhaka, ejecutado por la IMF SafeSave. Esta institución ofrece un producto poco convencional con características que lo hacen mucho más flexible que el producto dominante en Bangladesh⁴⁸.

▪ EL MODELO DE AHORRO Y CRÉDITO DESARROLLADO POR SAFESAVE

Los clientes de SafeSave⁴⁹ abren cuentas individuales y no están organizados en grupos. Los promotores de la institución los visitan diariamente tanto en su propia casa como en su lugar de trabajo. Cualquier tipo de transacción es realizada durante esta visita diaria. De esta manera, los clientes no tienen que visitar la agencia o asistir a ninguna reunión.

Los clientes, en cada visita diaria pueden ahorrar la cantidad que quieran (o no hacerlo) o retirar la cantidad que deseen hasta el límite del saldo de sus ahorros. Los saldos que se acrecientan se premian con un interés del 10% anual. Los clientes también pueden solicitar préstamos libremente y utilizarlos para el propósito que ellos elijan, tomando una cantidad adicional a su saldo en ahorros. Por otro lado, los préstamos no tienen que ser pagados según un plan fijo; no hay un plazo de vencimiento determinado y pueden descontar el pago de su saldo de ahorro. El único requisito “obligatorio” es que los cargos mensuales de interés sobre los préstamos (3%) deben ser pagados mensualmente.

Esta flexibilidad posibilita que los diferentes clientes elijan patrones de ahorro, retiro, préstamos y reembolsos que varían enormemente entre sí. Se puede observar cómo muchos tienden a ahorrar en el largo plazo mientras que otros utilizan más los servicios de crédito, de acuerdo a las necesidades del ciclo de vida de sus familias y actividades económicas.

⁴⁵ Es decir, se otorgan créditos con un plazo aproximado de un año; se promueven los reembolsos con una frecuencia establecida (semanales por lo general); estos servicios son otorgados en contextos de grupos para un uso productivo con un componente de ahorro de carácter obligatorio.

⁴⁶ Donde las IMF locales fueron influenciadas por el modelo del Village Bank y el Grameen.

⁴⁷ Grupo consultivo de ayuda a la población más pobre.

⁴⁸ Basados en el modelo creado por el Grameen Bank.

⁴⁹ Su grupo de clientes está compuesto tanto por varones y mujeres como por niños y adultos.

▪ **LECCIONES APRENDIDAS A PARTIR DE LA EXPERIENCIA DE SAFESAVE**

Este caso demuestra la gran variedad de necesidades y oportunidades para los habitantes de las barriadas pobres de esta ciudad que utilizan los servicios financieros. Demuestra, además, que cuando se proporcionan servicios flexibles, los utilizarán de maneras diversas. Ambas observaciones respaldan un creciente consenso en los círculos de las microfinanzas de que los productos y sistemas de provisión deben ser más sensibles a las demandas. En teoría, se puede llegar a este resultado ampliando la gama de productos que presenta una institución.

A pesar de los resultados alentadores de SafeSave, la experiencia plantea interrogantes relacionadas a la sostenibilidad y el grupo meta al que se puede llegar con estos servicios. Entre estas interrogantes destacan:

1. ¿Una mayor flexibilidad atraerá a los más pobres, realmente?
2. ¿Se pueden ofrecer productos a los más pobres de manera segura y sostenible?
3. ¿Se pueden proporcionar productos flexibles a los pobres en una gran escala y en diferentes entornos?

Sobre la primera interrogante, la CGAP observa que los pobres tienen ingresos poco confiables para la oferta de servicios financieros y gastan una gran proporción de sus ingresos para subsistir (alimentos y combustibles para cocinar), al igual que los menos pobres. Como resultado, los recursos de que disponen no les permite financiar casi ningún otro gasto. Estos hechos hacen que la población con menores recursos deba recurrir a reservas de ingresos anteriores (ahorros) o adelanto de ingresos futuros (préstamos). En este sentido, la necesidad de servicios financieros para los pobres es en muchos casos más urgente y frecuente que la de quienes no son tan pobres. Pero, también debemos considerar que cuanto más pobre se es, menos se puede ahorrar, amortizar, y es muy probable tener un flujo de ingresos irregular e inestable (Matin y Rutherford, 2001).

Según el CGAP, estas consideraciones plantean que para poder atraer a los más pobres, las IMF necesitan ofrecer variabilidad en las cantidades depositadas y frecuencia de oportunidad para realizar depósitos. Los pagos variables permiten a los más pobres hacer depósitos cuando los tienen disponibles, en vez de cuando los exige un régimen inflexible de ahorro o amortización.

Estudios al respecto concluyen que los más pobres con frecuencia se autoexcluyen de los esquemas de las IMF (o algún miembro del grupo o personal de las IMF los dejan fuera) por temor a no poder mantenerse al día frente a un programa de pagos rígidos de ahorro y crédito.

La frecuencia de oportunidad maximiza los escasos ahorros de los pobres, ofreciéndoles muchas posibilidades de aprovechar recursos mínimos cuando pueden. Este modelo se ve reflejado e inspira en el sector informal donde muchas personas muy pobres mantienen esquemas de ahorro y crédito rotativo con pagos diarios.

Las investigaciones del caso SafeSave sugieren que esta institución está llegando a los clientes más pobres en mayor proporción que las IMF convencionales y ello en parte se debe a su variabilidad y frecuencia.

Respecto a las posibilidades de oferta de productos seguros y sostenibles para los más pobres, en el caso de SafeSave, el programa está obteniendo la tan ansiada autosostenibilidad, con lo cual, hasta el momento, se puede concluir que este tipo de experiencias flexibles pueden sostenerse con el tiempo.

Respecto a las posibilidades de réplica de esta experiencia, el GCAP considera que, a pesar que este tipo de servicios altamente flexibles pueden ser prestados de manera sostenible en zonas urbanas densamente pobladas, esto no significa que puedan prestarse en gran escala y que puedan ser ejecutadas con éxito en zonas rurales o urbanas de menor densidad de población y de ingresos. Estas interrogantes sólo pueden ser absueltas en la medida que la institución se amplíe a nuevos entornos.

▪ **ALGUNOS ASPECTOS PARA LA DEFINICIÓN DE PRODUCTOS ADECUADOS DE MICROFINANCIAMIENTO DESDE EL MODELO FLEXIBLE**

El tema de la provisión de servicios financieros para población con menores recursos plantea grandes retos sobre los tipos de productos y metodologías ofertados y que, además, son

requeridas por la población. Desde este punto de vista, modelos como el crédito rural y empresarial así como los créditos de un año del Grameen Bank, se enfrentan a una realidad que exigen una revisión⁵⁰

Reflexiones al respecto sugieren la necesidad de por los menos 5 requerimientos básicos que son materia del diseño de metodologías para la prestación de los servicios financieros:

1. Un buen producto financiero es aquel que hace fácil el depósito de ahorros y amortizaciones. Según estas modelo **depósitos fáciles** son aquellos que hacen regulares, frecuentes, rápidos y flexibles, una buena idea puede ser contar con un vecino o promotor local que diariamente recoja ahorros o pagos y entregue los créditos.
2. Un buen producto financiero es aquel que hace **fácil retirar los ahorros** .
3. Debe ser capaz de aceptar montos de **depósitos flexibles**; reconociendo que los ingresos de los más pobres son bajos e inestables. Permitir el abono de montos muy bajos de manera continua puede permitir mejoras en el ejercicio del ahorro y pago de los usuarios.
4. Ofrecer un **amplio rango de escalas de tiempo** para la realización de los ahorros y pago de créditos adaptados a las necesidades de los más pobres.
5. Los préstamos deben servir para **atender cualquier tipo de necesidad**, no sólo de carácter productivo.

Los aportes de este componente centran su atención en los aspectos estrictamente relacionados. Un componente no contemplado (soslayado) por las experiencias innovadoras está en la oferta de servicios no financieros y su potencial como un servicio complementario que puede contribuir al incremento del impacto, sobre todo en el trabajo con población de menores recursos.

3.5 EL USO DE METODOLOGÍAS DE SERVICIOS FINANCIEROS PARA EL CASO PERUANO

En este estudio nos basamos en los datos presentados en el último reporte de COPEME⁵¹, el cual nos permite tener información sobre los desembolsos por metodología, sector, destino y género de los usuarios según IMF, entre enero a setiembre de 2001. En este reporte se cuenta con información de 16 ONGs, 10 EDPYME, 12 Cajas Rurales y 13 Cajas Municipales⁵².

Los diferentes modelos de prestación de servicios microfinancieros que presentamos, sugieren que el crédito es el servicio de mayor oferta en nuestro país. Esta observación concuerda con la planteada por Torero y Valdivia⁵³, que afirman que la intermediación financiera en la mayoría de IMF es de carácter crediticio.

Para todo el universo de instituciones monitoreadas por COPEME, los modelos de prestación de los servicios se reducen a tres:

- Créditos Individuales
- Grupos Solidarios
- Bancos Comunales

Por otro lado, también se observa la presencia de estos modelos indistintamente en los diferentes tipos de instituciones; sin embargo, se nota cierta asociación entre el tipo de IMF y el modelo de servicios utilizado.

Las diferentes metodologías trabajan sobre una tasa de interés que bordea el 4% mensual. Los créditos se dan tanto en moneda nacional como en dólares, dependiendo de la zona, montos, tipo de negocios, entre otros.

⁵⁰ Focus Note No 15, Raising the Curtain on the Microfinancial Services Era.

⁵¹ Consorcio de organizaciones privadas de promoción y desarrollo de la pequeña y microempresa. Perú

⁵² COPEME, Microfinanzas en el Perú, año 3 número 6

⁵³ Torero Máximo y Valdivia. Mobilizing Microsavings in Perú. GRADE 2000.

DESEMBOLSOS POR TECNOLOGÍA, SECTOR, DESTINO Y GÉNERO POR IMFS DE ENERO A SETIEMBRE DE 2001										
IMF/Asociación/Federación	Tecnología			Sector			Destino		Género	
	Individ.	Solidaria	BCC	Produc.	Comerc.	Servic.	Cap Trab	Act Fijos	Masc.	Fem.
ONG										
Adra Ofasa	0%	0%	100%	17%	76%	7%	100%	0%	0%	100%
Caritas del Perú	0%	49%	51%	0%	73%	27%	100%	0%	s.i.	s.i.
Edaprosop – Prog. Alcancías Comunes	0%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	16%	84%
Edaprosop – Prog. Asistencia Financiera	100%	0%	0%	0%	100%	0%	100%	0%	42%	58%
Finca	0%	0%	100%	15%	70%	15%	90%	10%	3%	97%
Fondesorco	86%	14%	0%	70%	26%	4%	92%	8%	59%	41%
Fovida – Prog. Credivida	93%	7%	0%	13%	83%	4%	100%	0%	45%	55%
Gcod Grupo Consultivo para el desarrollo	34%	0%	66%	32%	39%	29%	76%	24%	29%	71%
ONG Idesi La Libertad	100%	0%	0%	15%	50%	35%	100%	0%	53%	47%
Ipr – Instituto de Promoción Regional	100%	0%	0%	47%	49%	4%	85%	15%	30%	70%
Manuela Ramos – Créd. Individual	100%	0%	0%	36%	55%	9%	100%	0%	17%	83%
Manuela Ramos – BCC	0%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	100%
MIDE – Progr. La Chuspa	8%	89%	3%	20%	75%	5%	91%	9%	12%	88%
Prisma	0%	10%	90%	68%	26%	6%	100%	0%	55%	45%
Promujer	0%	0%	100%	0%	100%	0%	100%	0%	0%	100%
Rasuhullca	65%	34%	1%	14%	78%	8%	99%	1%	30%	70%

Fuente: Reporte de Microfinanzas N° 6, COPEME

DESEMBOLSOS POR TECNOLOGÍA, SECTOR, DESTINO Y GÉNERO POR IMFS DE ENERO A SETIEMBRE DE 2001										
IMF	Tecnología			Sector			Destino		Género	
	Individ	Solidaria	BCC	Produc.	Comerc.	Servic.	Cap Trab	Act Fijos	Masc.	Fem.
EDPYME										
Confianza	100%	0%	0%	36%	59%	5%	52%	48%	s.i.	s.i.
Crear Arequipa	100%	0%	0%	21%	52%	27%	80%	20%	56%	44%
Crear Cusco	100%	0%	0%	35%	36%	29%	74%	26%	53%	47%
Crear Tacna	100%	0%	0%	25%	51%	24%	85%	15%	59%	41%
Crear Trujillo	73%	27%	0%	13%	80%	7%	90%	10%	49%	51%
Credivisión	78%	22%	0%	70%	20%	10%	97%	3%	36%	64%
Edyficar	89%	7%	4%	22%	61%	17%	80%	20%	52%	48%
Nueva Visión	100%	0%	0%	24%	54%	22%	67%	s.i.	75%	25%
Proempresa	100%	0%	0%	13%	64%	23%	89%	11%	55%	45%
Solidaridad	76%	10%	14%	63%	30%	7%	100%	0%	67%	33%
CRAC (12 CRAC)	100%	0%	0%	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
CMAC (13 CMAC)	100%	0%	0%	25%	51%	24%	100%	0%	s.i.	s.i.
MIBANCO (25 agencias)	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.

Fuente: Reporte de Microfinanzas N° 6 , COPEME

DESEMBOLSOS POR MONTOS (US\$) Y PLAZOS POR IMF DE ENERO A SETIEMBRE DE 2001								
IMF	Hasta US\$300	301 a 1000	1001 a 3000	3001 a más	Hasta 4	5 a 12	13 a 24	25 a más
ONG								
Adra Ofasa	93%	7%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Caritas del Perú	36%	64%	0%	0%	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
Edaprospro – Prog. Alcancías Comunes	100%	0%	0%	0%	100%	0%	0%	0%
Edaprospro – Prog. Asistencia Financiera	30%	50%	16%	4%	24%	71%	5%	0%
Finca	90%	10%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Fondesurco	0%	42%	57%	1%	0%	100%	0%	0%
Fovida – Prog. Credivida	8%	53%	39%	0%	18%	82%	0%	0%
Gcod Grupo Consultivo para el desarrollo	100%	26%	16%	0%	0%	100%	0%	0%
ONG Idesi La Libertad	5%	41%	38%	16%	13%	62%	25%	0%
Ipr – Instituto de Promoción Regional	37%	38%	25%	0%	37%	42%	21%	0%
Manuela Ramos – Créd. Individual	8%	42%	35%	15%	4%	93%	3%	0%
Manuela Ramos – BBCC	100%	0%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
MIDE – Progr. La Chuspa	99%	1%	0%	0%	45%	55%	0%	0%
Prisma	83%	17%	0%	0%	0%	100%	0%	0%
Promujer	100%	0%	0%	0%	35%	65%	0%	0%
Rasuhuilca	36%	47%	9%	8%	38%	61%	1%	0%

Fuente: Reporte de Microfinanzas N°6 , COPEME

DESEMBOLSOS POR MONTOS (US\$) Y PLAZOS POR IMF DE ENERO A SETIEMBRE DE 2001								
IMF	Hasta US\$300	301 a 1000	1001 a 3000	3001 a más	Hasta 4	5 a 12	13 a 24	25 a más
EDPYME								
Confianza	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
Crear Arequipa	7%	31%	30%	32%	16%	51%	24%	9%
Crear Cusco	2%	23%	48%	27%	1%	73%	26%	0%
Crear Tacna	4%	19%	38%	39%	14%	58%	25%	3%
Crear Trujillo	1%	20%	70%	9%	3%	81%	16%	0%
Credivisión	23%	46%	24%	7%	9%	91%	0%	0%
Edyficar	1%	16%	40%	43%	1%	62%	35%	2%
Nueva Visión	3%	60%	17%	20%	6%	68%	19%	7%
Proempresa	8%	22%	37%	33%	16%	63%	14%	7%
Solidaridad	5%	24%	33%	38%	26%	61%	10%	3%
CRAC (12 CRAC)	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.
CMAC (13 CMAC)	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	6%	43%	30%	21%
MIBANCO (25 agencias)	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.	s.i.

Fuente: Reporte de Microfinanzas N°6, COPEME

La cifras presentadas en el Reporte de Microfinanzas sugieren las siguientes ideas principales, respecto al comportamiento de los diferentes tipos de IMF que operan en nuestro país:

LAS ONGS:

EN EL 50% DE LOS CASOS LA TECNOLOGÍA CREDITICIA MÁS USADA ES LA DE LOS BANCOS COMUNALES. POR OTRO LADO, UN 44% DE LOS CASOS UTILIZA MÁS DE UNA METODOLOGÍA, SÓLO DOS, HACEN USO DE LAS TRES POSIBILIDADES.

LOS FONDOS SON DESTINADOS TANTO PARA EL SECTOR COMERCIO COMO PRODUCCIÓN Y DE UNA FORMA MUCHO MENOR EN SERVICIOS, ADEMÁS SE DIRIGEN CASI EXCLUSIVAMENTE PARA CAPITAL DE TRABAJO. RESPECTO AL SEXO DE LOS CLIENTES, ENCONTRAMOS UN PORCENTAJE MAYOR DE CRÉDITOS DIRIGIDOS A MUJERES.

LA MITAD DE LOS CASOS Y PRÁCTICAMENTE LA TOTALIDAD DE LOS MONTOS DESEMBOLSADOS, CORRESPONDEN A COLOCACIONES MENORES A US\$300. EN GENERAL, LAS INSTITUCIONES QUE BRINDAN CASI LA TOTALIDAD DE SUS CRÉDITOS DE HASTA 300 DÓLARES UTILIZAN LA TECNOLOGÍA DE BANCOS COMUNALES. LOS CRÉDITOS INDIVIDUALES EN SU MAYOR PARTE ESTÁN MÁS ASOCIADOS A DESEMBOLSOS POR MONTOS MAYORES. POR OTRO LADO, LA MAYOR PARTE DE LOS DESEMBOLSOS CORRESPONDEN A PLAZOS ENTRE MENOS DE CUATRO MESES Y EL AÑO.

LAS EDPYMEs:

LA MAYOR PARTE DE LOS DESEMBOLSOS FUERON EJECUTADOS A TRAVÉS DE PRESTAMOS INDIVIDUALES. POCO MÁS DE LA MITAD DE ESTAS INSTITUCIONES OFRECEN SÓLO SERVICIOS DE CARÁCTER INDIVIDUAL, Y EL RESTO COMBINA ESTA TECNOLOGÍA PRINCIPALMENTE CON GRUPOS SOLIDARIOS, SIN EMBARGO EL USO DE ESTA METODOLOGÍA ES MUCHO MENOR.

LA MAYOR CANTIDAD DE FONDOS SON DESTINADOS PARA EL COMERCIO, SEGUIDO POR LA PRODUCCIÓN Y EN UNA MENOR MEDIDA PARA EL SECTOR SERVICIOS. POR OTRO LADO, SI TOMAMOS EN CUENTA EL DESTINO DE LOS FONDOS SE OBSERVA QUE ÉSTOS SON DESTINADOS EN UNA MAYOR PROPORCIÓN PARA CAPITAL DE TRABAJO Y EN MENOR MEDIDA PARA LA ADQUISICIÓN DE ACTIVOS FIJOS. RESPECTO AL SEXO DEL CLIENTE, NO SE OBSERVAN DIFERENCIAS IMPORTANTES ENTRE VARONES Y MUJERES, AUNQUE SI, UNA LIGERA PREFERENCIA HACIA LOS PRIMEROS.

LA MAYOR PARTE (77%) DE LAS EDPYME REGISTRADAS CONCENTRAN SUS DESEMBOLSOS ENTRE LOS 1001 Y 3000 DÓLARES E INCLUSO MÁS. EL PROMEDIO DE LOS FONDOS DESTINADO POR ESTAS INSTITUCIONES A MONTOS ENTRE 301 A 1000 DÓLARES ES DE 29% Y LOS CRÉDITOS DE HASTA 300 DÓLARES SÓLO ABARCAN EL 6% DE LOS DESEMBOLSOS POR INSTITUCIÓN EN PROMEDIO. RESPECTO A LOS PLAZOS, ESTOS GIRAN PRINCIPALMENTE ENTRE LOS 5 A 24 MESES. SE TRATAN ENTONCES DE PLAZOS MEDIANOS.

LAS CAJAS MUNICIPALES Y CAJAS RURALES DE AHORRO Y CRÉDITO :

LOS CRÉDITOS INDIVIDUALES SON EL ÚNICO MODELO UTILIZADO POR ESTE TIPO DE INSTITUCIONES. PARA EL CASO DE LAS CMAC EL SECTOR ECONÓMICO MÁS IMPORTANTE ES EL DE COMERCIO CON EL 50% DE LOS DESEMBOLSOS Y ÉSTOS SE DESTINAN PRINCIPALMENTE PARA CAPITAL DE TRABAJO (100%). NO SE CUENTA CON INFORMACIÓN ESTADÍSTICA SOBRE EL DESTINO DE LOS CRÉDITOS DE ACUERDO AL SEXO.

SOBRE LAS PLAZOS SÓLO SE CUENTA CON INFORMACIÓN DE LAS CMAC*, QUE OSCILAN ENTRE LOS 5 Y 24 MESES.

▪ ANÁLISIS DE LAS METODOLOGÍAS

Parece existir una fuerte relación entre el tipo de institución, grupo objetivo y la metodología utilizada. En general, las instituciones vinculadas a sistemas más formales de prestación de créditos (EDPYME, CMAC, CRAC) utilizan más los modelos individuales de servicios financieros mientras que las ONGs actúan con modelos grupales en mayor medida, con montos reducidos, plazos cortos, sin garantías convencionales y con bajos costos de transacción.

El análisis de la información nos permite observar cómo las metodologías más frecuentes que se asocian al trabajo con población de menores recursos son las de carácter grupal y provienen de los modelos extraídos de las experiencias con bancos comunales y grupos solidarios. De ambos, los bancos comunales son los más utilizados en la medida que permiten acceder a más usuarios y proveer a los usuarios de un componente de ahorro. Por otro lado, los bancos comunales están asociados a montos de crédito más bajos⁵⁴, con lo cual se podría estar llegando a sectores por debajo de la línea de pobreza. Sin embargo, la mayoría de las instituciones entrevistadas señalaron no atender a la población más pobre, debido a que era un grupo de riesgo que requería de otro tipo de estrategias para atender sus necesidades.

A pesar de que existe esta asociación entre tipo de IMF y modelo de servicio, se aprecia que, entre las EDPYME y ONGs, un 43% de estas instituciones utilizan por lo menos dos modelos para el desarrollo de sus servicios. En el grupo de las CMAC y CRAC la totalidad de las instituciones utiliza un modelo individual para el desarrollo de sus servicios.

Según nuestras entrevistas, en todos los casos, tanto plazos como montos de crédito, ahorro e interés son establecidos por las IMF y el poder de los usuarios para decidir y manejar estos aspectos es relativamente reducido. Esta primera aproximación nos sugiere que los modelos utilizados por las IMF no permiten mucha capacidad de manejo de las condiciones de crédito y ahorro por parte de los usuarios y de esta forma las diferentes necesidades de los clientes no

* El reporte de COPEME no cuenta con información sobre montos y plazos para el caso de Mibanco.

⁵⁴ Por debajo de los US\$300.

serían totalmente satisfechas. Un estudio realizado por CEPES-IEP (2000), sugiere que los propios clientes revierten este hecho a través de créditos simultáneos de diferentes fuentes. Según este estudio, se requieren al menos de dos fuentes de crédito para atender la demanda de servicios. Se ha verificado que las fuentes informales (panderos, juntas, amigos, familiares, proveedores) tienden a cubrir demandas específicas y diferenciadas por sectores de bajos ingresos que no son atendidas plenamente por la oferta formal ni intermedia, lo que genera una relación de complementariedad entre las diferentes fuentes de recursos financieros.

A pesar de una clara heterogeneidad de los clientes de las IMF, se maneja la idea de sentido común de que las instituciones que ofrecen microcrédito atienden especialmente a pobres o a grupos vulnerables tradicionalmente desatendidos por los prestamistas formales convencionales. Esta idea puede cumplirse en términos generales. Sin embargo, para autores como Portocarrero y Trivelli, es difícil establecer y sobre todo generalizar el estrato de pobreza atendido o la escala de operaciones de los clientes atendidos por cada institución.

En el estudio de Trivelli (2000) se observa la existencia de diversos grupos que conforman el universo de los pobladores de menores ingresos que no suelen acceder al crédito formal. Este universo está constituido por posibles clientes de entidades de microcrédito y pueden ser clasificados de diferentes formas como: las mujeres jefas de hogar, los campesinos, los pobres extremos, los microempresarios. Para esta autora, cada uno de estos grupos constituye un grupo heterogéneo en sí mismo, pero este es el nivel de máximo detalle que se encuentra en los informes de impacto y definición de grupos beneficiarios.

Por otro lado, su estudio demuestra la alta posibilidad de que dentro de los pobladores de menores ingresos existan grupos que no logren calificar como sujetos de crédito ni en el caso de instituciones de microfinanciamiento. Estos grupos pueden ser considerados como demandantes de dinero y no de crédito.

La posición de la autora coincide con diversos investigadores⁵⁵ que realizan estudios de impacto sobre el microcrédito en población más pobre y concluyen que la mayoría no atiende a los más pobres, o este grupo representa una proporción marginal dentro del total de las carteras.

Sobre este punto, Trivelli señala que los resultados alcanzados por las instituciones que brindan servicios financieros no tendrían gran impacto en la reducción de la pobreza e incremento de ingresos, ya que el crédito no agota los requerimientos financieros, hay necesidad de ahorro y de seguros; sin embargo, los bancos comunales podrían estar atendiendo en parte la necesidad de ahorro. Otros autores señalan además que los créditos recibidos por los más pobres pueden ser tan pequeños que su impacto sobre sus ingresos es casi nulo o no aumenta lo suficiente para suavizar el consumo y diversificar el ingreso, así como también, que un crédito mal usado puede generar un impacto negativo en la población más pobre e incluso empeorar su situación. Los estudios indican además que el impacto sobre los ingresos es menor para los prestatarios ubicados debajo de la línea de pobreza que para los que no son pobres, debido a que los primeros destinan estos fondos para el consumo.

Para concluir, podemos decir que teniendo en cuenta todas estas dificultades, tanto a nivel de financieras como de ONGs que tienen interés en atender a sectores en situación de pobreza, contemplan a los servicios de microcrédito como un componente importante dentro de una estrategia de lucha contra la pobreza y generación de ingresos. En este sentido, hay una real preocupación de parte de algunas instituciones de microfinanzas por mejorar metodologías y procedimientos para llegar a poblaciones más pobres a pesar de las dificultades del entorno como la recesión económica fuerte, las características de riesgo de la población pobre y un contexto de política de microfinanciamiento que privilegia la búsqueda del autosostenimiento y el desarrollo institucional frente al objetivo social.

⁵⁵ Rogaly, Johson, Gotees; citados por Trivelli, 2000.

CAPÍTULO IV

LOS ESTUDIOS DE CASO: LIMA, CUSCO, CAJAMARCA LECCIONES APRENDIDAS E IMPACTO DE LOS SERVICIOS

Los estudios de caso tienen como objetivo principal identificar lecciones aprendidas y mejores prácticas en torno a la provisión de servicios financieros para población con menores recursos. Un segundo objetivo radica en hallar pistas para considerar si es que una estrategia exitosa de provisión de servicios financieros puede o no tener un impacto positivo en la reducción del TID en las zonas de interés del IPEC.

En esta sección se presentarán los casos elegidos para este estudio, describiendo las metodologías de trabajo para luego abordar las fortalezas y debilidades que han generado que estas instituciones provean de manera exitosa o no sus servicios financieros a la población con menores recursos de las zonas en las que trabajan. Se concluirá el capítulo con un análisis del impacto de estos servicios en la población pobre.

4.1 CAJAMARCA, CUSCO Y LIMA: LOS ESTUDIOS DE CASO

Los casos fueron elegidos a partir de el registro de las instituciones que trabajan en cada una de las zonas de interés del IPEC. De esta forma se trabajó una base de datos con instituciones que proveen servicios de microcrédito en Cajamarca, Cusco, y Lima .

En el caso de Lima se obtuvo información de 20 instituciones que brindan servicios financieros a poblaciones de escasos recursos, la mayoría de ellas ofertan más de un producto de crédito destinados a actividades productivas y de comercio; en general estas instituciones centran su atención en el área urbana, siendo los más usados los préstamos individuales y los créditos vía bancos comunales.

En el caso de Cusco, la mayor parte de instituciones registradas brindan servicios de crédito individuales, combinadas con préstamos a través de grupos solidarios o bancos comunales. Por otro lado, estas instituciones trabajan tanto en zonas rurales como urbanas. En el caso de Cajamarca, la mayoría de instituciones registradas brindan productos basados en los tres principales modelos ofertados en el país; es decir, créditos individuales, grupos solidarios y bancos comunales, y trabajan también tanto en zonas rurales como urbanas. Cabe señalar que se identificaron a dos instituciones que trabajan en los tres departamentos, CARE y PRISMA. (ver en anexo cuadro ONGs que brindan servicios financieros en la zona de intervención).

Los estudios de caso se realizaron con cinco instituciones y para seleccionarlás se combinaron los siguientes criterios:

- ◆ **ÉXITO DE LAS INSTITUCIONES:** El éxito en estos casos no es definido únicamente por el grado de sostenibilidad de dichas instituciones, sino por la diversidad de sus productos y el volumen de recursos destinados a la población que nos interesa. Por otro lado, a la OIT le interesa la confiabilidad y transparencia de los sistemas que utilizan por lo que se privilegió a instituciones que brindasen información a un sistema de monitoreo que exponga parte de sus procedimientos como el elaborado por COPEME.
- ◆ **GRUPO META:** Respecto al grupo meta, la institución deberá atender tanto a varones como a mujeres en zonas rurales y urbanas, brindando un alto volumen de sus recursos financieros a familias o personas por debajo de la línea de pobreza; es decir, que buena parte de su cartera esté destinada a préstamos de menos de US\$300
- ◆ **ZONA DE TRABAJO:** Labor tanto en zonas rurales como urbanas en las zonas de interés del IPEC: Lima, Cajamarca y Cusco.
- ◆ **METODOLOGÍA IMPLEMENTADA:** De preferencia que trabajasen con grupos solidarios y Bancos Comunales
- ◆ **DISPONIBILIDAD DE TIEMPO** por parte de las instituciones seleccionadas para poder realizar las visitas de campo.

No se ha elegido ninguna Caja Rural, Municipal, ni EDPYME o alguna institución ligada a la banca formal en la medida que sus productos básicamente eran individuales y la mayor parte de sus desembolsos no se dirigían a la población más pobre.

Bajo estos criterios y las posibilidades de atención de las instituciones convocadas se seleccionaron a las siguientes instituciones: Afider en Cajamarca; MIDE y Arariwa en Cusco; y ADRA OFASA y Finca en Lima.

DEPARTAMENTO	INSTITUCIÓN	PRODUCTOS	% DESEMBOLSO MENOR A US\$300	ZONA DE TRABAJO	GRUPO META
Cajamarca	AFIDER	Créditos individuales, Créditos Solidarios Bancos Comunales	70%	Rural y urbano	Varones mujeres
Cusco	ARARIWA	Bancos Comunales		Rural y urbano	Varones mujeres
	MIDE	Bancos Comunales	100%	Rural	Mujeres
Lima	ADRA OFASA	Créditos individuales, Créditos Solidarios Bancos Comunales	100%	Urbano	Varones mujeres
	FINCA	Bancos Comunales	10%	Urbano	Mujeres

CASO 1 ARARIWA

Arariwa es una ONG que ejecuta proyectos vinculados a la lucha contra la pobreza y la generación de ingresos. Dentro de sus líneas de trabajo cuenta con una programa de servicios de microcrédito en cinco provincias del departamento de Cusco: Anta, Urubamba, Calca, Cusco y Quispicanchis, tanto en zonas rurales como urbanas. El director ejecutivo del área estima que casi la mitad de sus usuarios se encuentra en situación de pobreza y esta cifra se hace mayor en las zonas rurales. La institución busca atender a clientes que preferentemente tengan fuentes de ingresos diversificadas como un mecanismo para reducir los riesgos al brindar sus préstamos.

La institución cuenta con 4,250 clientes y maneja una cartera aproximada de US\$980,000 que dan un monto de préstamo promedio de US\$230 por cliente.

El programa de microcrédito ofrece **dos productos**, uno basado en el modelo de bancos comunales, "La Chanchita" y otro en un modelo individual con garantía prendaria denominado "crédito alternativo". Ambos productos presentan una tasa de morosidad considerablemente baja del 1.71%.

El modelo de La Chanchita, se basa en un servicio de crédito con un componente de ahorro, ambos escalonados por ciclos. Los montos van de entre los US\$100, en una primera etapa, a los US\$335 en el último ciclo⁵⁶. Los bancos comunales están integrados por aproximadamente veinticinco miembros. El principio del banco es el aval solidario basado en el conocimiento de todos los integrantes del grupo. Los integrantes deben mostrar una solvencia moral que se refleja en las recomendaciones de otros clientes de la institución.

Un "banquito"⁵⁷ tiene un periodo de vida de nueve ciclos; sin embargo, la institución ofrece una nueva posibilidad de reiniciar otro conjunto de ciclos de crédito y ahorro en una nueva escalera que va de los 100 hasta los 600 dólares. Dicha modalidad funciona en los casos en que el grupo ha demostrado un desempeño adecuado en el manejo de los créditos, ahorros y actividades productivas en su primera etapa. Esta modalidad surge a partir de la demanda de los clientes y de la constatación de que los créditos se aprovechan mejor y tienen un mayor impacto cuanto más experiencia y más ciclos de trabajo tienen los clientes.

Actualmente, la institución ha reducido el monto mínimo de los préstamos a 50 dólares con el fin de permitir una mayor posibilidad de acceso a clientes con menores recursos. De esta forma se cuenta con tres tipos de escalera a seguir por los clientes, de acuerdo a su capacidad de endeudamiento y al tiempo que llevan trabajando bajo este modelo. Asimismo, clientes diferentes dentro de un banco pueden iniciar sus créditos con montos distintos de acuerdo a sus posibilidades y necesidades. El monto promedio de los créditos en este modelo es de ciento ochenta dólares.

Los créditos otorgados por la institución conforman la cuenta "externa", es decir con fondos no pertenecientes al banco comunal. Paralelamente existe una cuenta interna conformada a partir de los ahorros mensuales que van entre el tres y el cinco por ciento de los créditos. Esta cuenta interna es manejada por los clientes y pueden realizar actividades o dar en crédito estos fondos con el fin de generar más ingresos al banco⁵⁸. Para el manejo de la cuenta interna se apertura una cuenta de ahorros en un banco comercial a partir del segundo ciclo. Existe también una cuenta complementaria que es un fondo compuesto por aportes de Arariwa y del propio banco comunal que es manejado por los miembros del grupo.

Las reuniones de los bancos comunales son mensuales y se realizan en las sedes de Arariwa. La asistencia es obligatoria, pagándose una multa por la inasistencia. En estas reuniones las asesoras de crédito llevan el registro de los pagos. Además, es un espacio para coordinar algunas actividades de generación de ingresos al grupo (como venta de alimentos); sin embargo, tanto los clientes como los promotores de la instituciones señalan que este tipo de iniciativas no es común debido a los problemas de tiempo y coordinación que genera la organización de dichas actividades. Se puede decir que las reuniones sirven especialmente para el control y manejo de las cuentas de los diferentes bancos comunales. De esta forma, las reuniones mensuales se constituyen en el principal mecanismo de seguimiento de los grupos y clientes de la institución. La institución cuenta también con un software sobre los pagos y desembolsos a nivel de cada banco y no a nivel de cada cliente.

Los créditos individuales son préstamos a personas o empresas bajo la modalidad de garantía

⁵⁶ Forma en que se llama a cada etapa del sistema. Cada ciclo o etapa dura 4 meses, se contempla que los bancos funcionen tres años.

⁵⁷ Nombre que usualmente se le da a los Bancos Comunales de este programa.

⁵⁸ El monto acumulado en la cuenta interna es repartido entre los miembros del grupo al final de cada ciclo.

hipotecaria o prendaria. Los montos otorgados van de los US\$500 hasta los US\$4,000. La tasa de interés es de 2.5% y el plazo de pago es generalmente de un año. Las modalidades de pago pueden variar dependiendo de las preferencias de los usuarios y del tipo de actividad que realicen. Es posible ir pagando tanto el capital recibido junto con los intereses como pagar el capital en los últimos meses. En el caso de los comercios, por ejemplo, se considera conveniente que los clientes se recapitalicen para poder cumplir con sus obligaciones y generar utilidades. En general, se es flexible con la modalidad; sin embargo, se exige que los usuarios vayan mensualmente a la institución a cancelar sus obligaciones debido a que ésta es la forma en que se mantiene el contacto cliente/institución y se puede realizar el seguimiento correspondiente.

La institución considera que las características socioeconómicas de los clientes de los créditos individuales es diferente a la de los bancos comunales. En general, se trata de comerciantes o pequeños productores rurales y urbanos que cuentan con el respaldo de propiedades o activos que respaldan los préstamos. A diferencia de este tipo de clientes, los pertenecientes a los bancos comunales son en general personas que no pueden cumplir con este requisito y requieren condiciones más flexibles para acceder a los créditos.

Se ha destinado 200 mil dólares para aproximadamente 250 clientes, lo que da un crédito promedio de 800 dólares. Este crédito no llega a clientes de escasos recursos. Para Arariwa este tipo de crédito representa una forma de invertir los recursos de la institución y mejorar su autosostenimiento. Sin embargo, las características de este modelo han generado un debate en torno al desvío de la misión de una institución que se ha planteado trabajar con los más pobres. Arariwa ha optado por reducir cada vez más la cobertura de este producto y fortalecer el trabajo con bancos comunales como una estrategia para atender a su grupo meta. En este sentido, la institución va a contra corriente al pretender trabajar con un solo producto, cuando la tendencia mundial es a diversificar los mismos para atender diferentes necesidades y requerimientos de clientes. En la experiencia de Arariwa el trabajo de bancos comunales permite el acceso de su grupo objetivo.

Respecto a la oferta de los servicios financieros, la institución no realiza una convocatoria amplia sino que trabaja con interesados que acuden a la institución y que generalmente llegan por recomendación de otros clientes de Arariwa, que en algunos casos los recomiendan y avalan. Esta estrategia funciona como un primer filtro al establecer contacto con clientes realmente interesados y recomendados por conocidos de la institución. Sin embargo, este aspecto puede hacer que personas, con dificultades para acceder a información y sin relaciones que los avalen y recomienden, tengan serias limitaciones para acceder a los servicios.

Por otro lado, el conocimiento sobre el mercado en el que trabajan se basa en la experiencia de la institución y del personal sobre las zonas en que prestan sus servicios.

Fortalezas de la institución y su metodología

Sobre los bancos comunales:

- El componente de ahorro de “La chanchita” resulta un elemento atractivo para los clientes de la institución.
- No se cobran comisiones, esto hace que las tasas de interés de los préstamos sea relativamente baja en comparación con la competencia.
- Los bancos comunales permiten que se llegue a personas con menores recursos.
- Los socios generan lazos de amistad y cooperación conjunta para la realización de actividades.
- En muchos casos los interesados en participar ya se conocen y esto facilita la formación y confianza en los grupos.
- Las reuniones de información son atractivas al ser un espacio de socialización e intercambio de experiencias.

Sobre los créditos individuales:

- En el crédito individual se permite el uso de varias modalidades de pago entre capital e interés, concediendo la posibilidad de que los clientes se capitalicen al no tener que pagar el capital recibido desde el comienzo.

Respecto al seguimiento de los clientes:

- Se cuenta con un software de monitoreo de los préstamos que llega a dar información a nivel de cada banco comunal.
- Se ha formado a las asesoras de crédito en técnicas de capacitación para el trabajo con los clientes.

Sobre la gestión de los servicios:

- La incorporación de nuevos clientes, vía recomendaciones del público de la institución, puede hacer que los interesados ingresen con mayor confianza debido a la experiencia de estos otros.
- Los requisitos son relativamente fáciles de cumplir.

- Se participa de la red del PROMUC que administra la patente de “la chanchita”. Esta red les permite participar de los servicios brindados por dicha institución (capacitaciones, estudios de impacto, etc.) e intercambiar experiencias con otras entidades que pertenecen a la red.

Debilidades de la institución y su metodología

- Se está dando prioridad a la atención del grupo meta de la institución, personas con menores recursos, frente a otros indicadores de gestión como el autosostenimiento.
- El peso del control y seguimiento de las cuentas a nivel de cada cliente recae en las asesoras de créditos y el registro manual que hacen de ellas y no en un software.
- Las asesoras de crédito no pueden brindar un seguimiento constante a sus clientes debido a que el número de bancos y cartera que maneja cada una es relativamente alto (alrededor de quince bancos cada una).
- Se busca que cada asesora incremente el número de bancos y el volumen de cartera que manejan, esto podría limitar un trabajo sostenido con los clientes existentes.
- Los préstamos son en dólares, esto genera algunos problemas para usuarios que no dominan la moneda.
- En algunos casos, el tiempo que debe invertirse para las reuniones no resulta conveniente para algunos clientes.
- A pesar de la confianza existente entre los miembros de los grupos, puede ser difícil cogarantizar los préstamos debido a que no todos los miembros se conocen.
- El conocimiento del mercado se basa, sobre todo, en la experiencia de la institución en las zonas donde trabajan.

CASO 2 MIDE

Creada en 1994, MIDE es una organización no gubernamental dirigida al microfinanciamiento de sectores rurales con menores recursos en las provincias de Chumbivilcas, Canas, Canchis y Anta, en el Departamento del Cusco, más un distrito en Apurímac. La institución busca generar cambios a dos niveles: lucha contra la pobreza y reducción de las desigualdades de género en sus zonas de trabajo. Por este motivo la tercera parte de los distritos de intervención de MIDE se encuentran entre los de mayor índice de pobreza extrema en el departamento del Cusco⁵⁹.

Pese a su misión y a trabajar en distritos con un alto índice de pobreza extrema, el perfil de sus clientes no se concentra en poblaciones de pobreza extrema. Un 74% de los clientes puede ser categorizado como pobre o muy pobre, mientras que sólo un 7% pertenece a grupo de pobres extremos. Por otro lado, un 20% de los usuarios son clasificados como “no pobres”.

Esta distribución de la clientela es interpretado por la institución como una estrategia para diversificar los riesgos de trabajo con población de escasos recursos. Esta estrategia de reducción del riesgo al otorgar los créditos es complementada con la atención a clientes con diferentes actividades económicas y por tanto con diversas fuentes de ingresos. Los clientes de MIDE se dedican tanto a la agricultura como a otras actividades como la ganadería extensiva, la artesanía o el trabajo asalariado. Para finales de dos mil, MIDE contaba con una cartera de doscientos cincuenta y seis mil ciento treinta y un dólares y dos mil trescientos préstamos lo que hace un préstamo promedio de ciento once dólares, aproximadamente.

MIDE no pertenece al sistema de instituciones financieras supervisadas del país pero se encuentra sujeta al pago de IGV. Esta forma implica limitaciones para la expansión de los servicios. MIDE considera que ingresar a ser supervisadas generaría una modificación de su misión. La institución cuenta con un solo producto, “La chuspa”.

A pesar de haber incrementado considerablemente su número de préstamos y su cartera, MIDE aún no logra sostenerse, recurre a donaciones, transferencias.

La Chuspa es un producto de crédito individual basado en el principio de la garantía solidaria. Los créditos son otorgados a mujeres integrantes de organizaciones de base como clubes de madres, comités de vaso de leche o círculos de alfabetización. Se busca formar un grupo de por lo menos 15 integrantes a partir de la autoselección entre los miembros de las organizaciones. De esta manera, ellas mismas, a través del voto secreto, deciden qué integrantes están en condiciones de afrontar el crédito y pueden asumir con

⁵⁹ La fuente para este último dato se encuentra en “El microcrédito, semilla para el desarrollo”, estudio de impacto de MIDE, publicado en junio de 2001.

responsabilidad este tipo de obligaciones. Las integrantes que son seleccionados conforman un comité de crédito y reciben la garantía solidaria de los comités de base que integran. Como requisitos se solicitan copias de los documentos de identidad de las integrantes de grupo y sus parejas así como copias de facturas o boletas de bienes.

Los créditos son brindados a cada integrante en forma individual y en moneda nacional para facilitar el manejo financiero de las clientas. El monto mínimo que se entrega es de trescientos soles a pagar en un periodo de cuatro meses. El monto máximo es de 1,200 soles. Los montos de préstamos pueden incrementarse en 100 ó 50 soles, conforme el cliente vaya terminando con el préstamo anterior. Sin embargo, el promotor de crédito puede considerar que algunos clientes no están en condiciones de recibir el monto mínimo ofertado por MIDE, pero pueden ir aprendiendo la tecnología crediticia de la institución, cubriendo necesidades básicas o emprendiendo iniciativas empresariales con montos pequeños de cincuenta o cien soles. El interés es de 4.2% mensual.

Respecto a la modalidad de pago, pueden realizarse varias combinaciones de devolución del interés y el capital, como pagar sólo el interés en los tres primeros meses o intercalar pagos de intereses y capital en los cuatro meses. Estas modalidades, al igual que en Arariwa, se definen de acuerdo a las preferencias de las usuarias y las características de sus actividades económicas.

El seguimiento de las usuarias tiene algunas limitaciones relacionadas a la dispersión de las clientas y las distancias que se deben recorrer para llegar hasta ellas. Por ello se aprovechan las ferias en donde las clientas acuden tanto para adquirir como para ofertar productos. Estos mercados se convierten en espacios en donde los promotores pueden conversar con clientes respecto al desarrollo de sus actividades, inversión de sus préstamos y el cumplimiento de las devoluciones. Por otro lado, los clientes deben ir una vez al mes a las oficinas de la institución para realizar los pagos respectivos. En el caso de los clientes que viven a distancias alejadas, se puede designar a una persona de cada grupo como representante del comité.

Fortalezas de la institución y su metodología

Sobre el producto utilizado:

- El hecho de trabajar con clientes que pertenezcan a una organización de base permite que las socias se conozcan lo suficiente como para elegir de manera adecuada a sus integrantes y comprometerse a garantizarlas.
- Los requisitos son relativamente fáciles de presentar.
- El cambio de la oferta a créditos en soles ha permitido que las usuarias confíen más en el producto y lo manejen con más facilidad.
- Se pueden prestar montos menores al mínimo establecido para cada ciclo.

Respecto al seguimiento de las clientas:

- Las propias organizaciones de base ejercen una fuerte presión sobre las integrantes del comité de crédito que son morosas, con el fin de no dañar su relación con MIDE y ver reducidas sus posibilidades de acceso a nuevos créditos.

Sobre la gestión de los servicios:

- Se realizan visitas a ferias en las comunidades para conocer las actividades de las usuarias.

Debilidades de la institución y su metodología

- Existe la posibilidad de que las socias, mientan en la autoselección sobre su condición o experiencia de trabajo y sean encubiertas por el grupo u organización.
- No se ha realizado un estudio sobre el mercado en el que trabaja la institución.
- Las largas distancias en que se encuentran algunos grupos de clientes hace difícil el seguimiento.
- Para algunas usuarias, los préstamos iniciales son bastante bajos y no permiten una inversión rentable en sus actividades.
- Algunas usuarias consideran que sus actividades requieren de préstamos con plazos mayores ya que son de capitalización lenta como el engorde de ganado, la agricultura, etc.

CASO 3 ADRA OFASA

ADRA OFASA es una ONG que elabora y ejecuta proyectos de lucha contra la pobreza con un enfoque social. Dentro de sus líneas de trabajo cuenta con un programa de microcréditos. Dentro de las áreas de intervención que tiene dicho programa, se encuentran los departamentos de Lima, Arequipa, Cusco y Puno. Al igual que sus otras líneas de intervención, los servicios que ofrece dicho programa están dirigidos a población de escasos recursos; en este caso, con un mínimo nivel de ingresos que permita la recuperación de los créditos por parte de la institución de microfinanzas.

La institución ha entregado hasta el año 2001 más de 3,120 préstamos y trabaja exclusivamente con mujeres. Se trata de mujeres que tienen pequeños negocios; es decir, que ya han emprendido un tipo de iniciativa empresarial. ADRA ha centrado sus fuerzas en trabajar con mujeres, por considerarlo un grupo desprotegido, por el uso que las señoras podrían hacer del crédito a nivel familiar y por las cualidades que, según la institución, tiene este grupo como sujeto de crédito.

Los bancos comunales. Estos bancos están conformados al interior por grupos solidarios. La combinación de ambas metodologías permite un mejor control de los clientes. La tasa de morosidad que se tiene gracias a esta metodología es bastante baja.

La institución no realizó ningún estudio de mercado antes de intervenir en una zona. El indicador más importante para establecer una zona de trabajo viene a ser el nivel de éxito o fracaso de los bancos que ya trabajan en la zona. Por otro lado, el conocimiento sobre el mercado en el que trabajan se basa en la experiencia de la institución y del personal sobre las zonas en que prestan sus servicios.

La convocatoria se realiza, captando a las usuarias de los otros programas que tiene la institución o a través de organizaciones ya existentes en la zona. La institución capta en un primer momento a las señoras que acuden a la institución y que generalmente llegan por recomendación de otras clientas de ADRA, que en algunos casos también las avalan. De esa manera se establece un primer contacto con las futuras clientas interesadas, y seguidamente con las conocidas de éstas. Las usuarias que no manejen la información y no tengan las relaciones que les permitan ser recomendadas o avaladas, se verán muy limitadas para acceder a los servicios de crédito de ADRA. Las señoras tienen que agruparse en un número de 20 a 30 personas. Es de esa manera cómo se van formando los grupos.

Entre los requisitos que ADRA exige para poder convertirse en socia del banco, están:

1. Tener un negocio
2. Ser mayor de 18 años
3. Tener capacidad de pago
4. Tener un garante
5. Tener solvencia moral reconocida por el grupo

Como parte de los requisitos, ADRA exige la presentación de algunos documentos que acrediten y respalden la información solicitada. Seguidamente, se ingresa a un proceso de verificación de las socias seleccionadas, consultando centrales de riesgo y haciendo sus verificaciones a los mismos domicilios o negocios. Después de haberse verificado los datos de cada una de las nuevas socias, las elegidas tienen que recibir capacitaciones sobre el manejo y funcionamiento del banco y las políticas de ADRA.

Las clientas de los bancos comunales se reúnen cada 14 días, en los días de pago. La asistencia a las reuniones es obligatoria, pagándose la falta con una multa. El banco está presidido por el comité de crédito, el cual se encarga de dirigir la reunión y llevar el registro de los pagos. En estas reuniones se aprovecha además para coordinar algunas actividades que tienen como objetivo, a la vez que confraternizar, generar ingresos para el banco, aunque dichas actividades no sean tan comunes debido a problemas de tiempo y coordinación que exige su preparación. El objetivo principal de las reuniones, en el caso de ADRA como en el de otras instituciones de microfinanzas, es el recabar el pago por el monto, los intereses y el ahorro correspondiente a ese periodo y el control y manejo de las cuentas del banco. Estas reuniones mensuales se constituyen en el principal mecanismo de seguimiento de los grupos y clientes de la institución y permiten a la vez, la aplicación por parte de esta institución de encuestas de opinión a los usuarios sobre los servicios de crédito que están recibiendo.

En el caso de ADRA OFASA, la metodología de bancos comunales se basa en un servicio de crédito acompañado de componente de ahorro, ambos, van creciendo escalonadamente cada cuatro meses. Los montos de los préstamos pueden ser de doscientos a setecientos soles para ser pagados en 4 ó 5 meses. Se puede llegar hasta los setecientos soles, luego de una primera etapa que puede culminar en el quinto ciclo⁶⁰. La institución califica a sus usuarias según su capacidad de pago y categorizándolas según una

⁶⁰ En el caso de ADRA, cada ciclo dura entre cuatro o cinco meses, según el acuerdo que llegue ADRA con el banco comunal.

escala que va de la A hasta la E. Según estas categorías, se califican a todas las socias del banco y se establece el monto que va a recibir cada una. Para establecer los montos en los siguientes ciclos, se trabaja a través de un sistema de montos escalonados.

Los banquitos de esta institución tiene un periodo de vida de nueve ciclos; sin embargo, si el grupo ha demostrado un buen desempeño en el manejo de los créditos, el cumplimiento del pago de los mismos y el logro de ahorros, la institución ofrece una nueva posibilidad de reiniciar otro conjunto de ciclos de crédito y ahorro, estableciendo un monto mayor al anterior ciclo, y según el acuerdo que se llegue con cada uno de los clientes. Esta modalidad surge a partir de la demanda de las clientes y de la constatación por parte de ADRA, del buen uso que las mismas hacen del crédito. En este sentido, algunos bancos ya se han consolidado como clientes fijos de la institución y presentan una mayor experiencia en el manejo de las cuentas del banco. Es en estos grupos donde encontramos un mayor impacto de los servicios de crédito.

La institución trabaja con montos bastante pequeños, que pueden llegar a los doscientos soles, lo que le permite un mayor acceso a clientes con menores recursos. En el caso de ADRA, mas del noventa por ciento recibe montos menores a los trescientos dólares. Asimismo, clientes diferentes dentro de un banco pueden iniciar sus créditos con montos distintos de acuerdo a sus posibilidades y necesidades. Antes el préstamo era en dólares y el cambio perjudicaba a las socias, ahora se trabaja en soles

Al interior de estos bancos se manejan diferentes tipos de cuenta. Los créditos otorgados por la institución conforman la cuenta "externa", esta cuenta está constituida por los fondos no pertenecientes al banco comunal. Para el pago de esta cuenta, se utiliza una sola modalidad, que es el pago quincenal. Después de cada reunión, una vez realizado el cobro del dinero correspondiente a esta cuenta, el comité de crédito del banco se encarga de hacer el depósito para ADRA en una cuenta que esta institución tiene en el Banco de Crédito. Paralelamente, existe una cuenta interna compuesta por los ahorros que mensualmente entregan las socias. El pago de esta cuenta puede ser mensual o quincenal. Los fondos de esta cuenta se utilizan para dar préstamos al interior del banco y para realizar actividades con el fin de generar más ingresos al banco. Al final de cada ciclo, el monto acumulado en la cuenta interna es repartido entre las clientas del banco. Ambas cuentas se tienen que cancelar en los cuatro o cinco meses que dure el ciclo.

En su mayor parte, ADRA OFASA, atiende a población de escasos recursos, que mueven de doscientos a quinientos soles mensuales, que les permite tener un mínimo de garantía. La mayor parte de las socias pertenece al sector comercio. En el caso de Lima, se trabaja mayormente en las zonas urbano marginales; sin embargo, el conjunto se distribuye en tres tipos de zonas:

- ♦ **ZONA URBANO MARGINAL:** mayormente son personas de bajo nivel educativo: primaria o secundaria incompleta. Cuentan con todos los servicios básicos, en muchos casos su zona carece de pistas asfaltadas. Las viviendas son de material noble, pero también rústicas. Tienen sus pequeños negocios o sus puestos en el mercado. Las actividades que realizan son: comercio (bodegas, venta de ropa, panadería, artículos de belleza); producción (confección de ropa, calzado) y servicios (salones de belleza y venta de comida)
- ♦ **ZONA URBANA:** mayormente secundaria completa. Cuentan con todos los servicios y sus pistas ya están asfaltadas.
- ♦ **ZONA RURAL:** les falta algunos servicios. Sus viviendas son rústicas. Por lo general, se trata de señoras que salen a vender a los mercados (fruta, golosinas, etc.).

FORTALEZAS DE LA INSTITUCIÓN Y SU METODOLOGÍA DE BANCOS COMUNALES

La institución:

- Las socias están muy bien informadas sobre las políticas de crédito de ADRA y conocen bien a la institución.
- En comparación a los bancos, la exigencia de documentación de parte de la institución es mínima.
- De parte de las socias, se valora mucho las facilidades que ofrece la institución respecto a la presentación de documentos y a los trámites para ingresar al banco. La institución ha consolidado procesos para que las interesadas ingresen de manera rápida al banco. La figura de un garante es algo que la institución aprovecha en beneficio de las interesadas y asegura un ingreso más rápido de las mismas.
- Las promotoras siguen una ardua preparación que incluye tres meses en el campo, antes de convertirse en gerentes de crédito, lo que permite contar con un equipo de campo previamente evaluado.

La metodología de bancos comunales de ADRA:

- La posibilidad de ahorro, que permite al final del ciclo obtener una mayor cantidad de dinero, que incluso reciben en el caso de que se retiren. El ahorro es una fuente de garantía. Del mismo modo, el dinero de los ahorros les permite cubrir las posibles deudas que puedan tener con la institución financiera. Les sirve al final del ciclo como capital de trabajo, es la garantía más importante que tienen ante ella y es lo que permite que se les pueda dar un préstamo interno
- Las facilidades de pago y los bajos intereses.
- Las clientas de los bancos valoran el hecho de que pueden obtener un préstamo de manera rápida.
- La metodología de bancos comunales de ADRA, permite recibir préstamos pequeños, con lo que se atiende la fuerte demanda de los sectores pobres que no podrían asumir préstamos con mayores montos
- Esta metodología permite dar una ayuda concreta en el caso de que las socias sufran alguna desgracia. Las socias pueden decidir hacer uso de la cuenta interna para dar un préstamo sin cobrar interés, ni mora.
- Los ingresos que se obtienen por el pago de las moras van a derivar al final del periodo de los 4 meses a un reconocimiento que se les da, que se les llama incentivos en donde se les obsequia prendas físicas a las señoras que han cumplido muy bien con los pagos.
- Las reuniones en los bancos son un espacio importante para generar lazos de amistad y cooperación conjunta para la realización de actividades.

RESPECTO AL SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES

- Las reuniones quincenales aseguran un mayor acompañamiento de parte de la institución y constituyen el mecanismo de seguimiento más importante con el que cuenta la misma.
- Las gerentas de crédito han sido capacitadas en técnicas para el trabajo con los clientes.
- Se cuida con mucho empeño el cumplimiento de las socias en relación al ahorro.
- Las asesoras de crédito aplican encuestas para evaluar la satisfacción de las socias y el uso e impacto de los créditos en el negocio.

SOBRE LA GESTIÓN DE LOS SERVICIOS

- El proceso de incorporación de nuevos clientes, vía recomendaciones de las mismas socias de la institución, permite a las interesadas ingresar con mayor confianza y posibilita al mismo tiempo un control más eficiente.
- Las gerentas de crédito cumplen una labor central en la buena gestión que pueda desarrollar el banco y en la recuperación de los créditos.
- La institución ha establecido requisitos relativamente fáciles de cumplir.

DEBILIDADES DE LA INSTITUCIÓN Y SU METODOLOGÍA

- Hay muy poca flexibilidad en el control de la asistencia a las reuniones. Las multas pueden generar cierto descontento cuando son demasiado severas y se debe considerar que las socias dejan sus negocios por ir a las reuniones.
- La exigencia de garantías es uno de los impedimentos para que estos préstamos lleguen a los sectores de menos recursos.
- Los montos no son suficientes para formar un capital ni para invertir, por lo tanto, no constituyen un respaldo importante cuando están en campaña, que es cuando necesitan más los préstamos.
- Algunas socias consideran que el plazo de 14 días para pagar es un poco ajustado, ya que en un solo mes deben hacer varios pagos.

CASO 4 AFIDER

AFIDER es una asociación civil sin fines de lucro fundada en 1996 y especializada en la provisión de servicios de crédito que son brindados en seis provincias del departamento de Cajamarca: Cajamarca, Celendín, San Pablo, San Miguel, San Marcos y Hualgayoc.

La institución oferta tres tipos de productos: créditos individuales de libre disponibilidad, créditos solidarios y un programa de bancos comunales que, como en el caso de Arariwa en el Cusco, es promovido por el PROMUC (La Chanchita).

La metodología de créditos individuales se trabaja en zonas urbanas dirigida a grupos de mayores recursos económicos, de mayor nivel educativo, como es el caso de los comerciantes. En este caso, el monto es a veces mayor por el estudio que se hace. La demanda por este tipo de productos ha crecido últimamente. A diferencia de las otras metodologías, ésta no trabaja el componente de ahorro. Trabajan indistintamente con mujeres y hombres.

En la actualidad, AFIDER cuenta con 337 clientes en su programa de créditos de libre disponibilidad. Estos, en su gran mayoría varones, comerciantes de la ciudad de Cajamarca y proveedores de leche a las empresas Incalac y Gloria. Para estos créditos se maneja una cartera de 315,176 soles que hacen que los préstamos promedios por este producto sean de 935 soles, aproximadamente unos US\$270.

La Chanchita: actualmente la institución atiende a 220 clientes, en su mayoría mujeres, con una cartera de 68,758 soles. Los montos de crédito promedio para este producto es de 312 soles, cerca de US\$90. La morosidad es baja.

A pesar de trabajar en distritos con un alto índice de pobreza extrema, el perfil de sus clientes no es el de población de pobreza extrema. El 95% de sus clientes son mujeres, en su gran mayoría, de bajos recursos económicos. Estas se dedican a actividades agropecuarias o tienen negocio y en la mayoría de los casos, son proveedores de leche (70%). Del total, 70% son pobres, mientras que el resto de los usuarios son en su mayoría comerciantes que han superado el índice de pobreza.

La metodología de bancos comunales del modelo La Chanchita se basa en un servicio de crédito acompañado del componente de ahorro, ambos van subiendo en escalera y con interés del 4.5% mensual a rebatir en soles. Los montos de interés son fijos y en todo caso, los incrementos ya están establecidos.

En el primer ciclo, los montos de los préstamos pueden ser de hasta cuatrocientos soles, con un mínimo de 50 dólares. En el siguiente ciclo se aumenta cien soles y así sucesivamente hasta el noveno ciclo donde el monto puede llegar a los mil trescientos soles. Se pueden bajar los montos del préstamo hasta 50 dólares, a pesar de que esta cifra es menor a lo establecido por PROMUC, pero se evalúa que es necesario para evitar el miedo de algunas clientas a no poder pagar. Esta decisión se da a nivel estrictamente institucional.

Ya que el sostén del banco es un tipo de aval solidario basado en el conocimiento de todos los integrantes del grupo, las socias tienen que ver que las que entren sean personas responsables. Las mismas socias tienen que ver que las demás y las nuevas puedan pagar. Las más pobres no podrían ingresar al banco porque no tienen capacidad para pagar.

AFIDER exige una serie de requisitos para ser miembro del banco, con algunas exigencias extras para el caso de los proveedores de leche. En todos los casos, se exige tener una actividad económica, haber

tenido un buen desempeño en las otras organizaciones, ser conocida y tener garantía (se ve que activos fijos tienen en su casa). Todos estos requisitos tienen que ir acompañados de la documentación correspondiente.

Se le aplica una ficha socioeconómica a cada socia. Todas las socias tienen que presentar la documentación correspondiente el día que se les aplica la ficha. Se presenta los resultados al comité de crédito y ellos deliberan. De la evaluación se forma el banco comunal, si no se aprueba, el banco no llega a formarse.

El plazo para pagar es ahora de 5 meses. Los bancos de La Chanchita tienen un periodo de vida de nueve ciclos, cada ciclo dura entre 4 y 5 meses; sin embargo, es posible reiniciar otro conjunto de ciclos de crédito y ahorro a partir del acuerdo que establezcan la institución crediticia y los clientes del banco, siempre y cuando el grupo haya demostrado un desempeño adecuado en el manejo de los créditos, ahorros y actividades productivas y haya cumplido con los pagos correspondientes y con las fechas establecidas para realizar los mismos durante la primera etapa.

Actualmente la institución ha reducido el monto mínimo de los préstamos a 50 dólares, con el fin de permitir una mayor posibilidad de acceso a clientes con menores recursos. A pesar de que clientes diferentes dentro de un banco pueden iniciar sus créditos con montos distintos de acuerdo a sus posibilidades y necesidades y al acuerdo que cada uno haya llegado con la institución. El monto promedio de los créditos en este modelo es de ciento ochenta dólares.

En el caso de AFIDER, los bancos comunales tienen entre 15 y 30 miembros. No se hace ningún tipo de estudio de Mercado y se trabaja en base a la experiencia y a los clientes que ya se tienen. Se coordina con grupos ya existentes: organizaciones de base (vaso de leche, clubes de madres) o grupos que hayan trabajado antes con crédito, y a partir de ellos se forman los bancos. Otra posibilidad es formar nuevos grupos, captándose luego a las amigas y vecinas, principalmente.

El monto que resulta del pago de los créditos otorgados por la institución va conformando la cuenta "externa", en esta cuenta se almacenan los fondos no pertenecientes al banco comunal. El pago de esta cuenta es quincenal. Paralelamente, existe una cuenta interna conformada a partir de los ahorros mensuales. En la cuenta interna se guarda el 5% de los intereses, y eso pertenece al grupo. Así cada socia por el monto que ha sacado, va acumulando sus ahorros cada mes; los mismos que van incrementándose y alimentando la cuenta interna. Cuando hay una cierta cantidad de ahorros y se ve que estos se pueden repartir para que cada socia trabaje en ellos, se les puede prestar a las que lo soliciten un monto menor al préstamo principal, con un interés mensual menor al que se paga para la cuenta externa.

Las reuniones son quincenales o mensuales. En ellas se explica cómo van los ahorros y el cumplimiento en el pago de las letras y se coordinan las actividades que piensan realizar. La asistencia es obligatoria y sirven especialmente para el control y manejo de las cuentas de los diferentes bancos comunales.

Uno de los cambios más importantes de la parte financiera fue la decisión de la institución de dar los préstamos en soles, sobre todo, debido a los problemas que tenían las socias para manejar dólares. Otro motivo del cambio fue el reclamo de la mayoría de socias que querían un monto mayor a los cien dólares. Mayor monto permitía, por otro lado, un mayor plazo para el pago.

Los grupos solidarios: En el caso de los grupos solidarios, se trata de grupos de dos o tres personas que se avalan unas a otras a través de una garantía solidaria. Los criterios de selección, los montos que se prestan y las modalidades de pago, son las mismas que para el caso de los bancos comunales. Se trabaja sólo a nivel de una sola cuenta y no se considera el componente de ahorro

La metodología de grupos solidarios sirve para trabajar con la población más pobre y de zonas rurales, como es el caso de los proveedores de leche. Trabajan indistintamente con mujeres y varones.

Fortalezas de la institución y su metodología

Sobre la institución:

- Se cuenta con un software de crédito que permite dar una atención mas rápida y un mejor servicio en relación a las cobranzas y los desembolsos a hacer, a la vez que permite realizar un mejor seguimiento de los clientes y los resultados del programa.
- Han llegado a establecer un contacto muy cercano con sus clientes, lo que les ha permitido, conocerlos bien y detectar con facilidad información falsa.
- La atención es rápida. Se hace un rápido desembolso y eso le gusta al cliente, porque necesita el dinero.
- Han desarrollado una importante capacidad en relación al asesoramiento en el manejo del crédito.
- El equipo se reúne constantemente para compartir experiencias y eso enriquece el conocimiento que tienen sobre los servicios que prestan y el impacto de éstos.

Sobre el producto utilizado:

- La metodología de bancos permite a las socios juntar sus ahorros, siendo este un elemento de base para su desarrollo
- Los requisitos son relativamente fáciles de presentar.
- Los grupos que conforman los bancos comunales vienen trabajando desde antes y ya se conocen.
- La metodología de bancos permite realizar una buena selección de los integrantes del comité de administración. Comprometiendo a los líderes, para que ellos asuman el manejo del banco
- Los préstamos en soles facilitan el manejo del dinero de parte de los usuarios, evitando la preocupación por el tipo de cambio. El manejarse en soles permite que las socias sepan exactamente cuánto tienen de ahorro, a diferencia de antes, que trabajaban en dólares.

Respecto al seguimiento de los clientes:

- Se hacen visitas y se utiliza la notificación. No se quiere comprometer el crédito con la AT.
- En el caso de los proveedores, es más fácil controlar el pago de los créditos, por la carta de actualización que firman, por la cual se autoriza a la institución financiera retener su cheque en el caso de incumplimiento.

DEBILIDADES DE LA INSTITUCIÓN Y SU METODOLOGÍA

Sobre la institución:

- Falta de capacitación para manejo del software.
- Falta de una capacitación formal a los que reciben el crédito.
- No se tiene la capacidad logística para realizar un buen seguimiento de los usuarios de los servicios.

Sobre el producto utilizado:

- Las miembras de los bancos son en su mayor parte poco sinceras al momento de brindar información sobre su situación.
- Las usuarias que ya saben manejar crédito quieren aprovecharse al máximo del dinero que se maneja en las otras cuentas, en perjuicio de las otras miembras.
- Es difícil para las socias del área rural conseguir las facturas que se exigen para ser seleccionada.
- En las zonas urbanas, los grupos tienen problemas de coordinación y falta de unión.
- Muchas socias se dejan llevar con facilidad por todo el grupo.
- Algunos interesados han tenido problemas con la garantía, ya que muchas veces por su situación les es muy difícil conseguir un aval o garante.
- Los pocos montos de algunos préstamos afectan el nivel de ahorro de las socias.
- Algunas socias de los bancos consideran que deberían dar un poco más de tiempo para devolver el dinero.

CASO 5 FINCA

Hablar de FINCA es referirse a una organización no gubernamental que trabaja en diferentes programas de generación de ingresos. Dentro de estos programas se encuentra el programa de microcréditos que trabaja en el departamento de Lima.

El perfil de sus clientes se concentra en población pobre, pero con mínimo nivel de ingreso, producto de algún tipo de iniciativa empresarial. El 99% de sus clientes son mujeres y su actividad principal es el comercio. Se trabaja casi en su totalidad con mujeres para que puedan ser capaces de mantener a su familia y apoyar a su pareja. La lógica de FINCA es que apoyando a la mujer apoyando a toda su familia

Los Bancos Comunales. Esta institución trabaja con la metodología de los bancos comunales, producto que funciona sobre la base de la garantía solidaria del mismo grupo a través de la cual, cada cliente tiene como garante a otro miembro del mismo banco. Cada banco tiene entre 15 y 40 socias. Para seleccionarlas se convoca a un grupo reducido de interesadas, para que éstas, a su vez, primero hagan una suerte de promoción de los servicios de la institución entre sus amigas y luego las convoquen para una primera reunión (sólo una por familia). Por lo tanto, son las mismas señoras las que hacen la propaganda, no la institución.

Luego se ingresa en la etapa de selección de las socias del banco. Para ello, las interesadas tienen que cumplir los siguientes requisitos:

- a) Ser madre de familia.
- b) Vivir en la comunidad por lo menos 2 años.
- c) Tener un negocio al menos 2 años
- d) No deben tener crédito con otra institución.
- e) Deben recibir 4 semanas de capacitación.
- f) Asistir puntualmente durante la preselección.
- g) Cumplir los primeros pagos durante la capacitación.
- h) Ser una persona honrada. Se indaga sobre la solvencia moral de la persona.
- i) El grupo tiene que aceptarla.
- j) Presentar los documentos que se les piden: copia (DNI, recibo de luz, agua, título de propiedad o autovalúo), declaración jurada, en algunos casos.
- k) Gozar de la garantía solidaria del grupo.

Las mismas señoras deciden qué integrantes están en condiciones de afrontar el crédito y pueden asumir con responsabilidad este tipo de obligaciones, así que el hecho de que se conozcan bien es importante, aunque por lo general, ya se conocen porque pertenecen al mismo barrio. De esa manera se van formando

los grupos.

El monto mínimo que se entrega es para el primer ciclo de US\$100 y puede llegar en el último ciclo a US\$1,500. Cada ciclo los montos de préstamos pueden incrementarse en 50 dólares, conforme la clienta vaya terminando con el préstamo anterior. En el pre dan de 5 a 10 dólares de ahorro y en primer ciclo pueden ahorrar de 20 a 50 dólares. En los últimos ciclos pueden llegar a ahorrar entre 150 y 200 dólares.

Al interior del banco se trabaja en varios tipos de cuenta, en cada una de éstas se deposita el dinero que las socias pagan mensualmente, según lo que les corresponda. En la cuenta externa se almacenan los fondos no pertenecientes al banco comunal, es decir, el pago por el préstamo. Por otro lado, existe la cuenta interna que corresponde al dinero de los ahorros, el cual sí es propiedad del banco comunal. Por último, en el caso de FINCA, existe también una cuenta interna extraordinaria, cuenta que es manejada por las socias.

En el caso de la cuenta externa, el pago es quincenal o mensual. Mayormente, las socias prefieren el pago quincenal ya que en menos tiempo pueden cancelar el préstamo; sin embargo, el periodo también está sujeto a la duración que tenga el ciclo. Si el ciclo es corto (4 meses) el pago es quincenal; si el ciclo es largo (8 meses) el pago es mensual. En este caso, las socias eligen dependiendo del monto a pagar. En la cuenta interna se sigue una lógica similar, y si es una cantidad muy baja, incluso se puede pagar en una quincena. Sin embargo, los plazos en el caso de esta cuenta, pueden variar según el acuerdo que llegue el banco con la socia. El interés es del 4% mensual en la cuenta externa y en la cuenta interna extraordinaria y del 2% en la cuenta interna. En el caso de la cuenta externa se cobra también el IGV del interés que corresponde a todo ese ciclo.

La metodología se ha tenido que adecuar a la situación de las socias. En la mayoría de los casos, se han bajado los montos de los préstamos de acuerdo a la situación de cada una. El seguimiento de los usuarios se restringe a las reuniones y visitas que se realicen.

FORTALEZAS DE LA INSTITUCIÓN Y SU METODOLOGÍA

Sobre la institución:

- Es una institución que muestra una gran flexibilidad en el tamaño de los grupos y en la duración de los ciclos. Este aspecto es muy valorado por los usuarios en tanto les da cierta libertad para decidir sobre la manera que más les conviene tomar el servicio de crédito en ese momento.
- La institución tiene la capacidad de elaborar un balance periódico de los ahorros, lo que resulta muy útil para medir el éxito de sus clientes en generar sus ahorros.
- La institución ha establecido trámites sencillos para que las socias puedan adquirir sus créditos con rapidez.
- Las promotoras sienten un fuerte compromiso de trabajar con las socias en el manejo del banco y de sus créditos.
- No se les pide muchos requisitos ni documentos.

Sobre el producto utilizado:

- Las usuarias, al momento de recibir el crédito ya están ejercitadas en el manejo del banco y ya se conocen mejor gracias a las reuniones previas que forman parte de la preselección.
- El interés es bastante bajo para las diferentes cuentas, sobre todo, la interna. Esto atrae bastante a las clientes ya que no se ven presionadas por intereses altos.
- La metodología de bancos comunales les permite ahorrar y tener un dinero extra al final del ciclo que pueden invertir en el mismo negocio. Las usuarias adquieren cultura de Ahorro. Ellas mismas manejan sus ahorros y en muchos casos, es la primera vez que lo hacen.

Respecto al seguimiento de las clientas:

- Se hace seguimiento en las mismas reuniones y visitas a las señoras.

DEBILIDADES DE LA INSTITUCIÓN Y SU METODOLOGÍA

- No puede haber en un banco dos miembros de una misma familia y eso imposibilita que un familiar, que es una persona de confianza, participe en el mismo banco.
- Los intereses son en dólares y el cambio perjudica a los usuarios.
- La metodología de bancos comunales, a pesar de que capta a población pobre, no puede llegar a la gente más pobre, ya que esta no cuenta con los documentos ni los requisitos que se piden y porque tampoco podrían asumir el pago.

4.2 LA VOZ DE LAS CLIENTES

Una ausencia común en los estudios sobre la provisión de créditos para los más pobres es la presentación de la perspectiva de los usuarios (as) respecto al servicios financiero que reciben. La exposición de cada uno de los casos vistos en nuestro estudio incluye dicha perspectiva, sin embargo consideramos importante exponerlos de manera independiente. En esta sección se presenta una sistematización de las entrevistas aplicadas a las usuarias de uno de los casos: MIDE La Chuspa. Se expondrán las opiniones acerca de los servicios microfinancieros recibidos y el impacto de los mismos en las integrantes de dos comités de crédito atendidos por MIDE: El Comité de Crédito del Vaso de leche de Salla en el distrito de Urcos y el Comité de crédito del Club de madres Solidaridad del poblado de Cajamarca, en el distrito de Cusco.

Debemos señalar que el modelo utilizado por MIDE no contempla el ahorro por lo que, a diferencia de los casos que sí incluyen este componente en sus modelos, no es un aspecto mencionado por las clientas como un elemento importante para decidirse a utilizar los préstamos de la institución.

A continuación se presentarán los principales temas surgidos en las entrevistas.

- **EL PERFIL DE LAS USUARIAS:**

Salla esta situada a más de dos horas a pie del centro poblado del distrito de Urcos, principal eje de actividades comerciales de la zona, mientras que Cajamarca se encuentra a media hora de la ciudad del Cusco a través de cualquier servicio de transporte público. Ambos comités corresponden a zonas rurales y en ambos casos las principales actividades de las usuarias se concentran en las labores agropecuarias sin embargo las distancias de cada poblado a zonas de actividad comercial definen el potencial de sus actividades económicas de una manera marcada. En este sentido las actividades productivas en Salla están mucho más orientadas a la subsistencia, mientras que buena parte de la producción en Cajamarca se destina al comercio en la ciudad del Cusco.

Otra diferencia sustancial de los dos casos radica en el tiempo que cada comité tiene recibiendo los servicios de MIDE. La comisión de Salla tiene recién medio año de funcionamiento, mientras que el de Cajamarca va por los ocho años de actividad con MIDE. Esta diferencia nos permitirá comparar las opiniones de usuarias con mayor y menor tiempo con créditos, además de permitirnos observar cómo esta variable parece haber influido tanto en el nivel de diversificación de actividades como en el acceso a los servicios microfinancieros.

Las edades de las usuarias entrevistadas giran entre los 28 y 60 años con un promedio de 34 años para el caso del comité de Salla y entre los 26 y 60 con un promedio de 37 años para el caso de Cajamarca. En ambos casos los grupos son relativamente jóvenes en la medida que más del 70% de las entrevistadas tienen menos de 35 años.

Se debe señalar también que en ambos casos se han estado operando con menos de 10 integrantes, grupo relativamente pequeño para el trabajo de microcrédito de forma grupal. Sin embargo las usuarias señalaron que el tamaño de sus grupos correspondía a un proceso de selección adecuada y realista para acceder a los créditos y que presentaban las características de laboriosidad y honradez necesarias para este tipo de experiencia.

Perfil de las entrevistadas del Comité de vaso de leche de Salla, Urcos, Cusco.

Usuaría	Edad	Ocupación	Tiempo con MIDE
A	28	Agricultura, Ganado menor	5 meses
B	26	Agricultura, Ganado menor	1 mes
C	35	Agricultura, Ganado menor, ganado mayor	5 meses
D	32	Agricultura, Ganado menor, ganado mayor	5 meses
E	20	Agricultura, Ganado menor	1 mes
F	60	Agricultura, Ganado menor	5 meses
G	30	Agricultura, Ganado menor, bodega	5 meses
H	44	Agricultura, Ganado menor	5 meses

Perfil de las entrevistadas del Club de madres Solidaridad, de Cajamarca, Cusco

Usuaria	Edad	Ocupación	Tiempo con MIDE
A	48	Agricultura, crianza de animales mayores y menores, venta de prendas de vestir en su comunidad.	8 años
B	32	Agricultura, Ganadería, venta de abarrotes, acopio de leche-	8 años
C	62	Agricultura, animales menores, venta de abarrotes	8 años
D	32	Agricultura, ganadería.	1 años
E	33	Agricultura, ganadería puesto de venta de chicha	8 años
F	30	Agricultura y crianza de animales menores.	8 años
G	26	Agricultura y ganadería	8 años

- ACCESO A INFORMACIÓN ¿CÓMO SE ENTERARON DE LOS SERVICIOS QUE BRINDABAN LAS INSTITUCIONES CON QUE TRABAJAN?**

La totalidad de las usuarias en ambos grupos relataron no haber tenido acceso a información respecto a servicios financieros antes de que MIDE tomara contacto con ellas. Los testimonios muestran la dificultad que grupos con el perfil socioeconómico de estas usuarias tienen para manejar información respecto a servicios microfinancieros y sugieren la existencia de una escasa oferta de servicios microfinancieros en la zona. Una usuaria nos relata cómo:

“Había comedor infantil, trabajábamos en eso, todos los niños y niñas de la escuela comían allí ahora no nos traen los víveres, nosotras organizadas de todas maneras, había un comité de vaso de leche, allí vinieron a preguntarnos si las señoras del vaso de leche podrían trabajar con los créditos, así preguntando vino “La Chuspa”, entonces yo les he avisado; en la inauguración estuvimos, entre nosotras hablando, preguntándonos ¿podríamos trabajar? Sacando capital para mujeres, así hemos ido, y acertamos porque en la puerta habían dibujado una chuspita”. (Testimonio usuaria del comité de Salla)

En ambos casos era casi imposible que las usuarias se enteraran de estos servicios si no era por la intervención directa e iniciativa de las instituciones interesadas en proveerles este tipo de prestaciones.

- ACTITUD FRENTE AL CRÉDITO. ¿POR QUÉ SE INTERESÓ, CÓMO SE DECIDIÓ A TOMAR LOS SERVICIOS FINANCIEROS?**

En ambos grupos el interés por acceder a los créditos estaba acompañado por un marcado temor frente a una forma relativamente nueva de alcanzar servicios financieros de instituciones foráneas a sus comunidades.

“Hemos sacado el préstamo pensando que de repente no vamos a poder ganar, entonces tendríamos que pagar vendiendo nuestros animales”. (Testimonio usuaria del comité de Salla)

“Lo que mas miedo les daba es el interés. Poquito a poco nos prestaba en cada pago nos aumentaba, ahora nos da 300 soles. Fuimos a solicitar y ellos vinieron a ver como funciona la organización”. (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

“Con la promotora de alfabetización, nos dijo que había que daban préstamos, como nunca hemos trabajado, de miedo estábamos, poco a poco hemos conocido”. (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca).

El motivo principal para solicitar los créditos fue conseguir recursos para iniciar o desarrollar actividades económicas de manera independiente a las desarrolladas con la pareja. Los siguientes testimonios relatan cómo es que las usuarias se sentían frente a la posibilidad de acceso al crédito y los objetivos de los mismos.

“Porque queríamos trabajar, porque queríamos hacer alguna cosa, así toditas porque queríamos algún negocio”. (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Yo me animé para hacer un negocio" (Testimonio usuaria del comité de Salla)

Se debe resaltar que en la mayoría de los casos un elemento decisivo para resolver tomar este tipo de servicios de una institución radicó en el trabajo previo de explicación de la tecnología crediticia y los compromisos que se adquieren con un crédito por parte de MIDE. El testimonio de una de las usuarias del servicio en Salla nos ilustra al respecto:

"A nosotras nos habían dado charlas, allí es que preguntamos todo, ¿cuánto son los intereses?, ¿cuánto podíamos sacar?, así preguntamos todo. Hicimos una asamblea, hombres y mujeres, discutimos y dijimos está bien, hay que sacar, así lo decidimos". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

- **EVALUACIÓN DE LAS USUARIAS RESPECTO A LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS QUE RECIBEN:**

El grueso de las observaciones hechas por las usuarias de los servicios giran en torno a los plazos y modos de pago de los créditos, el nivel de aprobación del modelo de elección de los usuarios(as), el promotor(as) y los montos recibidos parece ser satisfactorio sin embargo frente al último punto se presentan diferencias entre el grupo que recién empieza a trabajar con el crédito y quienes ya tienen varios años de experiencia.

Sobre la elección de las usuarias: Como se señaló al describir el modelo empleado por MIDE, para elegir los y las integrantes de las comisiones de crédito, el pleno de la organización de base (comité de vaso de leche, club de madres, club de alfabetización, etc.) que avala al grupo debe votar de manera secreta y decidir quienes están en condiciones o no para asumir un crédito. Las usuarias entrevistadas afirman estar de acuerdo con esta forma de determinar a las integrantes del grupo, porque evita los posibles conflictos que aparecerían en el grupo y la comunidad, al determinar en forma abierta.

"La calificación es con voto secreto, si no fuera así, no estaría bien, para nosotras sería difícil, no sabríamos cómo calificarla, ahora lo que hacemos es fácil, a la vista están los de cara feliz, y también los de cara fea, están amargas" (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"A las caras alegres las hemos elegido, y a las que tenían cara amarga no la hemos elegido" (Testimonio usuaria del comité de Salla)

El modelo además de evitar conflictos es fácil de entender para las usuarias y se reconoce el hecho de que permite la participación de cualquiera de las interesadas incluidas las analfabetas.

"Para las que no saben leer sólo hay que mirar y es fácil para que elijan en la cara nomás se nota" (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Ha sido fácil, no difícil para el que no sabe es difícil. Con la carita alegre ha sido fácil, si no se hubiera podido, hubiera demorado". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

Sobre el promotor(a): Buena parte de la aprobación de las usuarias sobre los promotores(as) se debe a la confianza generada entre ambos. Los testimonios de las usuarias sugieren que esta confianza se basa en el conocimiento sobre el promotor sobre la base a la experiencia de trabajo con él y a que pueden establecer un lenguaje común de horizontalidad. Este último aspecto es muy marcado en el caso de Salla en donde las usuarias, que son quechuahablantes, valoran mucho que el personal de MIDE las asesore en su idioma.

"Está bien, otro no porque tendríamos que acostumbrarnos poco a poco con otro".

"Cuando vamos a la oficina le saludamos, nos oye bien, nos atiende bien, nos habla en quechua, algunas no entendemos mucho el castellano, en quechua nos explica bien". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Otros no entienden cuando hablamos en quechua, nos hablan en castellano, Carlos nomás nos entiende, nosotras no le vamos a soltar a Carlos". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

Respecto a las condiciones del crédito: Ambos grupos de usuarias considera que las condiciones de crédito solicitadas por MIDE son relativamente fáciles de cumplir y no representan trabas para el acceso a los préstamos. Para ambos comités son además más fáciles de cumplir, que otras ofertas en el mercado:

"Es difícil cuando piden muchos requisitos, como en otras instituciones, piden si estamos o no reconocidas en el club de madres o en el comité de vaso de leche, eso es difícil de sacar. Además con lo que piden en otras instituciones hay que viajar hasta el Cusco con mucha dificultad, hay que gastar en pasajes, con dificultad llegamos de estas alturas hasta Urcos y de allí tarde llegamos al Cusco, en cambio la oficina de la "Chuspa" esta cerca para nosotras, a la pasada entramos a preguntar o a saludar al compañero Carlos". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Esta bien compañera no son muy exigentes ni difíciles de cumplir como de otras instituciones, esta fácil para todas". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Las garantías fueron fáciles, sólo libreta electoral y la cogarantía, pero en el Cusco (la ciudad) piden muchos papeles ó piden una garantía similar pero te tiene que garantizar alguien de la ciudad del Cusco". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

Respecto a los montos otorgados: Las usuarias consideran que los montos deben ser escalonados y en relación a sus posibilidades de pago, de otro modo se pondría en riesgo la posibilidad de responder a los compromisos establecidos con la institución:

"Nosotros hemos sacado 300, todas no, yo 150, otras sólo 200. Para nosotras es suficiente, mucho tampoco podemos sacar, con eso nomás todavía estamos comenzando". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Depende porque cada una va a entrar a evaluación, entonces allí se verá. Podría ser mil o algo así, pero una vez que se vea, de repente te doy mil y pierdes." (Testimonio usuaria del comité de Salla)

Por otro lado las usuarias reconocen que los montos solicitados deben estar en relación al momento en que se encuentre su actividad. En este sentido para una agricultora no es posible asumir montos considerables si es que no tiene otras fuentes de ingresos y el periodo de cosecha esta aún lejano. Por ejemplo una de las usuarias de la localidad de Cajamarca considera que:

"Todavía ahora que no es época de cosecha, todavía no hay negocio como para sacar más" (Testimonio usuaria del comité de Salla).

Otro aspecto a considerar para las usuarias es la experiencia que se tenga en la actividad para la que se destine el préstamo. Si recién se está experimentando con una actividad, se debe esperar a conocer su potencial económico:

"Con eso nomás todavía, yo estoy probando (ha iniciado un negocio de comercio), ya después volveré a sacar" (Testimonio usuaria del comité de Salla)

Sobre los plazos y modalidades de pago de los créditos: En la mayoría de los casos las usuarias consideran que los plazos otorgados, de cuatro meses principalmente, son breves en la medida en que muchas de las actividades no generan utilidades en el corto plazo. Por otro lado el cumplimiento de las obligaciones en un corto plazo no permite la reinversión en sus actividades económicas:

"En 6 ó 7 meses hemos querido nosotras, en un poco más de tiempo más hubiéramos trabajado, los meses se van rápido". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Queremos ver otras instituciones, en cuatro meses no se puede hacer nada". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

"Producto compramos, como cinco arrobas de trigo, un ejemplo, esas cinco arrobas tiene que acabar, ese trigo no sale en poco tiempo, entonces nosotras no podemos hacer negocio. La chacra, en cuatro meses la chacra no nos da compañero, seis meses tiene que ser". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

Por otro lado las usuarias prefieren pagar sólo los intereses y recién pagar el capital al final del ciclo con el fin de capitalizarse y esperar que las actividades económicas que han emprendido generen ingresos mayores.

"Porque los intereses y el capital había que llevar todos los meses por eso, nos hemos desanimado, últimamente cuando hemos reclamado ha venido para pagar cada tres meses, con eso si estamos todas de acuerdo". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Cada mes había que llevar los intereses y el pago del capital, ambas cosas había que pagar, entonces hicimos una asamblea, entonces la institución nos entendió, desde entonces ya todo esta bien, para todos fue igual". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"La que tiene paga al final el capital porque necesita vender su producto para pagar la deuda".
(Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

- **EL USO DE LOS SERVICIOS DE LOS CRÉDITOS ¿PARA QUÉ UTILIZARON LOS PRÉSTAMOS RECIBIDOS?**

Se puede observar que en todos los casos se señaló que los créditos fueron destinados a emprender o capitalizar alguna actividad económica. Las usuarias fueron categóricas al afirmar que no es posible utilizar dichos préstamos en bienes de consumo o para cubrir alguna necesidad familiar de manera directa.

"No compañero, si compramos algo para los muchachos de dónde vamos a tener las ganancias, sólo en negocio vamos a trabajar y eso también va ser siquiera para los panes de nuestros hijos, para algo ya tendremos más adelante, ahora no, eso no hemos aceptado, porque se perdería el capital, no hemos aceptado para comprar grabadoras o radios, sólo queremos para trabajar".
(Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Cuando ya ganemos compraremos algo para la ganancia". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

La mayoría del grupo usuarias de Salla dedicó el dinero obtenido por los créditos a la compra de animales menores como cuyes, gallinas u ovejas, todas destinadas al comercio. Un segundo grupo destinó los recursos a la extracción de madera, se debe señalar que según las usuarias esta actividad no era de ellas exclusivamente sino que era una estrategia de ingresos familiar.

Las mujeres de la localidad de Cajamarca destinaron el dinero obtenido a través de los préstamos a más de una actividad, como el acopio de leche y la agricultura o la venta de abarrotes y la agricultura. En general las diferencias pueden estar relacionadas a las actividades principales en ambas zonas o a las posibilidades de comercialización que son mayores en el segundo caso. Sin embargo los testimonios del grupo más experimentado señalan que ellas al iniciar su experiencia con MIDE también invirtieron en animales menores, actividad que representaba un menor riesgo y que requería de menor capital. Ellas aún no habían emprendido nuevas actividades económicas que generaran mayores ingresos, pero que requirieran de una mayor inversión.

**Actividades económicas de las socias del Comité de crédito
del vaso de leche de la localidad de Salla**

Actividad	Cuyes y pollos	Ovejas	Ganado Vacuno	Negocio de Abarrotes	Extracción de madera
Frecuencia	3	2	1	1	2

**Actividades económicas de las socias del Comité de crédito
del Club de madres de la localidad de Cajamarca**

Actividad	Acopio de leche y agricultura	Venda Abarrotes y comida	Ganado	Venta de material impreso
Frecuencia	2	2	2	1

Cabe resaltar que, para las usuarias de Salla, otra razón importante en la elección de las actividades en las que han invertido, es lo reducido del mercado de la zona en la que se desempeñan y el difícil acceso a otros debido a las limitadas vías de comunicación con que cuentan:

"Para capitalizar estamos haciendo algo, en el campo no hay oportunidad para vender cosas. En animales nomás gallinas cuyes ganado, vacas, oveja, en eso nomás en el campo nos ocupamos, con eso recuperamos. (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Todavía no es época de sacar, cosechar, nuestros productos, los negocios tampoco están bien todavía, en la carretera todavía no están trabajando, si hubiera trabajos allí, tranquilamente podríamos hacer nuestros negocios". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

- **EL USO DE LAS UTILIDADES Y GANANCIAS GENERADAS EN LAS ACTIVIDADES RESPALDADAS POR CRÉDITOS.**

Las usuarias de Salla consideran que el poco tiempo que tienen trabajando con los créditos aún no les permiten obtener utilidades. Sin embargo tienen bastante claro en que piensan utilizarlas. La mayor parte de las usuarias invertirían en la alimentación, educación y vestidos de sus hijos (en ese orden) y e invertirían el excedente en sus actividades económicas:

"O sea, gastaríamos en nuestros hijos para ayudarlos más quedaría el capital, con eso poco a poco trabajaríamos con las ganancias también siempre estaríamos trabajando, siempre estaríamos incrementando

"En nuestros hijos para alimentarlos, para hacerlos estudiar, siquiera para hacerles terminar la primaria, para que nos ayuden después".

"Si nos queda la ganancia sería para poner a nuestros hijos en la escuela pues".

"Para mis hijos compraría algo, para ponerles a la escuela, al colegio, para eso sería de todas maneras con otra parte si alcanza para comprar oveja".

En el caso del grupo de Cajamarca, ellas han utilizado sus utilidades en asuntos más diversos que van desde la reinversión en sus actividades, la mejora en la infraestructura de sus hogares y en menor medida en sus hijos.

"Con la platita que hemos sacado he hecho estucar la casa, me he comprado una vaquita"

"Para comprar cositas de la casa, televisor, radio".

"Yo que me he comprado mi ganado y ya siquiera ahí tenemos"

"Hemos mejorado el ganado, comprado mas ganadito"

"Para pagar los intereses"; "En alimentación"; "Para comprar animales menores"

"Usando en la casa, para los hijos"

"Se compra carnecita, arroz, pero todos los días no se puede comer papa"

Luego de una repregunta sobre el gasto en los hijos, las usuarias afirmaron que utilizaron parte de sus utilidades principalmente en la educación de sus hijos.

- **EL IMPACTO DE LOS SERVICIOS**

La mayor parte de las mejoras percibidas por las usuarias de ambos casos giran en torno a la mejora de los negocios, la mejora de sus destrezas en el trabajo organizado y la participación pública así como un mayor manejo de los recursos financieros ofertados en sus zonas.

"Esta experiencia nos parece bien, todas estamos trabajando, algunas vendiendo mercaderías, conforme hay, otras compran gallinas, estamos haciendo crecer para pagar esta bien para nosotras esos préstamos, las mujeres ya podemos trabajar, ya no tenemos que estar viendo solamente la plata de nuestros esposos, como sea ya tenemos para hacer alcanzar para nuestra casa, para la comida de nuestros hijos e hijas". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Si hay, como hacemos negocios vendemos algunas cositas entonces ya hay algo, no es como antes en nuestras manos las mujeres no tenemos plata, esas cositas apreciamos bien". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"Para mí está bien, aunque sea poquito ya hay siquiera para comprar las verduras o la sal". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

"No podemos decir que hay algo que está mal, está bien conforme estamos viendo, esa oficina se abre para la mujer, a la mujer nos da confianza y ahora estamos trabajando esta bien para nosotras para todas, no podemos decir que esta mal". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

- **EL EJEMPLO, COMO UNA ESTRATEGIA MULTIPLICADORA DE LA EXPERIENCIA:**

Un elemento destacado en relación al impacto de ambas experiencias es que las usuarias perciben que sus comités han funcionado como "experiencias demostrativas" para las comunidades de aledaños, efecto que ha resultado en el desarrollo de nuevos comités de crédito en sus zonas:

"O sea nosotras hemos sido 10 las que vivimos en este lado, éramos las que queríamos sacar el préstamo entre nosotras nos hemos elegido, ahora viendo cómo estábamos trabajando como grupo de crédito, en otros sectores también han comenzado a organizarse, porque estamos trabajando bien, en Pampawasi, también ya han sacado, en Suiza también ya se están organizando, el anexo de Chequillo ya está viendo cómo estamos las familias, ya se están animando ellas". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

- **SOBRE LA PREVENCIÓN Y ELIMINACIÓN DEL TID Y LA OFERTA DE SERVICIOS MICROFINANCIEROS**

Respecto a la prevención y eliminación del TID las usuarias de Salla coincidieron en que el trabajo de sus hijos adolescentes y niños sólo se daría en el caso de que su situación económica esté gravemente afectada por alguna evento que rompa con el equilibrio económico de sus familias. Sin embargo señalan que sí aspiran a que sus hijos salgan de su localidad con el fin de estudiar y progresar.

"No hay nadie que tenga hijos trabajando fuera. Salvo estudiando, luchamos para que nuestros hijos ya no sean como nosotras si queremos que nuestros hijos mejoren a cualquier parte le mandaríamos pero todavía no tenemos esos casos". (Testimonio usuaria del comité de Salla)

La visión del TID es diferente en el caso de las señoras de la localidad de Cajamarca. Para ellas el TID en hogares de terceros fuera de sus localidades es una estrategia adecuada para el desarrollo de sus hijos, una instancia para conseguir recursos para su educación y una fuente de apoyo para sus familias de origen.

"Lo hacen en las vacaciones, depende de cada uno si es mujer o varoncito me ayudaría en cualquier forma trabajando siquiera para su ropa ya se ayuda".(Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

"Ellos ya saben, ya valoran lo que es el trabajo".(Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

Este grupo no considera el uso de las utilidades de sus préstamos para el retorno de sus hijos adolescentes que trabajan fuera de sus localidades y más bien se les observa como un apoyo para asumir los créditos:

"Ya su ganancia sería para él, se lo ahorraría para él". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

"La ganancia de los préstamos no, como ya está trabajando, ya se mantiene". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

"Si son mayorcitos ya pueden ayudar a pagar". (Testimonio usuaria localidad de Cajamarca)

4.3 LAS MEJORES PRÁCTICAS DESDE EL SERVICIO DE FINANCIAMIENTO

La experiencia de los proveedores y usuarios (as) de los servicios microfinancieros estudiados nos señalan como mejores prácticas:

En el manejo de la tecnología crediticia:

- Un buen entrenamiento de las clientes en el manejo de sus créditos y los aspectos financieros involucrados en los mismos, a partir de ejercicios y trabajo con material visual que permiten el manejo fluido de la tecnología crediticia por parte de los clientes.
- Tendencia a realizar las operaciones crediticias en moneda local, porque ello posibilita un mejor manejo del dinero por parte de las socias. Tres de ellas han cambiado su cartera de dólares a soles.

En el caso de los créditos con componente de ahorro:

- La metodología de Bancos Comunes, trabajada por cuatro de las instituciones seleccionadas

incorpora el componente del ahorro, lo que entrena a las clientas en el manejo de servicios financieros y permite la acumulación de capital para un mejor impacto en sus vidas.

En la selección de las clientes y el uso de garantías:

- El manejo de una metodología grupal basada en un aval solidario permite llegar a la población con menores recursos.
- La importancia de que no esté a cargo de una sola persona (un sólo agente de crédito) la aprobación de un crédito.
- La reducción de los riesgos de trabajo con esta población al utilizar el conocimiento y el aval de las propias clientes, para la selección de los prestatarios.

En el establecimiento de los montos y plazos de crédito:

- El manejo de cierta flexibilidad en el establecimiento de los montos mínimos otorgados en crédito con el objeto de satisfacer las necesidades de capitalización de los clientes y de llegar a la población con menores recursos.
- Proveer diferentes modalidades de pago de intereses y capital que permite que el modelo se adapte a las actividades económicas y preferencias de las clientas.

En relación al seguimiento de los clientes:

- El establecimiento de reuniones periódicas con las clientas con el fin de estrechar los lazos y realizar el seguimiento de sus actividades y créditos.
- En el caso de zonas alejadas, el uso de cobradores locales permite abaratar costos de seguimiento para las instituciones y gastos de movilidad y tiempo para las usuarias.

4.4 EL IMPACTO DE LOS SERVICIOS

El impacto de los servicios en los casos estudiados es difícil de establecer debido a que la mayoría de instituciones recién está implementando procesos de evaluación de sus proyectos. En las visitas a las instituciones con entrevistas a proveedores de los servicios y clientes, se ha recogido información cualitativa respecto a las posibles mejoras y cambios a partir de los servicios de crédito ofertados. Para el caso de MIDE se cuenta con una evaluación de impacto realizada en el año 1998.

La información obtenida da pistas en torno al impacto que los servicios pueden estar generando en sus clientes y guarda coherencia con los estudios de impacto en microcrédito realizados en Perú y en otros países.

En general, se puede apreciar que la mayor parte de los proveedores y usuarios señalan que se experimentan **mejoras económicas**. Se observaron mejoras por diversificación de actividades, han podido iniciar nuevos negocios y emprender nuevas actividades un poco más rentables. Esta diversificación de actividades es asociada, a su vez, con la mejora en la captación de ingresos (en la medida que se manejan varias fuentes de entradas) y a la generación del empleo en el entorno familiar. La experiencia de Finca señala que se ha generado trabajo para las hijas(os) y el esposo; en este sentido, el desarrollo de las actividades de los clientes de los servicios es visto como una posibilidad para involucrar a los hijos en las empresas. También se comprobó que la mayor permanencia en los programas permite a la clienta diversificar sus actividades productivas, no sólo agricultura para el caso de las pobres y muy pobres, lo cual se traduce en mayores fuentes de ingreso y liquidez, todo ello a partir del quinto crédito porque comienzan a acumular. También ha permitido el cambio de actividades menos rentables a otras más rentables gracias a las asesorías.

En los estudios de impacto de MIDE, se encontró que existen factores que posibilitan y otros que limitan la acumulación de los ingresos y las actividades económicas de las clientas. Entre los factores positivos se encuentra el reconocimiento de la familia, la capacitación técnica, la buena localización del negocio; en cambio, una limitante es la saturación del mercado.

Principalmente para el grupo de clientes constituido por mujeres, un segundo punto en importancia es el del **incremento del gasto en el hogar, la familia y los hijos**. Todas las experiencias de trabajo con mujeres señalan que ellas destinan un mayor porcentaje de sus ingresos a la educación de hijas(os) (pago de derechos académicos, útiles) y mejoras en la alimentación de su familia. Las clientas de Afider entrevistadas afirman que estos créditos les ha permitido mejorar la situación en sus hogares “se puede gastar en educación de los hijos, apoyar en los gastos familiares”, que eso le hace sentirse mejor, le da alegría, no dependen tanto del esposo. Las clientas disponen de mayores recursos para invertirlos en una mejora de la nutrición de los niños(as) y alimentación del grupo familiar

Arariwa precisa que sólo los clientes con más antigüedad en los bancos pueden invertir en sus familias, porque los nuevos tienen que utilizarlo en capitalizar sus actividades económicas. Por otro lado, este estudio pudo observar que mientras más tiempo las clientes permanecen en el programa y manejan un mayor número de préstamos y de montos mayores, cada vez pueden tener un mayor acceso a los servicios básicos y se mejoran las condiciones de vida y bienestar de su grupo familiar a nivel de educación, salud, nutrición y medio ambiente, entre otros.

Este tipo de impacto tiene también relación con la metodología utilizada en la medida en que la mayoría de mujeres que respondieron sobre cambios respecto a la **autoestima** personal y el bienestar de sus familias, pertenecía a estrategias grupales en donde además de recibir los servicios financieros, pueden discutir sobre aspectos relacionados a la mejora del estilo de vida de ellas y sus familias. Hemos encontrado que el crédito además les permite mejorar destrezas individuales en relación al manejo del dinero, los negocios y la toma de decisiones a nivel familiar. ADRA señala que con los bancos comunales las mujeres aprenden a realizar gestiones y llevar registros de cuenta.

Las clientas de MIDE han mejorado su autoestima; ellas, más pendientes de la limpieza, del aseo personal, cuentan con acceso a servicios de salud y tienen una actitud diferente frente al maltrato físico o verbal. Si bien, como señala el estudio de MIDE, a las prestatarias les cuesta hablar sobre la violencia de que son objeto ellas y sus hijas(os), muchas de ellas no saben reconocer en la práctica cuándo se trata de una situación de violencia y los estratos menos

pobres y no pobres prefieren no tocar el tema por decoro. Los resultados del estudio de impacto encontró que los maltratos por falta de dinero se redujo sustancialmente en todos los estratos y en el caso de los pobres extremos, esta causal de violencia se redujo por completo. También señalan que este impacto guarda correlación con el trabajo que viene realizando la ONG CADEP en la zona a través de los “yachan wasi”.

Otra constatación a la que llegamos, a través de las entrevistas, es que en el trabajo con mujeres con la metodología de bancos comunales se logra un mayor manejo por parte de ellas de las decisiones de préstamos y mayor injerencia en la distribución de beneficios e inversiones.

MIDE ha comprobado que en los estratos de mayor pobreza el número de años que los hijos de están familias permanecen en la escuela se ha incrementado, considerando que al contribuir con el crédito a la estabilidad económica del hogar, mitiga una de las principales causas de deserción escolar en estos estratos. La de escolaridad para las niñas aumentó en 2 años en los de extrema pobreza, y uno en los otros niveles de pobreza.

Entre las razones que el estudio da para explicar estas mejoras se señalan:

- Las señoras determinan quién puede acceder a un crédito por su capacidad de pago.
- Voto secreto.
- Proceso de ajuste a la tecnología financiera y metodología de trabajo.
- Revisión constante de la metodología utilizada.
- Contar con agentes de créditos pertenecientes a la población.
- Encuentros anuales de prestatarias, sociodramas, espacio de intercambio de información.

Finalmente, los datos de nuestras visitas señalan que respecto a la erradicación del trabajo infantil doméstico, las clientas de las diferentes instituciones no hacen ninguna referencia directa de los hijos menores de edad que trabajan en hogares de terceros. La mayoría considera que los hijos menores que trabajan fuera de sus hogares ya no representan una fuente de egresos para la familia y más bien que podrían contribuir eventualmente con los ingresos de la casa y al pago de las deudas adquiridas por sus familias de origen. Sólo en los casos de bancos comunales integrados por mujeres, el tema fue problematizado en mayor medida, y aunque no se dejó de considerar el trabajo de los hijos menores como una fuente de ingreso, sí se reconoció lo peligroso y difícil de esta estrategia para los niños y adolescentes. Igualmente, señalaron que de contarse con un negocio estable y rentable, las y los hijos podrían permanecer más tiempo al lado de sus familias y dedicarse a estudiar. Hemos visto en la experiencia de Finca, que estos negocios permiten que las hijas o hijos cuenten con una fuente de trabajo en su lugar de origen.

Se hace muy poca referencia en las entrevistas a impactos negativos por la provisión de servicios. Sólo señalan el caso de una prestataria que dejó de estudiar para poder trabajar y honrar sus créditos. MIDE, más bien, hace referencia explícita de la necesidad de establecer mayor sinergia con otras instituciones que puedan brindar servicios de capacitación tanto en desarrollo personal como empresarial a sus usuarias. Las prestatarias han entablado relaciones con varias instituciones en la zona como PRONAA, municipios, CADEP, Senati, pero ello es insuficiente, en especial para la población más pobre.

4.5 OTROS ESTUDIOS DE IMPACTO

Pese a la creciente oferta de los servicios ofertados por las IMF, es difícil encontrar evaluaciones de impacto sobre servicios de microcrédito. Autores como Candance (1998) o Trivelli (2000), consideran que este hecho está relacionado con dos aspectos: en primer lugar, existe una mayor atención al desempeño institucional de las IMF y a la demanda del crédito como indicadores adecuados del impacto de los servicios. Por otro lado, las evaluaciones requieren de una alta inversión de recursos (económicos, atención, etc.) que en muchos casos no pueden ser asumidas por estas instituciones, sobre todo en el caso de entidades que luchan por alcanzar su sostenibilidad⁶¹.

⁶¹ De ahí que sean los donantes los que están interesados en ver que los fondos prestados o donados hayan sido utilizados para los fines propuestos.

A pesar de esta limitación, se cuentan con algunos estudios de impacto centrados especialmente en Asia y África (Candance op cit) y para el caso Latinoamericano, la mayoría de trabajos centra su atención en Bolivia (Trivelli op cit). Estos estudios hacen referencia a algunas dimensiones de la vida de los clientes como la generación de ingresos, acumulación de activos, el ingreso familiar, beneficios sociales y el empoderamiento de los clientes, especialmente mujeres. Es necesario también tener en cuenta que si bien se hace un estudio de impacto con poblaciones pobres, las realidades de Asia, África y América Latina son diferentes y sus metodologías y procedimientos financieros se adaptan a sus propias realidades.

Respecto a la **generación de ingresos**, se ha establecido que el microcrédito permite incrementar los ingresos en montos que pueden llegar a ser mayores al 25%. Estudios al respecto concluyen que esta mejora es mayor en las iniciativas comerciales más que en las manufactureras u otros sectores. Sin embargo, pocos clientes registran un crecimiento continuo respecto a sus ingresos. En general, los estudios hacen referencia a una mejora inicial y un estancamiento posterior de los ingresos debido a que los clientes tratan de asegurar sus entradas y no arriesgan en actividades con mejores expectativas.

Además, se ha demostrado que este crecimiento es posible sólo si es que los clientes mejoran aspectos específicos de sus actividades económicas como las ventas, reducción de los costos de insumos y mejora en los canales de comercialización. Aspectos que en muchos casos requieren de un apoyo en asistencia técnica y capacitación.

Por otro lado, un estudio de impacto realizado por Mosley⁶², para el caso boliviano, concluye que el impacto sobre los ingresos tiene relación con el nivel de ingresos de los clientes; en este sentido, éstos tienden a aumentar conforme son mayores los ingresos y tienden a desaparecer conforme el ingreso familiar se acerca a la línea de pobreza extrema. Esta evaluación encuentra, además, que los más pobres destinan más los préstamos para consumo de manera que éstos no son invertidos para actividades que generen entradas.

En relación a los **activos familiares** (como tierra, ganado y mejoras en la vivienda), se encuentra que estos cambios se dan en menor medida debido a que muchos préstamos son orientados para capital de trabajo y porque muchos clientes que son microempresarios trabajan con pocos activos fijos. Lo que se destaca en muchos casos es el incremento del ahorro, aunque muchas veces sea forzoso. Se ha encontrado que estos beneficios se dan en mayor medida en microempresarios y trabajadores más prósperos y estables. Para los sectores más pobres, el impacto más importante del financiamiento consiste en estabilizar su situación y protegerlos de las crisis. Sin embargo, el estudio de Mosley encuentra que todas las IMF tienen un impacto positivo sobre los activos de los prestatarios para el caso boliviano.

Entre otros efectos del microfinanciamiento se encuentra que los créditos permiten consolidar puestos de trabajos existentes en los clientes y utilizar en mayor medida el trabajo familiar.

Finalmente, los estudios de impacto han encontrado que existe una asociación entre recibir un servicio de microcrédito y algunos beneficios sociales, como la planificación familiar, la mejora en los niveles de nutrición, educación y salud, generada por el incremento de los ingresos. Estas últimas mejoras son directamente vinculadas a la presencia de las mujeres en los programas y sus marcadas prioridades sobre el bienestar familiar. Sin embargo, los estudios señalan que la provisión de servicios de crédito exclusivamente no generan mejoras directas en la mejora de los niveles de alimentación, educación y salud familiar.

El caso de programa de “Crédito con Educación” de una cooperativa de ahorro y crédito en Mali, indica que para generar cambios respecto a la autoestima y empoderamiento de las mujeres y el bienestar del hogar respecto a la salud y educación, es importante incluir al crédito un componente de asistencia técnica y educación en esos temas. En el caso de Crédito con Educación, las mujeres tuvieron una mayor importancia dentro de la familia y una mayor autovaloración debido a que generaban ingresos a sus familias y a que éstas fueron sensibilizadas en los temas de interés del proyecto.

Además, se señala que el crédito también posibilita el **empoderamiento** de los prestatarios. En este sentido, los estudios hacen referencia a que los clientes adquieren más confianza en sí mismos y participan en mayor medida en las decisiones y actividades en sus familias y

⁶² Citado por Trivelli (op cit)

comunidad. Por otro lado, el trabajo con mujeres se enfatiza que debe ser cuidadoso en la medida que los estudios reportan un gran número de préstamos otorgados a mujeres, que son controlados en realidad por las parejas, haciendo que ellas asuman los costos y en menor medida los beneficios del crédito.

Respecto al impacto de los servicios de microcrédito contra la **reducción de la pobreza**, para el caso boliviano se ha encontrado que se existe un impacto positivo en la reducción de la pobreza pero ésta varía según el tamaño de los montos brindados y las características de los clientes. Las instituciones que tuvieron préstamos promedios con menores montos tuvieron un mayor impacto sobre la reducción de la pobreza por un efecto directo sobre los clientes y las que prestan montos altos tuvieron un impacto gracias a la mayor demanda de trabajo de la gente pobre por parte de sus clientes (Trivelli op cit).

También se encuentra que el impacto del microcrédito sobre la pobreza puede ser negativo debido a una falla en las estrategias económicas de los prestatarios, como el contar con otras fuentes de ingresos, realizar actividades seguras, recibir las remesas de los parientes, etc. Si estas estrategias fallan, el resultado del crédito podría agravar la pobreza en lugar de servir para superarla. Por lo tanto, el impacto depende no sólo de las condiciones en que se ofrecen los microcréditos sino también de su uso y del desempeño de las actividades generadoras de ingreso del hogar involucrado.

Trivelli presenta los resultados obtenidos por Acción Comunitaria del Perú⁶³ respecto a los servicios de microcrédito individual y grupal para comerciantes PYMES. Estos créditos eran relativamente bajos, siendo el promedio de poco más de US\$300. Los datos sugieren un impacto positivo a nivel de la generación de ingresos y la diversificación de las actividades de trabajo. Se encontró que los clientes tenían un 50% más de ingresos en sus hogares que los no clientes. Respecto a la diversificación de ingresos, los hogares de clientes tuvieron en promedio más fuentes de ingresos y más empresas que los no clientes. Los clientes presentaron, además, una mayor inversión en activos fijos y en vivienda. Por otro lado, los clientes con una antigüedad mayor a los dos años tuvieron una mayor diversificación. Estudios similares sugieren también una relación entre los años como clientes y el valor de los activos fijos de sus empresas; es decir, a más tiempo como clientes del servicio de crédito, mayor es el valor de los activos fijos de las empresas. Dicha evaluación encontró también que las empresas de los sectores industria y comercio fueron las que incrementaron más sus ingresos.

4.6 LAS MEJORES PRÁCTICAS PARA EL CASO PERUANO

Los casos que hemos elegidos son exitosos en la medida que señalan tener una fuerte preocupación por un manejo adecuado de los aspectos financieros de sus instituciones, que se refleja en tasas de morosidad bajas y progresos en el autosostenimiento, con la opción por atender a sectores con menores recursos en sus zonas de trabajo. Por otro lado, si bien los casos seleccionados como exitosos no cuentan con estudios de impacto, a excepción del MIDE, ni estudios de mercado, podemos concluir por el resultado de las entrevistas y otros estudios, que las cinco instituciones seleccionadas están logrando un impacto positivo en sus clientes y están atendiendo a una población pobre, cuatro de ellas bajo la modalidad de bancos comunales y una con una modalidad distinta pero interesante, el caso de MIDE.

▪ EL MODELO DE BANCOS COMUNALES

Las instituciones de este estudio trabajan en zonas de interés del proyecto y con grupos de pobreza. Su prioridad es trabajar con mujeres dentro de la metodología de bancos comunales, la cual incorpora el componente de ahorro, muy necesario para las personas en situación de pobreza para que corran menos riesgos y puedan incrementar sus ingresos.

ARARIWA EN CUSCO Y AFIDER EN CAJAMARCA TRABAJAN CON UN MODELO DE BANCO COMUNAL DENOMINADO LA CHANCHITA

PROMUC⁶⁴ administra la patente de la Chanchita. Esta red les permite hacer uso del modelo de La Chanchita, participar de los servicios brindados por dicha institución: capacitaciones, estudios de impacto e intercambiar experiencias con otras instituciones que pertenecen a la red y contar con un software para el

⁶³ Experiencia convertida hoy en Mibanco.

⁶⁴ Consorcio de Promoción de la Mujer y la Comunidad.

control de los pagos y desembolsos a nivel de cada banco.

Las dos instituciones han realizado adaptaciones al sistema crediticio, adecuándolas a las necesidades de las clientas en su zona: reducción del monto mínimo a otorgar como préstamo, flexibilidad para acceder a diferentes montos de crédito de acuerdo a las demandas de las propias clientas. Estas instituciones les ofrecen a sus clientas al término del periodo de funcionamiento de un banco, reiniciar nuevamente un conjunto de nuevos ciclos de crédito y de ahorro, porque ello les permite capitalizarse y lograr un mejor impacto en sus vidas.

AFIDER ha optado a nivel de la institución darles préstamos en soles, sobre todo por los problemas que tenían las socias para manejar dólares.

ARARIWA se está planteando ampliar su cobertura de acción a través de esta metodología, porque con ella podría atender más a la población meta objetivo de su institución.

FINCA Y ADRA OFASA TRABAJAN EN LIMA CON LA METODOLOGÍA DE BANCO COMUNAL

FINCA, antes de iniciar un ciclo de banco, realiza un trabajo de capacitación y estímulo al ahorro. En estas reuniones previas ahorran entre 5 a 10 dólares y van adquiriendo así una cultura de ahorro. El modelo Finca contempla, además, una cuenta de ahorro extraordinaria a cargo íntegramente de las socias, lo cual les permite acceder a más recursos.

Han sabido ser flexibles al conformar grupos con menos socias de lo usual y en la duración de los ciclos.

La particularidad del modelo trabajado por ADRA OFASA está en que estos bancos están conformados a su interior por grupos solidarios, lo cual les permite un mejor control de las clientas. Ofrecen a sus clientas la posibilidad de reiniciar nuevamente otro conjunto de ciclos de crédito y ahorro, en el sentido que al manejar mayores montos de dinero y ahorro les puede permitir un mayor impacto en sus familias.

Para un manejo más eficiente de los bancos, incentivan cada cuatro meses a las clientas que cumplen con sus pagos obsequiándoles prendas físicas. También de manera periódica aplican encuestas para evaluar la satisfacción de las socias y el uso e impacto de los créditos en el negocio.

▪ EL MODELO DE CRÉDITO INDIVIDUAL: LA CHUSPA

El estudio de impacto realizado en 1998, cuenta con indicadores positivos en la población meta, mejorando no sólo los ingresos, sino los niveles educativos de hijas e hijos, la autoestima y la toma de conciencia sobre la violencia al interior de las familias, que no debe continuar.

MIDE

EN CUSCO TRABAJA CON MUJERES QUECHUA HABLANTES EN ZONAS RURALES DE EXTREMA POBREZA

Su metodología es la de créditos individuales, pero avalados por la instancia organizativa de su comunidad a la cual pertenecen. Las integrantes del grupo son las que deciden a quién se le puede otorgar el crédito.

Han cambiado su oferta de crédito de dólares a soles en beneficio de las usuarias.

Por tratarse de un trabajo en zonas rurales alejadas, han buscado formas de solucionar este impase. Para los pagos, las mujeres pueden designar a una persona por grupo para que se acerque a la institución y hacer el pago. El seguimiento a las clientas lo realizan las promotoras acudiendo a las ferias locales donde conversan con las socias, evalúan el negocio y controlan la morosidad.

▪ OBSERVACIONES FINALES EN TORNO A LAS LECCIONES APRENDIDAS

Las instituciones seleccionadas son proveedoras de recursos financieros, dirigido a población en situación de pobreza. El componente no financiero dirigido a esta población ha sido principalmente para el manejo eficiente de la administración de sus bancos. Se llevan a cabo

también algunas charlas educativas o capacitaciones, pero de manera esporádica y no para todas las usuarias.

El manejo de la cartera de créditos es transparente, cobrando intereses promedio del mercado de las microfinanzas en Perú. La mayoría cuenta con una tasa baja de morosidad. La disyuntiva de alcanzar la sostenibilidad institucional lleva a un recargo de la cartera de clientes por parte de las promotoras de crédito. Ese es un reto que deben afrontar.

Para lograr un mayor y mejor impacto en la población, se requiere de servicios complementarios de capacitación e información. Existen ONGs en cada zona de intervención que pueden ofrecer estos servicios y ser, a su vez, nexos con otras instancias -del sector privado- especializadas en capacitación. Es importante resaltar que una constatación producto del estudio es que, en su gran mayoría, son las mujeres las que participan de las diversas alternativas de generación de ingresos. En ese sentido, es importante tener en cuenta la perspectiva de género en este trabajo, ya que una mujer empoderada, que se valora, que conoce y ejerce sus derechos, estará en mejores condiciones para sacar adelante su taller o negocio.

Por otro lado, puede resultar interesante la relación que establezca la sociedad civil con el Estado para promover, implementar o aunar esfuerzos que conlleven a mejorar las condiciones de los servicios que se brindan con relación a la generación de ingresos. El Gobierno cuenta con programas de alivio a la pobreza que pueden ser de gran utilidad para el caso de los proyectos que auspicie el Programa del IPEC. Tenemos proyectos interesantes para la generación de ingresos en el PRONAA, COOPERACIÓN POPULAR-PROMUDEH, PROFECE, con los cuales se podría establecer alianzas estratégicas.

CONCLUSIONES

RESPECTO AL MICROFINANCIAMIENTO COMO UNA ESTRATEGIA ADECUADA PARA LA GENERACIÓN DE INGRESOS EN POBLACIÓN CON MENORES RECURSOS

- Se constata que los servicios de microfinanciamiento tienen un impacto positivo tanto a nivel del incremento y diversificación de los ingresos y activos de los clientes como a nivel del bienestar de las familias que reciben dichos servicios. No obstante, se debe tener en cuenta que no es una estrategia que funciona adecuadamente para todos los contextos y que su impacto varía de acuerdo con las características de los usuarios(as) (sexo, nivel económico, etc.) y sus actividades.
- Respecto al contexto en que se ejecute este tipo de servicios, es necesario contar con una política macroeconómica favorable y la existencia de una inversión adecuada en infraestructura física y social que permita a los clientes el desarrollo de actividades económicas de manera sostenible y rentable.
- A nivel de las características de los usuarios(as) y su relación con el posible impacto de los servicios de microcrédito se observa que si se busca un impacto a nivel de la generación de activos y mejora de indicadores sociales en las familias beneficiarias la estrategia con la que se obtienen mayores resultados es el trabajo con las mujeres de manera organizada.
- Los modelos de trabajo que más se adaptan a este tipo de población son aquellos de carácter grupal, con garantías solidarias y con un escalonamiento de los montos ofertados. El modelo sugerido en primera instancia, es el de bancos comunales en la medida que es una metodología validada y contempla el componente de ahorro.
- Sobre el nivel económico de los usuarios, se ha encontrado que el mayor impacto económico se obtiene con clientes de mayores ingresos y que por tanto han podido recibir mayores volúmenes de dinero en crédito.
- En relación al tipo de actividad, la bibliografía existente indica que el comercio y los servicios son los que permiten de manera más rápida y sostenida, mejores resultados, en la medida que el sector productivo requiere de un mayor volumen de inversión de capital para activos y materia prima que no permite un nivel de acumulación en el corto y mediano plazo para cumplir de manera adecuada con las obligaciones tanto de la empresa como de los créditos que se han obtenido.
- El proyecto debe apoyar las iniciativas ya consolidadas de los servicios de financiamiento como una estrategia válida para incrementar y diversificar los ingresos y los activos de los clientes.
- Por un lado, el proyecto debe establecer, conjuntamente con las instituciones con las que decida trabajar, montos que puedan generar algún tipo de impacto en las familias beneficiadas, mecanismos que permitan el acceso al crédito en momentos claves que impliquen la necesidad de invertir en el negocio o que sean determinantes para el crecimiento del mismo

RESPECTO A PERTINENCIA DEL COMPONENTE NO FINANCIERO

- El microcrédito sólo, no constituye una estrategia suficiente para obtener resultados favorables dentro de una estrategia de generación de ingresos. A pesar de ello, la información recopilada sugiere que la mayoría de instituciones sólo brinda sus servicios de capacitación con relación a las tecnologías crediticias que utilizan.
- La población más pobre necesita servicios financieros, pero no como una solución sino como una herramienta, junto con otro tipo de servicios, de tal modo que pueda facilitar

el desarrollo económico y la generación de empleo. Se requiere un esfuerzo mucho mayor que simplemente otorgar un préstamo.

- Las instituciones presentadas en el estudio reconocen la necesidad de complementar y potenciar el impacto de los créditos vía la provisión de servicios de capacitación y asistencia técnica en temas técnico productivos y de gestión. Sin embargo, estos no pueden ser asumidos económicamente por muchos de sus clientes, especialmente los de menores recursos; además, las instituciones no cuentan con fondos para cubrir esta demanda.
- Los estudios de impacto revisados señalan que los servicios financieros pueden generar un impacto positivo en mejoras relacionadas a la salud, alimentación y bienestar de las familias de los clientes, siempre y cuando incluyan un fuerte componente de sensibilización y capacitación respecto a estos temas.

RESPECTO A LA METODOLOGÍA DE SERVICIO MÁS ADECUADA PARA EL TRABAJO CON POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA

- La mayor parte de instituciones que trabajan servicios financieros para población en situación de pobreza utilizan metodologías grupales y bancos comunales preferentemente, para la provisión de sus servicios.
- Este hecho se sustenta principalmente en que son metodologías probadas que reduce ciertos riesgos para la institución al basar la garantía en garantía solidaria entre sus miembros. Este mismo aspecto permite que muchos clientes que no podrían acceder a un crédito individual con un aval prendario o hipotecario reciban un préstamo. Permite que se entreguen bajos montos con un costo menor de operación. Además, para el caso de Bancos Comunales, éste metodología contempla un componente de ahorro que es importante, por un lado, como una estrategia educativa para la población con menores recursos en la experiencia del ahorro; y por otro lado, hace posible que los clientes se entrenen en el manejo de sus propios recursos, además de acumular cierto capital. Estas metodologías facilita también la llegada a mujeres de zonas rurales con las que se puede trabajar mejor de forma grupal.

SOBRE LAS INSTITUCIONES QUE TRABAJAN MICROCRÉDITO CON POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA

- Las instituciones microfinancieras tienden a operar con el tipo de procedimientos de la banca formal, que exigen cada vez mayores exigencias a los clientes con el fin de otorgar los créditos. Este hecho genera que en muchos casos IMF trabajen cada vez más con clientes que están por encima de la línea de pobreza y realicen actividades en expansión, producto de la acumulación de conocimiento del mercado y con activos que respalden sus actividades.
- En este sentido, tanto las EDPYMES como las CMAC y CRAC, ofertan la gran mayoría, si no la totalidad, de sus préstamos en montos por encima de los US\$ 500, muy por encima de los créditos a los que puede acceder la población con menores recursos.
- Sólo el grupo analizado integrado por ONGs atienden en mayor medida a esta población y presentan productos adaptados a este tipo de grupo meta (modelos grupales con garantías solidarias y créditos escalonados). Este hecho está relacionado a la misión institucional de muchas de ellas, que está vinculada a la generación de ingresos y al trabajo con población de escasos recursos.
- Como se señaló, la mayor parte de estas instituciones tiene un enfoque minimalista al restringir su actividad a un punto netamente económico y financiero y no proveer a sus clientes de servicios no financieros importantes, en el caso de clientes con escasos recursos y poca experiencia en gestión y desarrollo de actividades económicas sostenibles.

RESPECTO AL POSIBLE IMPACTO DE LA PROVISIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS COMO ESTRATEGIA PARA LA ERRADICACIÓN DEL TRABAJO INFANTIL DOMÉSTICO (TID)

- Las clientas de las IMF entrevistadas no hacen referencia directa respecto a una posible asignación de los recursos obtenidos a partir de los créditos recibidos para hacer que hijos(as) niños(as) o adolescentes que trabajan en hogares de terceros dejen estas actividades.
- La gran mayoría considera que los hijos e hijas menores que trabajan fuera de sus hogares significan un egreso menos para la familia y una fuente de apoyo para las estrategias económicas de sus hogares pudiendo eventualmente contribuir para el pago de los créditos recibidos.
- Sólo en los casos de Bancos Comunales integrados por mujeres, el tema del TID fue problematizado y aunque no se dejó de considerar como una fuente de ingresos, se reconoció lo peligroso de esta estrategia de ingresos y subsistencia. Este hecho puede estar vinculado a que las mujeres organizadas en bancos comunales han recibido información con relación al cuidado de los hijos y la importancia de su rol como madres.
- Los estudios de impacto revisados no hacen referencia a una posible relación entre la provisión de servicios financieros y la erradicación del TID. No obstante, dan pistas en torno a otros aspectos vinculados al bienestar de los hijos como mejoras en la alimentación e incremento del nivel educativo que alcanzan los hijos, mayor la autonomía en las decisiones en el hogar por parte de las mujeres, cuando se cuenta con proyectos complementarios en el que la sensibilización sobre estos temas fue un componente directo. Estas experiencias exitosas nos sugieren que es posible establecer una estrategia de generación de ingresos vía el microcrédito bajo ciertas condiciones, como el complementar con el desarrollo del microcrédito un fuerte componente de desarrollo personal y de sensibilización sobre los derechos de niñas y niños.

RECOMENDACIONES

PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PROYECTO

- Centralizar el trabajo en ámbitos geográficos donde se concentre un mayor número de familias de origen.
- En Cusco y Cajamarca priorizar el trabajo en zonas ubicadas en los corredores económicos , lo cual potencia la actividad económica a implementar al acceder a un mercado mayor.
- Identificar actividades económicas de mayor rentabilidad en el corto plazo de acuerdo a los recursos y potencialidades de desarrollo de la zona, de las habilidades y conocimientos de las familias y la demanda del mercado.
- Seleccionar a las familias de origen a ser atendidas por este programa tomando en cuenta las recomendaciones 1-3
- Levantar un diagnóstico socio-económico-cultural de las familias de origen seleccionadas , con la finalidad de evaluar el interés en el proyecto de generación de ingresos por parte de las familias de origen, así como para contar con una línea de base para evaluar el impacto de la intervención.
- Construir indicadores de evaluación y monitoreo
- Seleccionar a las IMF que trabajan en la zona de intervención (ver listado)
- Seleccionar a las ONGs de desarrollo social que puedan trabajar en la zona de intervención. (ver listado) La experiencia nos señala que para facilitar un impacto positivo en las familias, se requiere además del acceso a los microcréditos el acceso a servicios no financieros, de acuerdo al nivel de desarrollo de la experiencia económica.
- Facilitar las alianzas estratégicas a realizarse entre IMF, ONGs, Municipio y Programas Sociales del Estado. Los estudios nos señalan como indispensable entablar alianzas estratégicas y sinergias, para posibilitar el real desarrollo humano de la población en pobreza. Las mesas conales o de concertación podría ser un espacio interesante de coparticipación.
- Las ONGs de Desarrollo Social pueden ser las instancias que lideren, motiven y entablen las sinergias necesarias para el desarrollo de la experiencias de generación de ingresos, dentro de un contexto de desarrollo local y/o regional, en estrecha relación con las municipalidades de las zonas seleccionadas.
- Facilitar los espacio necesarios para el intercambio interinstitucional sobre los avances del proyecto y para la atención a las posibles dificultades.

PARA LAS INSTITUCIONES DE MICROFINANZAS :

- Ofertar una línea de crédito adecuada a las necesidades de las familias de origen. Dar preferencia a créditos de tipo grupal , bajo la metodología de Bancos comunales y /o grupos solidarios.
- Orientar preferentemente los recursos crediticios en un primer momento hacía actividades de mayor crecimiento de capital: comercio y servicios (restaurantes, puesto de comida, vianderas).
- Evaluar permanentemente los servicios para mejorar los procedimientos y lograr un mejor impacto en la población beneficiaria.

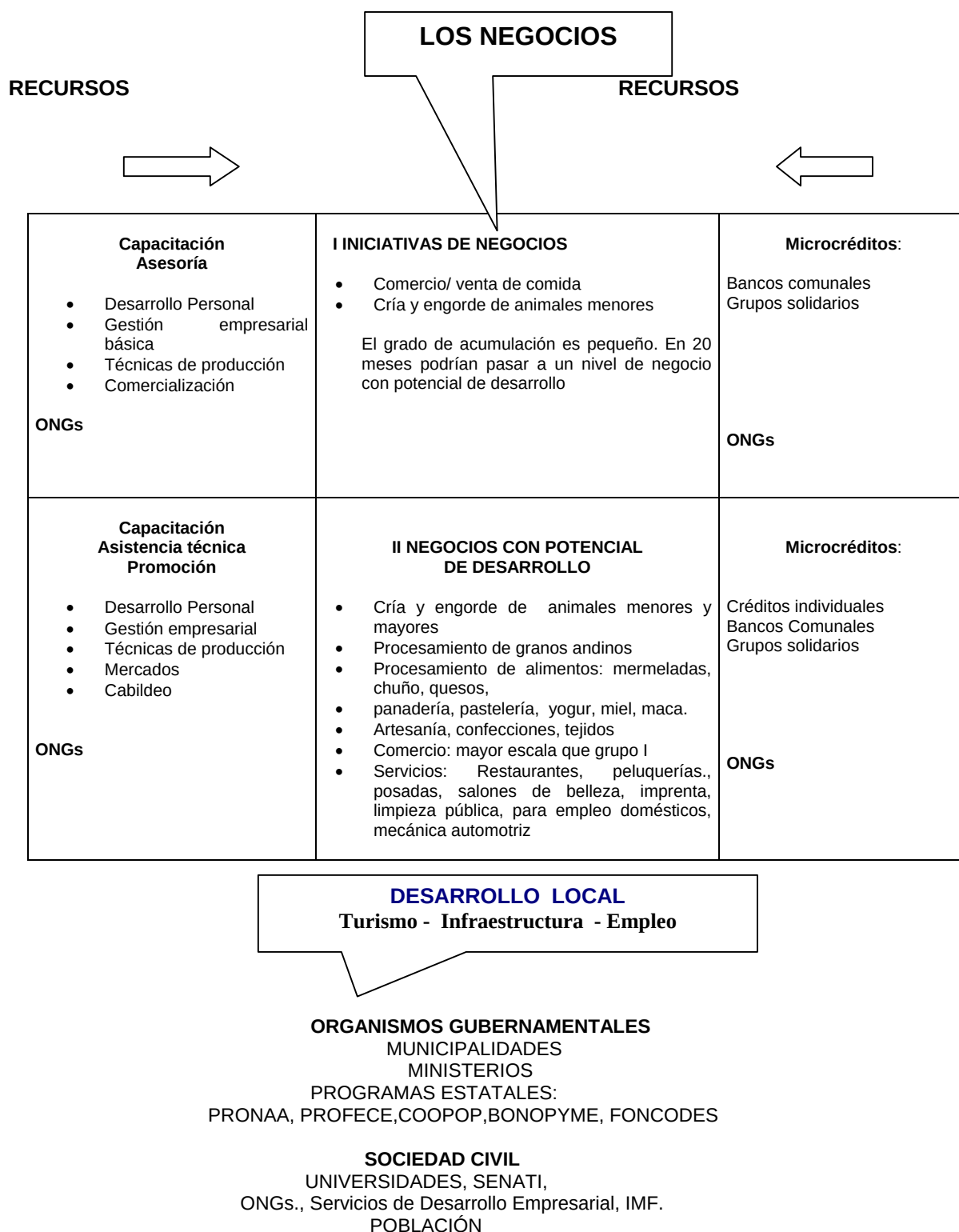
PARA LAS ONGs. DE DESARROLLO SOCIAL:

- Ofrecer capacitación, asesoría e información para las familias de origen en relación a su actividad económica y desarrollo personal.
- Los temas de capacitación asesoría e información deben adecuarse al nivel de desarrollo empresarial y pueden versar sobre:
 - . Desarrollo personal y de motivación empresarial: Autoestima, roles, identidad, manejo de conflictos, derechos humanos (violencia familiar, salud reproductiva), liderazgo, valores, ética.
 - . Gestión empresarial : Administración, registros básicos, costos, marketing, gerencia, planificación
 - . Técnico productivo: Proceso de producción, calidad, diseños, tecnologías, ecología.
 - . Organización y lobby: Para plantear alternativas desde la población beneficiaria para un desarrollo humano sostenible
- Realizar una acción de promoción y cabildeo con instancias de Gobiernos e instituciones privadas para contribuir al desarrollo local y/ o regional y de ese modo facilitar un mejor y rápido desarrollo de las unidades productivas que lideran las familias de origen de los TIDs.

PARA LAS MUNICIPALIDADES:

- Ofrecer un Servicio Informativo actualizado a las familia de origen de los TIDs sobre:
 - . Mercados : ferias, exposiciones ventas
 - . Programas Sociales y de Empleo del Estado: PRONAA, PROFECE, COOPOP, FONCODES, BONOPYME, A Trabajar.
 - . Programas Sociales de apoyo a la mujer y la familia, en temas de salud, violencia familiar, atención a niños-as menores
- Organizar y promocionar ferias locales y zonales. Facilitar el acceso a estos recursos a las familias de origen de los TIDs.
- Organizar eventos de sensibilización y difusión del trabajo que se esté realizando a favor de los TIDs y familias de origen.
- Facilitar la realización de Mesas de Trabajo interinstitucional, incorporando a representantes y beneficiarios-as del Proyecto de IPEC.

**MODELOS DE NEGOCIOS Y ACCESO A RECURSOS
PARA POBLACIÓN MUY POBRE Y POBRE**



GUÍA DE ENTREVISTA A PROMOTORES DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS OFERTADOS POR LAS IMF SELECCIONADAS

ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

1. ¿Cómo es la población de las zonas en las que trabajan?, ¿qué diferencias existen al interior de esta población?
2. ¿Toda esta población tiene acceso a los servicios financieros ofertados por su institución?
3. ¿Qué elementos influyen para que algunos accedan a estos servicios y otros no?
4. ¿Las familias más pobres llegan a ser atendidas por su institución a través de sus servicios financieros?, ¿en qué proporción?
5. ¿Por qué se llega en esta proporción a este tipo de familias?, ¿qué barreras y posibilidades existen para atender a este grupo?, ¿cuál es el interés existente para atender a este grupo? (En el caso de las familias más pobres)
6. ¿Qué grado de información sobre los servicios financieros que ofrecen tiene esta población? (En el caso de las familias más pobres)

PROCEDIMIENTOS PARA LA PROVISIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

7. ¿Cómo es que se informa a esta población con la que trabajan sobre su oferta de servicios financieros?, ¿qué mecanismos se utilizan?
8. ¿Cuál es la evaluación que este tipo de población realiza sobre estos servicios?, ¿qué aspectos resultan atractivos y qué aspectos son más bien limitantes para su acceso?
9. ¿Cuáles son los procedimientos básicos que se utilizan para la prestación de los servicios? (Realización de estudio de mercado local antes de brindar el servicio, convocatoria, selección, formación de los grupos, capacitaciones) ¿Qué tan flexibles son las condiciones para estos procedimientos -pueden variar de acuerdo a las necesidades de los usuarios o no?
10. Respecto a las técnicas de formación de grupos que se utilizan ¿cuáles se utilizan?, ¿la formación de grupos es necesaria para el éxito de sus estrategias de trabajo?
11. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de estos procedimientos en relación a las necesidades y expectativas de la población con menores recursos de sus zonas?, ¿cómo así?
12. ¿Cuáles son las condiciones de carácter financiero para el otorgamiento de los servicios financieros? (garantías, cuotas de ahorro y pago, intereses) ¿Existen diferentes modalidades y condiciones?, ¿estas condiciones pueden variar? De ser así ¿qué factores pueden hacer variar estas condiciones?
13. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades de estos procedimientos en relación a las necesidades y expectativas de la población con menores recursos de sus zonas?
14. ¿Los servicios son brindados con un componente de género?, ¿por qué sí o por qué no? De ser afirmativo ¿en qué consiste este componente?, ¿qué se persigue al utilizar este tipo de enfoque?
15. ¿En qué medida los modelos que utilizan fueron adaptados y modificados en beneficio del grupo objetivo más marginal?

16. ¿Qué mecanismos de seguimiento se utilizan para atender a los usuarios y ver el impacto que los servicios tienen en ellos?

PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE LOS SERVICIOS

- 17.Cuál es la opinión que los usuarios tienen respecto a:
- Convocatoria, selección y organización de los grupos (si es el caso). ¿Qué aspectos rescatan más, qué aspectos reciben más observaciones? (críticas)
 - Condiciones de pago, ahorro, intereses, montos recibidos, periodicidad. ¿Qué aspectos rescatan más, qué aspectos reciben más observaciones? (críticas)
18. Los usuarios sugieren o solicitan otras condiciones de:
- Convocatoria, selección y organización de los grupos (si es el caso). ¿Qué sugerencias realizan?
 - Condiciones de pago, ahorro, intereses, montos recibidos, periodicidad. ¿Qué sugerencias realizan?
19. ¿De qué manera la institución asume estas sugerencias?
20. ¿Consideran ustedes que los productos que ofertan satisfacen los requerimientos de la población?, ¿cuáles sí y cuáles no?

IMPACTO DE ESTOS SERVICIOS EN LA POBLACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA REDUCCIÓN DEL TID

21. Dentro de los usuarios ¿en qué aspectos se han obtenido cambios positivos o mejoras que se puedan atribuir a los servicios financieros que han recibido?
22. Dentro de los usuarios ¿en que aspectos se han obtenido cambios negativos o impactos negativos que se puedan atribuir a los servicios financieros que han recibido?
23. ¿Para qué utilizan los usuarios los recursos que generan estos servicios financieros?
24. Los servicios financieros que ustedes ofertan ¿tienen algún impacto en la diversificación de las alternativas económicas locales en las zonas de trabajo?
25. De no señalarse ¿los servicios financieros que ustedes ofertan tienen algún impacto sobre el bienestar de los miembros de las familias de los usuarios?, ¿qué tipo de impacto tienen?, ¿influyen de alguna manera en el bienestar de los hijos?
26. Según su experiencia ¿puede influir en la reducción del trabajo infantil en hogares de terceros en estas familias?, ¿bajo qué condiciones?

EL USO DE SOPORTES NO FINANCIEROS

27. ¿Se brinda algún tipo de servicio no financiero como parte de la prestación de los servicios financieros? De ser así ¿de qué tipo –capacitación, asesorías, AT, comercialización?, ¿en qué temas?, ¿qué se persigue con este tipo de servicios?
28. ¿Cuáles son las principales fortalezas y debilidades que ustedes pueden encontrar en los servicios no financieros que brindan? Respecto a si son oportunos, el perfil de los capacitadores, equipo, materiales, metodologías, temas, etc.)
29. ¿Cuál es la utilidad que ustedes han encontrado?, ¿qué impacto ha tenido este soporte en el ingreso familiar, mejoramientos de diferentes aspectos de la vida familiar de los beneficiarios?

GUÍA DE ENTREVISTA A USUARIOS DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS DE LAS IMF SELECCIONADAS

ACCESO A LOS SERVICIOS FINANCIEROS

1. ¿Cómo es la gente de esta zona?, ¿qué diferencias existen al interior de esta población?
2. ¿Toda esta población puede acceder a préstamos ofertados por las diferentes instituciones que trabajan aquí?
3. ¿Por qué algunos sí pueden tener préstamos y otros no?
4. ¿Las familias más pobres llegan a acceder a estos servicios de préstamo y ahorro?, ¿muchos o pocos? ¿por qué? ¿qué barreras y posibilidades existen para atender a este grupo?
5. ¿Las instituciones que dan préstamos están interesadas en atender a este grupo?
6. ¿Quiénes pueden prestarles dinero o guardar su plata en los lugares donde viven?, ¿dónde lo hacen ustedes?, ¿por qué?

PROCEDIMIENTOS PARA LA PROVISIÓN DE LOS SERVICIOS FINANCIEROS

7. ¿Cómo es que ustedes se enteraron y se enteran de las oportunidades de préstamos y ahorros que se presentan? Pueden contar sus casos.
8. ¿Cómo se decidieron a utilizar estos servicios?, ¿qué cosa les pareció más atractiva?, ¿qué los hacía dudar?, ¿no les gustaba tanto?
9. ¿Qué dificultades tuvieron para poder participar de estos sistemas de crédito y ahorro?
10. ¿Cómo es que se organizan o reciben los servicios? (Convocatoria, formación de grupos, capacitaciones)
11. ¿Quién decide, quién dice cómo es que se hacen las cosas?, ¿se tienen que cumplir todas las condiciones que les pone la institución?, ¿qué pasa si no pueden cumplir con alguna o no les es conveniente?
12. ¿Los requisitos de estas instituciones satisfacen sus necesidades y expectativas? ¿qué aspectos son satisfechos y cuáles no? ¿les parece que los requisitos están bien?
13. ¿Cuáles son las condiciones de carácter financiero para el otorgamiento de los servicios? (garantías, cuotas de ahorro y pago, intereses) ¿Existen diferentes modalidades y condiciones? ¿estas condiciones pueden variar? De ser así ¿qué factores pueden hacer variar estas condiciones?
14. ¿Los requisitos económicos de estas instituciones satisfacen sus necesidades y expectativas?, ¿qué aspectos son satisfechos y cuáles no?

PERCEPCIÓN DE LA POBLACIÓN SOBRE PROCEDIMIENTOS Y REQUISITOS

15. ¿Cuál es la opinión que los usuarios tienen respecto a?:

- c. Convocatoria, selección y organización de los grupos (si es el caso). Qué les gustó de la convocatoria, qué no les pareció bien. ¿Cómo les hubiera gustado que sea?
- d. Condiciones de pago, ahorro, intereses, montos recibidos, periodicidad. Qué aspectos rescatan más, qué aspectos reciben más observaciones (críticas) ¿Cómo les hubiera gustado que sea?

15. Los usuarios sugieren o solicitan otras condiciones de

- c. Convocatoria, selección y organización de los grupos (si es el caso). ¿Qué sugerencias realizan?
- d. Condiciones de pago, ahorro, intereses, montos recibidos, periodicidad. ¿Qué sugerencias realizan?

16. ¿De qué manera la institución asume estas sugerencias?

17. ¿Consideran ustedes que los productos que ofertan satisfacen sus requerimientos?, ¿cuáles sí y cuáles no?

IMPACTO DE ESTOS SERVICIOS EN LA POBLACIÓN Y SU RELACIÓN CON LA REDUCCIÓN DEL TID

18. ¿Para qué utilizan las oportunidades de préstamo y ahorros brindadas por la institución? Pueden contar y discutir algunos de ustedes. ¿Sienten que estos servicios les han sido útiles?

19. ¿En qué aspectos se han obtenido cambios positivos o mejoras que se puedan atribuir a los servicios financieros que han recibido?

20. Dentro de los usuarios ¿en qué aspectos se han obtenido cambios negativos o impactos negativos que se puedan atribuir a los servicios financieros que han recibido?

21. De no señalarse ¿los servicios financieros que ustedes toman, tienen algún impacto sobre el bienestar de los miembros de sus familias?, ¿qué tipo de impacto tienen?, ¿influyen de alguna manera en el bienestar de los hijos?

22. ¿En qué medida estos servicios influyen en la situación de sus hijos?

GUÍA DE ENTREVISTA A RESPONSABLES DE IMF SELECCIONADAS PARA EL ESTUDIO DE CASO

1. ¿Cuál es la labor que su institución realiza en relación a la provisión de servicios financieros? (preguntar por la misión del programa)
2. ¿Qué metodologías utiliza?, ¿por qué? (Preguntar por características de la población atendida, género, zonas, etc.)
3. ¿Se realiza algún estudio de mercado local antes de ofertar y brindar los servicios?, ¿cómo así?
4. ¿Cuáles son los criterios de selección de los beneficiarios que ustedes utilizan?, ¿estos criterios varían de acuerdo a la actividad, estrato, zona?
5. ¿Cuáles son los montos, intereses y plazos establecidos en sus servicios?, ¿existe un componente de ahorro? ¿qué tan flexible es el producto en este nivel?
6. ¿Cómo es que se involucra a los usuarios en la conformación de los servicios y el establecimiento de los compromisos?, ¿cómo es que los usuarios se apropian de la tecnología financiera que ustedes ofrecen?
7. ¿Ha realizado algunas adaptaciones a estas metodologías?, ¿cuáles?, ¿por qué fueron realizadas?
8. ¿Qué fortalezas presenta la o las metodologías que ustedes utilizan?
9. ¿Cuáles son las debilidades o limitaciones que aún presenta?
10. ¿En qué medida las características y necesidades de la población con la que trabajan determinan las metodologías que utilizan y las transformaciones de las mismas?, ¿en qué medida los modelos han sido adaptados y modificados en beneficio del grupo objetivo más marginal?
11. ¿Cuáles son las lecciones aprendidas en torno a: posibilidades de acceso de la población a estos servicios. Montos otorgados, mecanismos de recuperación de fondos, mecanismos de monitoreo y sostenibilidad?

PROVISIÓN DE SERVICIOS NO FINANCIEROS EN SU INSTITUCIÓN

12. ¿Ejecuta o articula servicios complementarios de carácter no financieros?, ¿qué acciones complementarias son necesarias para fortalecer el desarrollo económico de sus usuarios?, ¿cuáles son los servicios complementarios que ustedes ejecutan o articulan?, ¿por qué sí o no?
13. ¿En qué medida es necesario complementar los programas financieros con oferta de otros servicios?

CARACTERÍSTICAS DE LA POBLACIÓN CON LA QUE TRABAJAN

14. ¿Cuáles son las principales características de la población con la que trabajan?, ¿qué diferencias hay al interior de este grupo?, ¿se privilegia el trabajo con algún grupo al interior de la población?, ¿qué grupo es menos riesgoso?
15. ¿Cuáles son las principales necesidades y demandas, a nivel financiero, de la población con que trabajan?, ¿estas son cubiertas por la oferta de su institución u otras instituciones?
16. ¿Qué otras instancias brindan servicios financieros a la población o poblaciones con las que trabajan?, ¿qué características tienen las otras ofertas?
17. ¿Quiénes tienen más y quiénes tienen menos dificultades de acceso a los servicios financieros en las zonas de trabajo?, ¿por qué?

IMPACTO DE LOS SERVICIOS

18. ¿Cuáles son los cambios positivos, esperados y no esperados, atribuibles a los servicios financieros que ustedes brindan?, ¿por qué se dieron?
19. ¿Cuáles son los cambios negativos, esperados y no esperados, atribuibles a los servicios financieros que ustedes proveen?
20. ¿Se han registrado mejoras a nivel del bienestar de los hijos y la familia? ¿en qué aspectos? ¿en qué casos se da estos tipos de cambios? (según el tipo de usuario)
21. ¿Considera posible que este tipo de servicios tenga un impacto positivo en la reducción del TID en la poblaciones con que trabaja o en una población con esas características?, ¿por qué sí o no?
22. ¿Qué sería necesario para lograr un cambio en este sentido, vía la prestación de servicios financieros?, ¿qué servicios debieran brindarse, a quiénes, etc.?

ONGs QUE BRINDAN SERVICIOS FINANCIEROS A POBLACIÓN EN SITUACIÓN DE POBREZA

Instituciones	Modalidad de Crédito			Servicios de Desarrollo Empresarial			Sectores Económicos			Zonas de Intervención		
	IND.	B.C.	G.S.	Capacitación.	Asist. Técnica	Información	Producción.	Comercio	Servicios	Departamentos	Área Rural	Área Urbana

LIMA

ALTERNATIVA	X	X	X	X	X		X	X		Lima	X	X
CENCA	X	X	X	X			X	X		Lima		
EDAPROSPRO	X	X		X			X	X	X	Lima		X
FINCA PERU		X					X	X	X	Lima		
FOVIDA	X			X	X		X	X		Lima	X	X
IDEAS		X	X	X			X	X	X	Lima		
MANUELA RAMOS	X			X		X	X	X	X	Lima	X	X
SEA EL AGUSTINO		X		X	X	X	X	X	X	Lima		X
SEDES	X		X	X			X	X	X	Lima		X

CUSCO

MIDE			X							Cusco	X	
ARARIWA	X	X								Cusco	X	X
IFOCC Cusco	X		X				X	X	X	Cusco	X	X

CAJAMARCA

CES SOLIDARIDAD	X	X	X	X	X	X	X	X	X	Cajamarca	X	X
IDESI Lambayeque	X	X	X	X	X		X	X	X	Cajamarca		X
AFIDER	X	X	X				X	X		Cajamarca	X	X

LIMA – CUSCO

ADRA OFASA		X	X	X			X	X	X	Lima- Cusco	X	X
------------	--	---	---	---	--	--	---	---	---	-------------	---	---

LIMA -- CAJAMARCA

PRISMA		X	X	X		X	X	X	X	Lima, Cajamarca	X	X
--------	--	---	---	---	--	---	---	---	---	-----------------	---	---

Fuente: COPEME

**TELÉFONOS DE INSTITUCIONES
AL SERVICIO DE POBLACIÓN EN PROBREZA**

ONGS. Y MICROCRÉDITOS

INSTITUCIONES	TELEFONOS
DEPARTAMENTO DE LIMA	
ALTERNATIVA	481-5801
CENCA	421-5866
EDAPROSPPO	463-4173
FINCA	422-5643
SEA EL AGUSTINO	327-0784
SEDES	460-5214
ADRA OFASA	213-7711
PRISMA	464-0490
DEPARTAMENTO DE CUSCO	
ARARIWA	084-236887
IFOCC CUSCO	
MIDE	084-203649
DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA	
AFIDER	044-828017
CES SOLIDARIDAD	074-243034
PRISMA	044-828603

ONGS. Y SERVICIOS NO FINANCIEROS
Capacitación, asesoría, asistencia técnica y promoción

INSTITUCIONES	TELEFONOS
DEPARTAMENTO DE LIMA	
CASI	447-5165
CESIP	470-2489
AURORA VIVAR	471-0794
EDAPROSPPO	463-4173
INPET	423-3350
INCAFAM	431-2449
MANUELA RAMOS	423-8840
ACONSUR	460-3605
DEPARTAMENTO DE CUSCO	
GUAMAN POMA DE AYALA	084-244811
CADEP, JOSÉ MARÍA ARGUEDAS	084-228021
DEPARTAMENTO DE CAJAMARCA	
MUJER Y FAMILIA	044-827916
ITDG – Tecnología Intermedia	004-4484024

MATRICES CON INFORMACIÓN RECOGIDA EN TRABAJOS DE CAMPO

Aspectos No financieros

	TIPO DE PRODUCTO	ADRA ASPECTOS NO FINANCIEROS SEÑALADOS
Producto		- Bancos Comunes (BC) - Grupos solidarios (GS)
Convocatoria	BC y GS	- Se convoca a las interesadas que muchas veces han participado en otros programas de ADRA y estas a su vez, les pasan la voz a sus vecinas y amigas.
Aspectos atractivos	BC y GS	- Los servicios son observados por las usuarias como un espacio donde pueden hacer amistad con otras señoras y se pueden ayudar mutuamente.
Aspectos negativos	BC y GS	- Según los usuarios, en ocasiones no se puede asistir a todas las reuniones por las actividades y negocios a los que se dedican.
Estudio de Mercado local	BC y GS	- No se hace un estudio formal de Mercado.
Selección y requisitos	BC	- Las señoras tienen que agruparse en un número de 20 a 30 personas. - Tiene que ser mujer mayor de 18 años. - Debe tener un negocio. - Deben gozar de solvencia moral reconocida dentro del grupo. - Las mismas señoras buscan la gente con quienes van a formar el grupo y ellas mismas las seleccionan. Tienen que tener un mínimo de garantía. - ADRA pasa un proceso de verificación y selección de la gente consultando centrales de riesgo, haciendo sus verificaciones a los mismos domicilios o negocios. - Tienen que recibir capacitaciones sobre el manejo y funcionamiento del banco, las políticas de ADRA.
Formación de grupos	BC	- Se coordina con las organizaciones existentes. Se agrupa no un tipo de población diferente, sino personas que se conocen las unas a las otras; ellas mismas se seleccionan para formar los grupos. Las interesadas son las que tienen que comenzar con la formación del grupo y ellas tienen que tener claro qué tipo de gente quieren incluir en el grupo porque la garantía es solidaria y eso demora a que el crédito se consolide - Al momento de organizar un grupo se les capacita durante 4 sesiones.
Reuniones y Periodicidad	BC	- Originalmente las reuniones eran mensuales, pero dicha modalidad trajo algunos problemas en el pago de las obligaciones. Actualmente se busca un mayor contacto con las usuarias y las reuniones se realizan cada 14 días.
Fortalezas	BC	- Las socias están muy bien informadas sobre las políticas de crédito de ADRA y conocen a nuestra institución. - Se les capacita a las señoras en el proceso de crédito. Es muy importante la asistencia de ellas. - Cuentan con reglamento definido por ADRA. - Para las usuarias, en comparación a los bancos, no te exigen muchos documentos ni tienes que hacer mucho trámite para entrar. - Si hay problemas, por lo general cambian a las promotoras.
Debilidades	BC y GS	- La garantía es uno de las barreras que no permiten que estos préstamos lleguen a los sectores de menos recursos ya que éstos no podrían acceder a que alguien los garantice.
Componente de Género	BC	- Todas las socias del banco son mujeres. La idea es que hombres y mujeres se hagan responsables de las deudas. Si prestan a mujeres es porque las mujeres son más responsables.
Grupo al que atienden	BC y GS	- Señoras que tienen pequeño negocio informal, pero que tienen ya un nivel de desarrollo. - De zonas urbanas y rurales.

Sugerencias		Según las usuarias - Quieren formar ellas mismas su banco, pero no tiene fondos suficientes. - Debería haber más flexibilidad en las reuniones, que se pueda mandar a alguien para que pague la cuota en el caso de que no se pueda ir; es decir, que haya menos exigencia en la asistencia. La mayoría señala que el problema es que los negocios se quedan parados y no se vende por estar en la reunión. - Se deben incluir a varones, porque el hombre es el responsable de la casa, del dinero y responsabilizándose al del pago, se preocuparía más por el pago.
-------------	--	---

	TIPO DE PRODUCTO	FINCA ASPECTOS NO FINANCIEROS SEÑALADOS
Producto		- Bancos Comunes – De 15 a 40 socias por BC.
Convocatoria	BC	- Se le comunica a una señora y esta le pasa la voz a sus amigas (sólo una por familia). Las mismas señoras son las que hacen la propaganda, no la institución que da el crédito.
Aspectos atractivos	BC	- Flexibilidad en el tamaño del grupo: en casos especiales se puede empezar con menos de 15, siempre y cuando hayan sido capacitadas. - Flexibilidad en la duración de los ciclos. El grupo decide dentro de un margen, la duración de los ciclos. - Se les da cultura de crédito, hacen un primer aporte que va para su cuenta de ahorro y de esa manera pueden ejercitarse y así empezar bien preparadas para manejar su primer préstamo. - Gracias a las reuniones previas, se conocen mejor antes de pedir formalmente el crédito. - En el pre, ellas eligen a la junta directiva. - Existen varios comités: 1. De revisión de billetes, que son los tickets; 2. Verificación de negocios; 3. Coordinación y revisión de cheques; 4. Custodia de chequera.
Aspectos negativos	BC	- Se tiene que cumplir obligatoriamente con toda la documentación para poder recibir el préstamo.
Estudio de Mercado local		- No se hace un estudio formal de Mercado.
Selección y requisitos	BC	- Los requisitos son: a) Ser madre de familia. b) Vivir en la comunidad por lo menos 2 años. c) Tener un negocio al menos 2 años. d) No deben tener crédito con otra institución. e) Deben recibir 4 semanas de capacitación. f) Asistir puntualmente durante la preselección. g) Cumplir los primeros pagos durante la capacitación. h) Ser una persona honrada. Se indaga sobre la solvencia moral de la persona. i) El grupo tiene que aceptarla. j) Presentar los documentos que se les piden: Copia (DNI, recibo de luz, agua, título de Propiedad o autovalúo), Declaración jurada, en algunos casos. k) Gozar de la garantía solidaria del grupo.
Formación de grupos	BC	- Mayormente, se promueve la formación de grupos para que las usuarias reciban el crédito. - Por lo general, ya se conocen porque pertenecen al mismo barrio, sino, se promueve que se visiten entre ellas.
Reuniones y Periodicidad	BC	- Al inicio se reúnen semanalmente. - Se rota periódicamente de casa para las reuniones. - Cada ciclo dura cuatro meses. En total son 17 ciclos. - El grupo decide la periodicidad de las reuniones.
Fortalezas	BC	- La flexibilidad en el tamaño de los grupos y en la duración de los ciclos. - Al momento de recibir el crédito ya están ejercitadas en el manejo del banco y ya se conocen.
Debilidades	BC	- No puede haber en un banco dos miembros de una misma familia; eso imposibilita que un familiar, que es una persona de confianza, participe en el mismo banco.

Componente de Género	BC	- Se trabaja casi en su totalidad a mujeres para que puedan ser capaces de mantener a su familia y apoyar a su pareja. Apoyando a la mujer apoyamos a toda su familia.
Grupo Meta	BC	- 99% - Mujeres que tengan negocio. - Mayormente comerciantes. - Entre 20 y 50 años.

	TIPO DE PRODUCTO	ARARIWA Aspectos No Financieros señalados
Producto		- Bancos Comunes dirigidos a mujeres (La Chanchita) de zonas rurales y peri-urbanas, principalmente. - Créditos Individuales para comerciantes de zonas urbanas, principalmente.
Convocatoria	BC	- La institución no convoca en primera instancia. - Los interesados acuden y solicitan información. - Los interesados llegan generalmente a través de otros usuarios de los servicios de Arariwa, quienes en algunos casos los recomiendan.
Aspectos atractivos	BC	- El que sean productos recomendados por amigos o conocidos genera confianza en los posibles usuarios. - En muchos casos, los interesados en participar ya se conocen y esto facilita la formación y confianza en el grupo. - Las reuniones de información son atractivas al ser un espacio de socialización. - Los requisitos son más fáciles de cumplir que en otras instituciones.
Aspectos negativos	BC	- En algunos casos, el tiempo que se invierte para las reuniones no resulta conveniente para los usuarios. - A pesar de la confianza, es difícil cogarantizar los préstamos, sobre todo porque no todos se conocen.
Estudio de Mercado local		- Se ha realizado un estudio para considerar la posibilidad de incrementar el tope máximo de los préstamos. - El conocimiento del Mercado se basa, especialmente, en la experiencia de la institución en las zonas donde trabajan.
Selección y requisitos	BC	a. Se promueve la formación de grupos entre personas que ya se conocen. Aunque es relativamente difícil dado el tamaño requerido para los grupos. b. Los interesados deben demostrar solvencia moral a través de las recomendaciones de otros miembros del banco u otros BC que funcionan en la institución. Un miembro del grupo debe garantizar al interesado. c. Presentar documentación: DNI, facturas de bienes, declaración jurada. d. Las supervisoras (promotoras) visitan casa por casa para confirmar si es que la información presentada se ciñe a la verdad.
Formación de grupos	BC	- Se trabajan con grupos de 20 a 30 usuarias. - Según los usuarios, son las asesoras la que se encargan de formar el grupo. - Estas personas no tienen que haber estado organizadas anteriormente, pero deben conocerse y tener algún tipo de nexo (familiar, laboral, etc.).
Reuniones y periodicidad	BC	- Las reuniones son mensuales, las primeras son para explicar todo el manejo del banco. - Las siguientes reuniones son para la realización de los pagos y el registro de morosos. - También se organizan algunas actividades para generar fondos de la cuenta interna. - Se busca un horario que se acomode a las necesidades de la mayoría.

Fortalezas	BC	- El uso de la metodología de BC permite que se llegue a sectores con menores recursos, sobre todo por las facilidades en los requisitos. - Las reuniones permiten intercambio de experiencias e ideas para la generación de ingresos. - Se ha formado un área de monitoreo y supervisión. - La mayoría de las socias se conoce con anterioridad lo que facilita que se co avalen. - Los socios(as) generan lazos de amistad y cooperación conjunta para la realización de actividades. - Existe una relación directa entre el promotor y los socios. - Los requisitos pueden ser cumplidos, son menos exigentes que en otras instituciones.
Debilidades	BC	- Muchas veces, para cumplir con el número requerido para organizar el BC se permite el ingreso de personas no conocidas por el grupo, desvirtuándose el principio de la mutua confianza. - La carga de trabajo de los promotores restringe las posibilidades de relación y seguimiento a los usuarios. - Se depende mucho de la junta directiva para que el grupo camine.
Cobertura	BC	- Se cuenta con alrededor de 4,000 clientes, 152 BC, con cartera de US\$780,000. - 15 BC y 400 clientes por promotora y una cartera promedio de \$ 75,000 - En el caso del crédito individual la institución cuenta con 250 clientes con una cartera de \$ 200 mil dólares aproximadamente.
Modificaciones	BC	- Respecto a los créditos de los BC, se ha empezado a reducir el monto mínimo inicial del préstamo de 100 a 50 dólares. - Se ha incrementado el número de bancos y usuarios a ser atendidos por las promotoras para ampliar la cobertura de los servicios.
Sugerencias	BC	- Se necesitan líderes que tengan autoridad.
Componente de género	BC	- Se busca promover la capacidad de gestión de las mujeres atendidas - El 70% de los usuarios de los BC son mujeres.
Grupo al que atienden	BC	- Personas con pequeños negocios. - Gente con pequeñas iniciativas pero que no puede asumir una deuda de US\$100, pero sí de la mitad.
	C.IND.	- Usuarios que tiene bienes para hipotecar
	BC y C.IND	- 50% - gente pobre - 50% - otros estratos - 50% - se dedican a actividades agropecuarias - 50% - otras actividades

	TIPO DE PRODUCTO	MIDE ASPECTOS NO FINANCIEROS SEÑALADOS
Producto		- Bancos Comunes - Programa La Chuspa – Grupos Solidarios (GS)
Convocatoria		- Se promueve el crédito visitando organizaciones de mujeres. - Se espera la posterior solicitud del grupo para participar del crédito.
Aspectos atractivos	GS y BC	- Las organizaciones surgen de otras que ya están formadas y, por tanto, entre las socias se conocen bien. - Los requisitos son relativamente fáciles de presentar.
Estudio de Mercado local		- No se hace mención a un estudio de Mercado. - Esta limitación es disminuida a partir de las visitas a las usuarias y sus comunidades.
Selección y requisitos	GS y BC	- Se atiende a una organización de base de mujeres en donde existan por lo menos unas 15 interesadas en recibir el crédito. - Se hace una auto selección entre todos los miembros de la organización de base y se establecen garantías solidarias. - Se solicita una copia del documento de identidad de la interesada y su pareja y copias de boletas o facturas de bienes.
Formación de grupos	BC	- Se conforma un comité de crédito de unas 15 personas al interior de las organizaciones de base de mujeres.
Reuniones y Periodicidad	GS y BC	- Reuniones mensuales para la realización del pago de los créditos.

Fortalezas	GS y BC	- La organización ejerce gran presión en caso de incumplimiento. Ellos mismos castigan a los que fallan. La mayoría de las socias trabaja duro. - Para las usuarias no es necesario hacer muchos papeleos para pedir el préstamo. - Ahora tienen un sistema de elección secreto que les permite dar su elección sin problemas.
Debilidades	GS y BC	- Existe la posibilidad de que las socias mientan sobre su condición o experiencia de trabajo y sean cubiertas por el grupo.
Modificaciones	GS y BC	- Una primera modificación que tiene un año consiste en brindar los créditos en soles. - Las auto elecciones no eran secretas y esto podía afectar la opinión de las integrantes de las organizaciones. Ahora el voto es secreto.
Componente de género	GS y BC	- Se trabaja con organizaciones de mujeres en la medida que estas agrupaciones se convierten en una instancia de presión para los miembros con préstamos. - Por otro lado, se considera que son las mujeres quienes tienen más dificultades de acceso a crédito y son además quienes realizan gastos a favor del bienestar de sus familias.
Grupo al que atienden	GS y BC	- Mujeres, campesinos quechua hablantes, que trabajan en el campo y que tengan negocios pequeños que pertenezcan a organizaciones de mujeres.

	TIPO DE PRODUCTO	AFIDER Aspectos No Financieros señalados
Producto		- Bancos Comunes (Mayormente en zonas urbano marginales y en menor proporción, zona rural) – Dentro de éstos se ubican los préstamos de La Chanchita. - Grupo Solidario. - Créditos Individuales.
Convocatoria	BC y GS	- A través de la municipalidad u organizaciones preexistentes en la zona. - Tienen publicidad por radio que llega al sector urbano marginal y rural. - Las mismas socias de los bancos promocionan los productos entre sus amigas y vecinas y estas luego se acercan a la oficina. Las interesadas se van pasando la voz entre las que se conocen.
Aspectos atractivos	BC y GS	- Se cuenta con un cronograma de recepción de solicitudes - No les exigen tantos documentos como en los otros bancos (escrituras de la casa, documentación de los garantes). - Los usuarios pueden obtener rápidamente un monto de dinero que se necesita para el negocio o para el trabajo. - Reciben charlas para que utilicen bien su dinero.
Aspectos negativos	BC y GS	- El mayor problema que tienen los prestatarios es la distancia. - No tienen mucha confianza hasta que contactan con el responsable del crédito. Hay temor a no pagar, a no poder cumplir. - No se aprovechan lo suficiente las reuniones.
Estudio de Mercado local		- No se hace estudio de Mercado. Se trabaja sobre la base de la experiencia y a los clientes que ya se tienen. - En el ámbito de estos grupos han salido los bancos comunales.

Selección y requisitos	BC y GS	- Todos: Tienen que tener una actividad económica - Se preclasifica, se exige veracidad de los datos y se intercambia información con otras instituciones - Proveedores de leche: a) Tener 1 año como proveedores. b) Se verifica en el padrón de Intalac-Nestle y las boletas de pago. c) DNI y el de su esposo y de su aval y una carta de autorización de descuento en caso de que se retrase (carta poder). Sólo puede avalar el que tiene mas de 2 créditos. - Comerciantes: a) Presentan la misma documentación y visita de inspección a su negocio. b) El área de crédito hace un informe y se somete a consideración del comité. c) Se exige la garantía - El grupo evalúa a la nueva socia, a partir de su desempeño en otras organizaciones. Si no la conocen bien, es probable que no la acepten, salvo que verifique que se trata de una persona muy responsable. - Se le aplica una ficha socioeconómica a cada socia. - Se tiene que presentar la documentación correspondiente y la garantía (activos fijos tienen en su casa). - Ella presenta los resultados al comité de crédito y ellos deliberan. De la evaluación sale el banco, si no se aprueba, el banco no sale. - El comité de administración está formado sólo por mujeres, los hombres nunca forman parte de este comité
Formación de grupos	GS	- Se determinó que los grupos no sean de más de 3 personas
	BC	- Bancos Comunales: La Chanchita: Se trabaja de varias formas: a) Se coordina con grupos ya existentes (organizaciones de base) - vaso de leche, clubes de madres o grupos que hayan trabajado antes con crédito y a partir de ellos, se forman los bancos. Se llega a las amigas y vecinas, principalmente. No tanto a familiares. b) Se han formado nuevos grupos - Proceso: 1. Entran en una relación de socios. 2. Primera charla informativa: se explica cómo es el sistema, cómo se debe trabajar, cómo es la metodología, etc. 3. Si ellas quieren, las programan para una segunda charla, que sería la primera sesión formal. En ésta se arma al comité de administración y se hace el reglamento interno del banco. 4. Evaluación a cada socia y revisión de la documentación que se les pide. 5. Segunda sesión formal donde se decide finalmente qué socias van a quedar y se elabora la nueva relación. 6. Se les hace firmar una cláusula de adhesión y todos los papeles del caso. 7. Se hace la programación para el primer desembolso. 8. El día del desembolso, se inaugura el banco, se hace juramentar al comité de administración, y se les da el crédito. - Las mismas socias tienen que ver que las demás y las nuevas puedan pagar. Las más pobres no entran porque no tienen para pagar. - Entre vecinas se pasaron la voz de que estaban dando préstamos y así entraban y formaban los grupos.
Reuniones y periodicidad	BC	- Los proveedores cuando vienen a realizar su cobro en Dintilac, se reúnen y vienen a pagar. - En los bancos comunales, el proceso de reuniones es más seguido y se ponen de acuerdo los mismos integrantes. En este caso, hay más reuniones antes de entregar el crédito ya que se quiere que haya más compromiso de parte de las miembras. - Las reuniones son quincenales o mensuales. - A veces la promotora va días antes de la reunión mensual, pero el día de la reunión está fijado de todas maneras. - Se reúnen 1 vez al mes. Se explica cómo van los ahorros, cómo les está yendo, si están al día con las letras, quiénes se atrasan y porqué o sobre las actividades que piensan realizar.

Fortalezas	BC	- Se cuenta con un software de crédito que permite hacer un seguimiento de los clientes y sacar algunas estadísticas. - Se conoce bien a los usuarios y se descubren las mentiras con facilidad. - El asesoramiento sobre manejo de crédito que dan. - El equipo se reúne constantemente para compartir experiencias. - Son grupos que vienen trabajando desde antes y ya se conocen. - En la zona rural las socias son más unidas. - La gente del comité de administración es bien seleccionada, es la más recta y son líderes, y se les da el manejo del banco - Ahora hay 13 bancos.
Debilidades	BC y GS	- Falta de capacitación para manejo del software. - Falta dar capacitación formal a los que reciben el crédito. - Las miembros de los bancos no se muestran muchas veces como realmente son, no son sinceros. - Las usuarias que ya saben manejar crédito quieren aprovecharse al máximo del crédito. - Es difícil para las socias del área rural conseguir las facturas. - Falta apoyo en lo que es coordinación y unión del grupo en las zonas urbanas. - Muchas socias no manejan grupo, no son líderes y se dejan de llevar por todo el grupo.
Componente de género		- Se quería trabajar con mujeres por las limitaciones que tenían como propietarias con relación a los hombres. - El programa es sólo para mujeres, se están depurando los hombres. Se le da preferencia a la mujer. - La política de PROMUC es que no ingrese ningún varón, pero igual han entrado unos pocos. Es más difícil cobrar a los varones.
Grupo al que atienden	BC y GS	1. Según la actividad a la que se dedican: a) Comerciantes (30%): personas con grado de instrucción, viven en la ciudad o cerca y que generalmente viaja a la costa.
	BC	b) Proveedores de leche (70%): campesinas pobres, no extrema pobreza, que tienen hasta 5 Has. de terreno, con producción para autoconsumo y 5 ó 6 cabezas de ganado. La mayoría no son casadas, son convivientes
	BC y GS	2. Por área geográfica a) Urbana (50%)- Dentro de la ciudad de Cajamarca y en los Baños del Inca 98%- tienen secundaria, y conocen la metodología de créditos y manejan varios créditos. Un grupo es urbano marginales.

	BC	b) Rural (50%): tienen primaria y son analfabetos (70% Son más organizadas).
	BC y GS	3. Por género a) El 95% son mujeres. Mayormente de bajos recursos económicos, se dedican a algún tipo de actividad (tienen pequeño negocio informal o pequeña tienda, o se dedican a actividades agropecuarias o son proveedoras de leche. Del total, 70% son pobres. b) El 5% son hombres.
Sugerencias	BC y GS	- Sugieren cambios de administración para mantener bien la organización. - Las socias quieren que los grupos sean más pequeños (15 - 20), ya que estos se manejan mejor. - Algunas prefieren las reuniones sólo el día del pago. Otras piden 2 reuniones, una quincenal y la otra para el pago. - Las socias quisieran recibir otro tipo de apoyo y no están satisfechas. - Las reuniones deberían ser 2 veces al mes

Aspectos Financieros

	TIPO DE PRODUCTO	ADRA ASPECTOS FINANCIEROS SEÑALADOS
Garantías	BC y GS	- La garantía solidaria.
Montos de préstamos	BC y GS	- Se califica a las socias por categorías desde una escala de A hasta la E, según esta categoría se establece el monto del préstamo de acuerdo a sus posibilidades. - El crédito mínimo (categoría E): S/.200 y llega máximo hasta S/.700 que puede ser en el 5to. ciclo. - Los créditos van subiendo escalonadamente cada 4 meses. - Hay mujeres que buscan un préstamo de 300 a 400 soles y esa plata es la que mueven. - Se puede pedir préstamo de la cuenta interna, de los ahorros.
Ahorro	BC y GS	- Pueden llegar a ahorrar 200 a 300 soles.
Modalidad de pago		- C. externa. una sola modalidad, todos pagan quincenal. - C. interna: es manejable, puede ser mensual o quincenal, pero todo se tiene que cancelar en los 4 meses.
Periodicidad	BC y GS	- El ciclo para pagar el préstamo y los ahorros es de 4 meses. - Los pagos son realizados cada 14 días. - Los ahorros son quincenales o mensuales. - Cada uno elige como quiere pagar, de acuerdo a su negocio, a como pueda pagar cada una y según el monto que tenga que pagar. - Primero pagaban mensual, pero como era un banco cumplido, le dieron la posibilidad de pagar mensual.
Intereses	BC y GS	- 4% de interés.
Flexibilidad	BC y GS	- Los periodos de pago pueden variar, pero eso depende de tu cumplimiento en el pago y en las fechas.
Modificaciones	BC y GS	- Antes prestaban en dólares y los intereses eran descontados en el momento de los desembolsos. Ahora los préstamos son en soles y recibes el dinero íntegro. - Cuando los pagos eran mensuales, a fin de mes se juntaba el préstamo y el ahorro y era muy fuerte, se regresó al pago quincenal.
Seguimiento	BC y GS	- Se cuida que las socias vayan ahorrando. - Les hacen encuestas para ver si están satisfechas con el préstamo, si les está ayudando, cómo les está yendo en el negocio.
Fortalezas	BC y GS	- Las usuarias valoran los ahorros. - El servicio permite recibir préstamos pequeños que son justamente lo que requieren muchas señoras pobres que no podrían asumir préstamos con mayores montos. - Los ingresos que se obtienen por el pago de las moras van a derivar al final del periodo de los 4 meses a un reconocimiento que se les da, que se llama incentivos, en donde se les obsequian prendas físicas a las señoras que han cumplido muy bien. - Sus ahorros les sirven como capital de trabajo. - Al ahorrar se les puede dar un préstamo interno La facilidad de pago. - Los bajos intereses.
Debilidades	BC y GS	- Para algunas usuarias el tener que pagar cada 14 días, es un poco difícil.
Sugerencias	BC y GS	- Para algunas usuarias debería haber más flexibilidad para el pago en el caso de que sucedan imprevistos que hagan difícil realizar el pago.

	TIPO DE PRODUCTO	FINCA ASPECTOS FINANCIEROS SEÑALADOS
Garantías	BC	- Garantía Solidaria.
Montos de préstamos	BC	- 1er ciclo: Mínimo: US\$100 - Máximo: US\$1,500. - Cada ciclo aumenta de US\$50. - Préstamo interno: el dinero sale de la cuenta interna, de los ahorros. - Hay casos de préstamos especiales cuando no hay dinero suficiente en la cuenta interna: En campañas, fechas especiales.
Ahorro	BC	- En el pre dan de US\$5 a US\$10 de ahorro. - Al inicio: US\$20 a US\$50 hasta US\$150 o US\$200, según la capacidad del negocio.
Modalidad de pago	BC	- 3 tipos de cuentas: 1. Externa: pago de préstamo FINCA. 2. Interna: pago de ahorros y préstamos. 3. Interna Extraordinaria (Aquí se guarda todo, lo de FINCA y lo de las socias) - esta cuenta es la que mueven las socias.
Periodicidad	BC	- C. Externa: Se paga quincenal o mensualmente. Las socias prefieren el pago quincenal. a) Para 4 meses: pago quincenal. b) Para 8 meses: pago mensual. - Las socias eligen dependiendo del monto a pagar. - C. externa: 4-6-8 meses (depende del monto y el acuerdo que haya con la socia). - C. interna: De un mes (quincenal o semanalmente a 4 meses). Si es muy poco, se puede pagar en una quincena. - Préstamos especiales: los ciclos son de 4 a 6 meses.
Intereses	BC	- C. externa: 4% mensual (+ IGV) (dólares). - C. interna: 2% mensual (sin IGV). - C. interna Extraordinaria: 4% mensual (sin IGV).
Flexibilidad	BC	- Pueden variar los plazos para el pago de las cuentas internas según el acuerdo que se llegue con la socia, según sus posibilidades.
Comisión – IGV	BC	- 4% mas IGV del interés de los cuatro meses.
Modificaciones	BC	- La metodología se ha tenido que adecuar a la situación de las socias. Se han bajado o subido los montos de los préstamos de acuerdo a la situación de cada una.
Seguimiento	BC	- En las reuniones y visitas.
Fortalezas	BC	- El interés es bastante bajo para las diferentes cuentas, sobre todo, la interna. - Le permite ahorrar. Se les hace un balance periódico de sus ahorros. - Las usuarias adquieren cultura de ahorro. Ellas mismas manejan sus ahorros y en muchos casos, es la primera vez que lo hacen. - Pueden tener el crédito en el momento en el que ellas lo necesiten. - No se les pide muchos requisitos ni documentos. - Las promotoras trabajan con transparencia y enseñan a trabajar a las socias en el manejo del banco y de sus créditos.
Debilidades	BC	- Los intereses son en dólares. - No se puede llegar a la gente más pobre ya que esta no cuenta con los documentos ni los requisitos que se piden y porque tampoco podrían asumir el pago.

	TIPO DE PRODUCTO	ARARIWA Aspectos Financieros señalados
Garantías	C. IND	- Ya no se dan créditos con garantía personal. - Hoy se dan con garantía hipotecaria y prendaria. - Todo pasa por registros públicos
	BC	- La garantía es solidaria
Montos de préstamos	C. IND	- Desde US\$500 hasta US\$4000.
	BC	- Montos en escalera. 1. Desde \$ 50 a \$ 250 2. Desde \$ 100 a \$ 325 3. Desde \$ 100 a \$ 600 - Los bancos de segunda etapa trabajan con la última escalera porque se supone que son socias que ya tienen experiencia, ya han capitalizado su negocio y por tanto, su demanda es mayor. - Hay otros grupos que tienen expectativas menores. - Dentro de un banco puede haber heterogeneidad en las escaleras. Hay personas que piden S/.100, otras S/.50.
Ahorro	BC	- Entre 3% y 5% del préstamo a pagar mensualmente al fondo de ahorro interno del banco.
Modalidad de pago	BC	- En el caso de los Bancos Comunes, el plazo es de 4 meses. - Se paga mensualmente la cuarta parte del préstamo junto con los intereses que correspondan y el ahorro. - A partir del segundo ciclo se apertura una cuenta en un banco comercial. Son la presidenta y la tesorera los que gestionan esta cuenta interna. Esta cuenta interna es un fondo de garantía para el crédito que da Arariwa. Se cuida que la morosidad de la cuenta interna sea lo más baja posible. - Las modalidades de pago varían de acuerdo al tipo de actividad. Puede pagarse directamente el capital y el interés o sólo los intereses y después el capital. - Los pagos son mensuales, este plazo permite que el usuario no se aleje de la institución.
Periodicidad	C. IND	- Los montos van de US\$500 a US\$4000, aproximadamente. - Estos se pagan en general en 12 meses.
	BC	- El pago es mensual - Se tiene que pagar en 4 meses. - A mayores montos el plazo puede subir hasta 6 meses
Intereses	C. IND	- 2.5% en dólares.
	BC	- 2 tasas de interés a) Primer y segundo ciclo: Utilidad b) Tercer y noveno ciclo: a rebatir
Flexibilidad	BC	- Si un banco comunal no ahorra, se le liquida, no hay flexibilidad en este aspecto. Se puede prestar menos de US\$100 (hasta US\$50) si el cliente no puede asumir el primer monto. - Se les da mayor plazo a los que piden más montos ya que estos tienen dificultades para rotar su dinero cada 4 meses porque sus negocios no les permiten una rotación más ágil.
Comisión – IGV	C. IND y BC	- No se cobran comisiones.
Modificaciones	BC	- Se está trabajando para que el software llegue a nivel de cada socio del BC, incluso a nivel de la cuenta interna, esto es para que los oficiales de crédito tengan información desde el software. - En el caso de los BC, el monto mínimo de crédito se ha rebajado de US\$100 a US\$50.
Seguimiento	C. IND y BC	- Se hace un seguimiento limitado debido al aumento del número de clientes que no les permite llegar como quisieran a cada uno de ellos. - Una forma de control es que los usuarios deben acudir todos los meses a las oficinas de Arariwa a pagar. El usuario no puede perder la relación la institución. - Si el monto es muy pequeño y el cliente vive en una zona alejada, se le cobra en su misma casa en las visitas de los promotores.
Fortalezas	C. IND	- En Crédito individual: se les da margen a los clientes para que se capitalicen dándoles un plazo para que empiecen a amortizar su deuda.

	BC	- En el caso de los BC, el modelo les permite ahorrar. - Se cuenta con software que llega a nivel de BC y se está trabajando para mejorarlo.
	C. IND y BC	- Se está recibiendo capacitación permanente vía COPEME. - La tasa de interés es la más baja en relación a otras instituciones que cobran comisiones y algunos montos adicionales. - Pueden pagar el capital al final, teniendo tiempo para capitalizarse.
Debilidades	C. IND y BC	- Les preocupa que por el problema de la autosostenibilidad nos vayamos dirigiendo a estratos que tienen más capacidad de pago y eso estamos tratando de evitar porque queremos llegar a los mas pobres. - El peso de control de las cuentas individuales recae en las promotoras y lo hacen en sus cuadernos. - No pueden hacer un seguimiento constante ya que han crecido tanto que no se dan abasto. - Les han exigido un alto cumplimiento de metas: tener más bancos y una mayor cartera. Se han centrado en este aspecto y han descuidado el trabajo de reforzamiento a los clientes en la parte financiera.
Sugerencias	C. IND y BC	- Especializarse en un solo servicio (banco comunal) y mejorarlo cada vez más. Esta tecnología nos permite llegar a los mas pobres. - Los préstamos deberían ser en soles, no en dólares - Si las personas tienen mayor capacidad de pago, deberían darles préstamos mayores al máximo que es US\$600.

	TIPO DE PRODUCTO	MIDE ASPECTOS FINANCIEROS SEÑALADOS
Garantías	BC y GS	- Se solicita una copia del documento de identidad de la interesada y su pareja y copias de boletas o facturas de bienes.
Montos de préstamos	BC	- Al inicio: S/.300 a libre disponibilidad. - Según el cumplimiento se le va subiendo cada ciclo S/.50 o S/.100. Los montos pueden llegar a 1,200 soles. - Si no tienen mucho ingreso todavía, prueban con S/.50 o S/.100.
Ahorro	BC y GS	- No existe un componente de ahorro.
Modalidad de pago	BC y GS	- Pueden realizarse varias combinaciones de pago del interés y el capital. Se puede pagar primero sólo el interés y finalmente cancelar el capital, pagar los intereses un mes y el capital más el interés, etc. - Estas modalidades se definen de acuerdo a las preferencias de las usuarias y las características de sus actividades económicas.
Periodicidad	BC y GS	- Primer préstamo: 4 meses para pagar. - Según el nivel de cumplimiento se les da para el siguiente un mes más de plazo y se llega hasta 6 meses.
Intereses	BC y GS	- 4.2% mensual.
Flexibilidad	BC y GS	- Se pueden prestar montos menores al mínimo establecido para cada ciclo.
Comision – IGV	BC y GS	- Sí se cobra el IGV y comisión.
Modificaciones	BC y GS	- Se han reducido los montos mínimos de préstamos por ciclo. - Los montos son prestados desde hace un año en soles para facilitar el manejo financiero de las usuarias.
Seguimiento	BC y GS	- Se ve si los prestatarios están trabajando o no, están moviendo sus pequeños negocios o no, qué han hecho con su dinero y en qué situación están - Los promotores acuden a las ferias que son semanales, un día en cada pueblo verificamos si las socias están vendiendo sus productos y evaluamos
Recuperación	BC y GS	- Les toca un día de cada mes. Cada 26 se acercan a pagar a la oficina. Una persona de cada banco. Esto se da sobre todo en casos en que los grupos se encuentran alejados de las oficinas de la institución. Algunos llevan personalmente.
Fortalezas	BC y GS	- Los montos son en soles. - Se reducen los montos para que las prestatarias soliciten los préstamos de acuerdo a sus necesidades y capacidades. - Se realizan visitas a las ferias e las comunidades para conocer las actividades de los usuarios.

Debilidades	BC y GS	- Las largas distancias en que se encuentran algunos grupos hace difícil el seguimiento. - Para algunas usuarias los préstamos en un inicio son bajos y no permiten una inversión rentable en sus actividades.
Sugerencias	BC y GS	- Las prestatarias señalan que el monto de S/.300 es muy bajo y que ellas necesitan más. Sin embargo, vemos la capacidad de las compañeras y éstas no pueden manejar más S/ 500 - Algunas dicen también que el interés es muy alto. Los comparan con una ONG de parte del estado que está dando 3% (red cañitía). - Algunos quieren préstamos para 1 año porque mayormente quieren dedicarse a engorde de ganado y siembra de pastos.

	TIPO DE PRODUCTO	AFIDER ASPECTOS FINANCIEROS SEÑALADOS
Registros flexibles	BC y GS	- Hay un poco de flexibilidad en el pago y los plazos porque a veces como comerciantes no estables no tienen la facilidad de tener ese dinero en tan poco tiempo, ya que es muy raro que les paguen puntual. A veces 4 meses es muy poco tiempo.
Garantía	BC y GS	- Garantía solidaria: a través de un pagaré: 1. El comité las garantiza a todas. 2. Se les pide también una factura o una boleta original de un artefacto no menor al monto que se le presta. 3. En algunos casos, les han dado títulos de propiedad. 4. Puede ser sustituida por una declaración jurada. Si son proveedoras, si no cancelan, les cortan sus pagos (zona rural).
Montos de préstamos	BC y GS	Créditos para ganaderos: - Van desde S/.250 hasta S/.1,300. Se ha llegado hasta S/.3,000.
	C. IND	Para los Comerciantes: - El monto a veces es mayor por el estudio que se la hace - La demanda cada vez ha sido mayor.
	BC	- C. externa: primera vez: US\$100 a US\$120.00, depende lo que uno quiera. Ahora están recibiendo US\$140.00. - C. interna: se le puede prestar a las socias nuevas.
Ahorro	C. IND	- Con comerciantes y proveedores, no se trabaja el componente de ahorro.
	BC	- Al grupo ingresa el 0.5% y cada socia ahorra el 5% del monto que se les presta cuando termina el ciclo. - Además, puede haber ahorro voluntario. - En la cuenta interna, se guarda el 0,5% de los intereses, y eso pertenece al grupo. Así cada socia por el monto que ha sacado, ha ido acumulando sus ahorros cada mes; esos ahorros que han ido incrementándose son la cuenta interna. Cuando hay una cierta cantidad de ahorros y se ve que estos se pueden repartir para que cada socia trabaje en ellos, se les puede prestar a las que lo soliciten un monto menor al préstamo principal con un interés mensual menor al que se paga por el préstamo. Se ha sacado 350 a 500 soles y ese dinero es de las socias.
Modalidad de pago	BC y GS	- Según el director, las condiciones para el pago de las multas son aceptadas tranquilamente por los usuarios. - Cada 5 meses se paga el préstamo. - La cuota siempre es Capital-Interés. - No hay diferencias fuertes entre los distintos tipos de usuarios - La mayor parte paga S/.99 por mes.
Periodicidad	BC y GS	- El plazo para pagar el préstamo es de 4 ó 5 meses. - Dependen de su negocio y cada fin de mes recibe su pago de las deudas que le tienen que pagar o como trabajador dependiente. - Cada ciclo: 5 meses. Son 9 ciclos.
Intereses	BC y GS	- Al inicio: 4%, a los tres o dos años subió. - Antes: 2.5% - en US\$ para el banco (cuenta externa) y 0.5% para los ahorros (cuenta interna) - 4% en soles - Ahora: 4.5% mensual a rebatir - en soles (sin IGV).

Flexibilidad	BC y GS	- Los montos de interés son fijos, y en todo caso, ya están establecidos los incrementos de la tasa de interés. - Se trabaja la conciliación que permite refinanciar los créditos. - Se pueden bajar los montos del préstamo según se evalúe que sea necesario para evitar el miedo de algunas clientas a no poder pagar. - Cuando no pueden pagar la cuota fija se les da menos.
Comisión – IGV	BC y GS	- El interés establecido no considera el IGV, así que el monto es un poco mayor.
Modificaciones	BC y GS	- Si hay mucho temor de parte de la prestataria, se le puede prestar hasta US\$50 que es menos de lo establecido por PROMUC. - Debido a los problemas que tienen las socias para manejar dólares, ahora los préstamos son en soles. - Se cambió a soles también porque la mayoría de socias querían más monto: US\$100 era muy poco. Mayor monto permitía un mayor plazo. - El software también está en soles. - El plazo para pagar ha pasado de 4 a 5 meses.
Seguimiento	C. IND, BC y GS	- Comerciantes: es más difícil recuperar el crédito. - Proveedor: Es más fácil por la carta de actualización que nos firma que nos permite atrapar su cheque. - Se hacen visitas y se utiliza la notificación. - No se quiere comprometer el crédito con la AT.
Fortalezas	BC y GS	- Según las usuarias, la mayor fortaleza es que les permite tener sus ahorros en el banco, lo que es esencial para el desarrollo y crecimiento económico de ellas.
	C. IND, BC y GS	- Para el director, la mayor fortaleza a nivel financiero es que se cuenta con un software de crédito que permite dar una atención más rápida y un mejor servicio en relación a las cobranzas y los desembolsos. - Atención rápida: se desembolsa rápido y eso le gusta al cliente, porque necesita rápido ese dinero. - Es más fácil manejar el dinero, ahora que se trabaja en soles, porque no se tienen que preocupar por el tipo de cambio. Ahora las socias saben exactamente cuánto tienen de ahorro, porque están en soles. Plata = soles
Debilidades	C. IND, BC y GS	- Según el responsable, se ha descuidado la parte de capacitación a las usuarias. - Falta hacer un mejor seguimiento. - Los usuarios: tienen problemas con la garantía. - Los pocos montos de algunos préstamos afectan el nivel de ahorro de las socias. Falta más apoyo financiero (zona rural). - Las socias tienen dificultad en mover dólares, porque los engañan al momento de cambiar los dólares - El software de dólares de PROMUC no era tan manejable: Ingresábamos un dato y no lo podíamos eliminar. - A las usuarias a veces no les convenía pagar en dólares. En soles, en cambio, es una cuota fija, no está sujeto a los cambios que experimenta el dólar. - Deberían dar un poco más de tiempo para devolver el dinero
Castigos	BC y GS	- Hay multas por tardanza. - La mora es S/.1 por día. - Si se atrasa 8 días, se le presta el mismo monto. - Si se atrasa 15 días, no le damos una quincena.
Lecciones	C. IND, BC y GS	- El que trabaja en crédito debe pensar con el bolsillo, no con el corazón. - Los clientes más pobres son los mejores pagadores. - Cuando el tiempo es muy largo (10 meses) hay más peligro de que algunas no paguen por problemas en las socias (económico, salud, en el trabajo, por muerte). El banco tiene que cubrir ese monto

Impacto

	ADRA IMPACTO DE LOS SERVICIOS DE CRÉDITO SEÑALADO
Tipo de cambios positivos	- Mejoras y crecimiento en los negocios. - Mejoras a nivel de la confianza y la autoestima de las usuarias. - Se aprende a realizar trámites y llevar registros. - Mejoras a nivel económico.
Posibles cambios negativos	- No ha habido ningún cambio negativo.
Utilización de los préstamos	- Inversión en sus negocios y actividades económicas.
Utilización de las utilidades	- Mejoras en los hogares y en los hijos. - Adquisición de artefactos y artículos para el hogar.
Utilización a nivel familiar	- Para hacer mejoras en la casa. - Uno trabaja para los hijos, para su alimentación, su ropa, etc. y luego se les puede poner un negocio aparte o para que se dediquen más a los estudios.

	FINCA IMPACTO DE LOS SERVICIOS DE CRÉDITO SEÑALADO
Tipo de cambios positivos	- Las mujeres adquieren desenvolvimiento para manejar su economía y para reclamar cuando sea necesario. Adquieren independencia de la pareja y se sienten más seguras. - Ha mejorado y ampliado su negocio y su nivel de vida en general. - Tiene más capital.
Posibles cambios negativos	
Utilización de los préstamos	- Se invierte en la implementación de sus negocios. - Más trabajo para los hijos y los esposos.
Utilización de las utilidades	- Mejoras en la vivienda. - Pago de estudios a los hijos.
Utilización a nivel familiar	- Las mujeres apoyan a la pareja y aportan a la casa para que mejore la calidad de vida de su familia. - Se da trabajo a los hijos y al esposo dentro del negocio.
Uso en relación al TID	- Se ha generado trabajo para los hijos. - No hay impacto en los jóvenes que trabajan en hogares de terceros, pero sí en los que estudian ya que la mejor situación de la familia, permite solventar los gastos de estudios de los hijos.
Influye educación	- En algunos casos (con la ganancia o con los ahorros), eso ha permitido después a las señoras, pagar los estudios de sus hijos.

	ARARIWA IMPACTO DE LOS SERVICIOS DE CRÉDITO SEÑALADO
Tipo de cambios positivos	- Los usuarios tienen la posibilidad de pertenecer a una organización, elevan su autoestima, se sienten parte de una familia. - Varios usuarios han ampliado su negocio, otros han dado un giro positivo a su negocio o han iniciado un pequeño negocio. - Mejora del nivel de vida en sus casas (alimentación, mejora de vivienda)
Posibles cambios negativos	- Algunos socios se han endeudado cada vez más y con montos más altos con el fin de cancelar otros préstamos mal llevados.
Utilización de los préstamos	- Para invertir en su negocio, o en la actividad a la que se dedican, como mejorar sus herramientas, sus equipos, compra de animales u otros productos o para mejorar infraestructura del negocio. - Otra estrategia es diversificar sus actividades emprendiendo nuevas actividades económicas.
Utilización de las utilidades	- Invierten en su casa, sobre todo en mejoras en la infraestructura.

Utilización a nivel familiar	- Los bancos más antiguos han gastado en sus hijos, en los gastos de la familia. - En los bancos recientes las mejoras a nivel familiar aún no se aprecian en tanto que el dinero obtenido es utilizando para capitalizar sus actividades económicas. - Mayores ingresos permite darle a los hijos un mejor nivel de educación.
Uso en relación al TID	- Los miembros del equipo de Arariwa no creen que los préstamos influyan porque las socias de las zonas rurales quieren mas bien que sus hijos vayan al Cusco o a Lima (como empleadas, domésticas) a trabajar y que dejen la chacra. No hay una relación directa. - Se piensa que la población considera que los hijos salgan a trabajar representa una mejora de su condición de vida, a conocer otras cosas y pierden el vínculo con su comunidad.

	MIDE IMPACTO DE LOS SERVICIOS DE CRÉDITO SEÑALADO
Tipo de cambios positivos	- El buen uso del dinero por parte de las usuarias - Muchas usuarias han aprendido a firmar, sacar sus cuentas. - Han adquirido cosas que necesitaban para el negocio y para la casa.
Posibles cambios negativos	- El dinero ha generado algunos problemas entre las parejas, incluso separaciones, aunque los casos son contados.
Utilización de los préstamos	- Las usuarias compran productos para su negocio, por ejemplo, carne o todo lo que es para consumo humano. - Apoyar a sus hijos en sus estudios.
Utilización de las utilidades	- Para pagar los intereses y para gastos familiares: alimentación principalmente (víveres), y en menor medida, ropa, compra de artefactos.
Utilización a nivel familiar	- Educación (compra de útiles) y pago de academias e instituto. - Gastos en víveres y artículos de primera necesidad.
Uso en relación al TID	- Según los promotores, las clientas apoyarían a sus hijos que están estudiando y trabajando al vez, pero el dinero no hace que los hijos dejen de trabajar porque ellos lo necesitan. - Según las usuarias entrevistadas, si sus hijos están trabajando, ya no es necesario gastar en ellos.
Influye educación	- Compra de útiles y pago de academias e institutos superiores.

	AFIDER IMPACTO DE LOS SERVICIOS DE CRÉDITO SEÑALADO
Tipo de cambios positivos	- Según el responsable, en algunos casos, mejoran su forma de vida, les ha inspirado a estudiar y en otros no pudieron invertirlo en la parte pecuaria, pero sí en poner un negocio. - Despertamos el interés de la esposa del cliente. - Han desarrollado una mayor independencia del esposo, son menos dependiente. Pueden decidir por ellas mismas y se sienten más trabajadoras, mas sociales e integradas al mundo - Empiezan a tener su propio negocio, a capitalizarse. - Han incrementado sus ingresos. - Sus hijos están trabajando en casa de vecina. Ya tienen para comprarse sus cosas. A veces le mandan plata y le ayudan a pagar lo de La Chanchita cuando ella no tiene efectivo porque recién puede recibir su plata de la venta de sus animales en la quincena o fin de mes.
Posibles cambios negativos	- Las deudoras se meten en problemas para pagar. - Dejaron de estudiar para dedicarse al negocio y poder cumplir con el pago.
Utilización de los préstamos	- Capitalización de su negocio, compra de materia prima e insumos para su negocio (animales, víveres) para comercializar sus productos. - Se sectorizan más fuerte, según su rubro. - Algunas lo utilizan para ayudar directamente a su familia. - C. externa: invirtieron en materia prima para su negocio. Compra de víveres para la su tienda.
Utilización de las utilidades	- Se junta capital. - Para incrementar su canasta familiar. - Según los usuarios, utilizan las utilidades para gastos de la educación de los hijos o en el caso de que trabajen y no tienen donde vivir y comer. - Gastos de movilización. - Gastos de la casa y lo que se puede se guarda.
Utilización a nivel familiar	- Según los promotores, se utiliza para incrementar la canasta familiar y para apoyo en educación. - Compra más alimentos para sus hijos. - Ha mejorado la situación del hogar. Se puede gastar más dinero en educación de los hijos. Ahora apoya en los gastos familiares y eso la hace sentir mejor, le da alegría. No depende tanto del esposo.
Uso en relación al TID	- Un niño que cuidaba la vaca con el crédito pudo irse a la escuela, se compró sus útiles. - Para los que trabajan fuera no es mucha ayuda, porque ellos más bien aportan al hogar. Son pocas las señoras que tienen hijos que trabajan fuera. - Es incómodo estar pidiéndole dinero a los padres, a pesar de ser estudiantes, y eso te permite tener cierta independencia económica y resolver sus asuntos mas básicos. Se le puede ayudar a los hijos que están estudiando lejos de la casa, pero no tanto porque ellos mas bien ayudan.
Influye educación	- Les permite apoyar a sus hijos en sus estudios. - Pueden gastar más dinero en la educación de los hijos.
Influye en la comunidad	- Mayor organización dentro del barrio.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Alvarado, Javier y otros.** El financiamiento informal en el Perú: lecciones desde tres sectores. IEP. Lima, 2001.
2. **Banco Interamericano de Desarrollo.** Comercialización y desvío de la misión, la transformación de las microfinanzas en América Latina. Estudios especiales, CGAP, Grupo consultivo de ayuda a la población más pobre. BID, , marzo 2002.
3. **Barrenechea Carlos.** Puno. Desarrollo Humano y competitividad. Fondo contravalor Perú Canadá, 1997
4. **Baydas Mayada et al.** Information Problems in Lending to Small Scale Enterprise Evidence for Ecuador. Small Enterprise Development, Vol. IV. N° 2, 1993
5. **Cohen Monique.** Microfinanciamiento y gestión de riesgos. Enfoques N° 17, CGAP, Grupo Consultivo de ayuda a la población más pobre. BID, Banco Interamericano de Desarrollo. Setiembre 2000.
6. **Coronel Zegarra A y Ponce Ramón.** El territorio de oportunidades para el microcrédito. Grupo de Trabajo Crédito y desarrollo. Lima 1996
7. **EDPYME Credinpet,** Estudio de factibilidad para una entidad de desarrollo de pequeñas y microempresas, Inpet. Lima 1995.
8. **Enfoques N° 18.** Explorando las preferencias de los clientes en microfinanzas: Algunas observaciones de SafeSave. CGAP, Grupo Consultivo de ayuda a la población más pobre. BID, Banco Interamericano de Desarrollo, enero 2001.
9. **European Comisión Directorate General for Development.** Microfinance methological considerations Luxemburgo 2000.
10. **Gabel Rosenberg Mónica.** La situación del microcrédito en el Perú. SBS, Superintendencia de Banca y Seguros, Estudios económicos. Lima, diciembre 1999.
11. **I Cumbre Nacional de Microfinanzas.** Lima, mayo 1998.
12. **INTERCAMBIO,** Promoviendo servicios para mujeres empresarias. Experiencias destacadas. Concurso subregional andino, Lima 2000
13. **León, Jannine y Schreiner, Mark.** Financiamiento para las micro y pequeñas empresas: algunas líneas de acción . Microfinanzas en el Perú: experiencias y perspectivas.
14. **Máximo Torero y Valdivia.** Mobilizing Microsavings in Peru: Empowering the Poor through their financial agents or local asset markets. GRADE (mimeo) Lima, 2001.
15. **MIDE.** El Microcrédito: Semilla para el desarrollo, Perú, 2001.
16. **Parker Joan y otros.** Microfinanzas, donaciones y respuestas no financieras para la reducción de la pobreza: ¿Dónde encaja el microcrédito? Enfoques N° 20. CGAP, Grupo consultivo de ayuda a la población más pobre. BID, Banco Interamericano de Desarrollo. Octubre 2001.
17. **Portocarrero Felipe.** Centro de Investigación de la Universidad del Pacífico, PROMPYME. Lima 1999.
18. **REPEM,** Así se hace. Emprendimientos económicos exitosos liderdos por mujeres y un manual de lobby propositivo. Uruguay, 1999
19. **Rutherford Stuart Martin.** Raising the Curtain on the "Microfinancial Services Era". Focus Notes N° 15, CGAP, Grupo consultivo de ayuda a la población más pobre, BID, Banco Interamericano de Desarrollo.
20. **Srinivas Hari** Evolution of Credit Methodologies. Concept paper, Virtual Library on microcredit. Diciembre de 1997.
21. **Syed Hashemi.** Linking Microfinance and Safety Net Programs to Include the Poorest. The Case of IGVD in Bangladesh, Focus Notes . April 2001.
22. **Trivelli Carolina, Alvarado Javier y Portocarrero Felipe.** Microcrédito en el Perú ¿Quiénes piden, quiénes dan?. CEPES, IEP. Universidad del Pacífico, marzo 2002.
23. **Trivelli Carolina.** Clientes de las instituciones de microfinanciamiento. IEP. Red de Microcrédito, Pobreza y Género. Lima, diciembre de 2000.
24. **Trivelli Carolina.** Red de microcrédito, pobreza y género. Instituto de Estudios Peruanos. Lima, diciembre de 2000.
25. **Valderrama León, Mariano.** Crédito a la pequeña y microempresa., CEPES. Lima, 1997
26. **Villanueva Alicia,** Es necesario darnos un empujoncito. Manuela Ramos, Lima 1995
27. **Villanueva Alicia,** Las empresarias, sus derechos, sus propuestas. REPEM- Manuela Ramos, Lima 2001
28. **Villarón Fernando.** Riqueza Popular. Ediciones del congresos del Perú, Lima 1998
29. **Yaron J y otros.** Rural Finance Issues. Design and Best Practice. The World Bank, Washington D.C., 1997

30. **Chavez, Rodrigo.** "La oferta de Servicios financieros en el sector rural". En : Segundo Seminario Internacional de Crédito y Desarrollo Rural en América Latina. CEPES, CES, Lima – Perú 1997.
31. **Schmidt y Reitingner.** Critical Signes in Small Bussiness Financing- Frankfurt. 1995
32. **Krahnén y Schmidt.** Development Finance as Institution Building. Boulder. Colorado, 1994
33. **Trivelli, Carolina.** Clientes de las instituciones de Microfinanzas. "Red de microcrédito, pobreza y género". IEP. Diciembre 2000.
34. **Mayuda, Baydan, Graham y otros.** Comercial Bank in Microfinance: New actors in microfinance World. Microenterprise Best Practices. Agosto 1997

GLOSARIO DE ACRÓNIMOS

ADEX: Asociación de Exportadores
AID: The United States Agency for International Development
BCC: Bancos Comunes
BID: Banco Interamericano de Desarrollo
BRI: Bank Rakyat Indonesia
CGAP: Consultative Group to Assist the Poorest
CMAC: Cajas Municipales de Ahorro y Crédito
COFIDE: Corporación Financiera de Desarrollo
CONFIEP: Confederación Nacional de Instituciones Empresariales Privadas
COPEME: Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa
CTS: Compensación por Tiempo de Servicios
CRAC: Cajas Rurales de Ahorro y Crédito
EDPYME: Empresa de Desarrollo de la Pequeña y Microempresa
FOGAPI: Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria
FONCODES: Fondo Nacional de Compensación y Desarrollo Social
FONDEMI: Fondo de Crédito para Microempresas
IGV: Impuesto General a las Ventas
IMF: Institución de Microfinanciamiento
MSP: Medium and Small Enterprise Program
OIT: Oficina Internacional del Trabajo
ONG: Organización No Gubernamental
PROFECE: Programa de Promoción de Consolidación del Empleo Femenino
PROMPYME: Comisión de Promoción de la Pequeña y Microempresa
PROMUDEH: Ministerio de Promoción de la Mujer y del Desarrollo Humano
PRONAA: Programa Nacional de Asistencia Alimentaria
PYME: Pequeña y Microempresa
ROSCAS: Rotating Savings and Credit Associations
TID: Trabajo Infantil Doméstico