

LP-82

IMPACTOS AGREGADOS DE LAS  
MICROFINANZAS EN BOLIVIA

La Asociación de Instituciones Financieras para el Desarrollo Rural FINRURAL fue constituida el 28 de septiembre de 1993 como una asociación civil sin fines de lucro y desde entonces ha tenido un papel activo en el desarrollo de las microfinanzas en Bolivia y el exterior del país.

En esta nueva etapa y sobre la base de las políticas establecidas para la refundación se han establecido los siguientes objetivos:

- 1) Representar a las Asociadas
- 2) Impulsar políticas públicas para las microfinanzas
- 3) Apoyar el fortalecimiento de sus asociadas
- 4) Promover programas y productos financieros, tecnologías y servicios
- 5) Buscar la sostenibilidad progresiva de la asociación.

Para el cumplimiento de estos objetivos, FINRURAL ha priorizado cuatro áreas de intervención:

1. Gestión y Representación Pública
2. Desarrollo y Oferta de Servicios
3. Desarrollo de nuevos servicios financieros; y
4. Promoción y Difusión

## IMPACTOS AGREGADOS Y SECTORIALIZADOS DE PROGRAMAS DE MICROFINANZAS EN BOLIVIA

Agradecimientos	3
Presentación	5
<b>Contenido I</b>	
<b>Asesores</b>	9
1.1 Servicio de evaluación de impactos	9
1.2 Entidades participantes en la evaluación agregada	10
1.2.1 PROMUJER Bolivia	10
1.2.2 Crédito con educación CRECER	11
1.2.3 Fundación para alternativas de desarrollo (FADES)	12
1.2.4 Fondo rotativo de inversión y vivienda (DIACONIA-FRIF)	12
1.2.5 Fondo financiero privado para el fomento de iniciativas económicas (FIE) S.A.	13
1.2.6 Fondo financiero privado ECO FUTURO S.A.	14
1.2.7 Cooperativa de ahorro y crédito Trinidad Ltda. (CACTRI)	14
1.2.8 Cooperativa de ahorro y crédito Comarapa Ltda.	15
1.3 Metodología de medición de impactos agregados	15
<b>Contenido II</b>	
<b>Resultados de impactos agregados y sectorizados</b>	25
2.1 Impactos económicos	25
2.1.1 Impactos en los ingresos de las unidades económicas de los clientes	25
2.1.2 Impactos en el empleo de las unidades económicas de los clientes	29
2.1.3 Impactos en diversificación de ingresos de las unidades económicas de los clientes	32
2.1.4 Impactos en la inversión en las unidades económicas de los clientes	37
2.1.5 Impactos en el ingreso de las unidades familiares de los clientes	41
2.2 Impactos sociales	44
2.2.1 Impactos en la seguridad alimentaria de las unidades familiares de los clientes	45
2.2.2 Impactos en las prácticas de prevención de salud de las unidades familiares de los clientes	47
2.2.3 Impactos en las condiciones de vivienda de las unidades familiares de los clientes	48
2.3 Impactos en empoderamiento de mujeres	50
2.3.1 Impactos en la autoestima de las clientas mujeres	51
2.3.2 Impactos en las habilidades empresariales de las clientas mujeres	53
2.4 Evaluación sociológica de los impactos agregados	55
2.4.1 Impactos en la pertenencia a grupos sociales	56
2.4.2 Impactos en el cumplimiento de roles	57
2.4.3 Impactos en los valores y las actitudes	58
2.4.4 Impactos en la movilidad social	59
2.4.5 Impactos en el cambio de las pautas de consumo	60
2.4.6 Impactos en la racionalidad empresarial	61
2.4.7 Impactos en el empoderamiento de mujeres	63

Primera Edición

Textos: FINRURAL

Diseño y diagramación: NARANJA UN CUARTO

Impresión: TRAMA S.R.L.

Depósito legal: 4-I-14 06-03

La Paz - Bolivia

2003

Primera Edición  
 Textos: FINRURAL  
 Diseño y diagramación: NARANJA UN CUARTO  
 Impresión: TRAMA S.R.L.

Depósito legal: 4-1-14 06-03

La Paz - Bolivia  
 2003

Agradecimientos	3
Presentación	5
<b>Capítulo I</b>	
Antecedentes	9
1.1 Servicio de evaluación de impactos	9
1.2 Entidades participantes en la evaluación agregada	10
1.2.1 PROMLUER Bolivia	10
1.2.2 Crédito con educación CRECER	11
1.2.3 Fundación para alternativas de desarrollo (FADES)	12
1.2.4 Fondo rotativo de inversión y vivienda (DIACONIA-FRIF)	12
1.2.5 Fondo financiero privado para el fomento de iniciativas económicas (FIE) S.A.	13
1.2.6 Fondo financiero privado ECO FUTURO S.A.	14
1.2.7 Cooperativa de ahorro y crédito Trinidad Ltda. (CACTRI)	14
1.2.8 Cooperativa de ahorro y crédito Comarapa Ltda.	15
1.3 Metodología de medición de impactos agregados	15
<b>Capítulo II</b>	
Resultados de impactos agregados y sectorializados	25
2.1 Impactos económicos	25
2.1.1 Impactos en los ingresos de las unidades económicas de los clientes	25
2.1.2 Impactos en el empleo de las unidades económicas de los clientes	29
2.1.3 Impactos en diversificación de ingresos de las unidades económicas de los clientes	32
2.1.4 Impactos en la inversión en las unidades económicas de los clientes	37
2.1.5 Impactos en el ingreso de las unidades familiares de los clientes	41
2.2 Impactos sociales	44
2.2.1 Impactos en la seguridad alimentaria de las unidades familiares de los clientes	45
2.2.2 Impactos en las prácticas de prevención de salud de las unidades familiares de los clientes	47
2.2.3 Impactos en las condiciones de vivienda de las unidades familiares de los clientes	48
2.3 Impactos en empoderamiento de mujeres	50
2.3.1 Impactos en la autoestima de las clientas mujeres	51
2.3.2 Impactos en las habilidades empresariales de las clientas mujeres	53
2.4 Evaluación sociológica de los impactos agregados	55
2.4.1 Impactos en la pertenencia a grupos sociales	56
2.4.2 Impactos en el cumplimiento de roles	57
2.4.3 Impactos en los valores y las actitudes	58
2.4.4 Impactos en la movilidad social	59
2.4.5 Impactos en el cambio de las pautas de consumo	60
2.4.6 Impactos en la racionalidad empresarial	61
2.4.7 Impactos en el empoderamiento de mujeres	63

**Resumen**

## AGRADECIMIENTOS

FINRURAL agradece el apoyo que Fundación Ford, a través de su programa internacional de investigación-acción Imp-Act (Microfinanzas: Mejorando el Impacto para mitigar la Pobreza), ha otorgado al Servicio de Evaluación de Impactos. El programa imp-Act, financió la fase de diseño del Servicio y ha estado apoyando su fase de operación, cubriendo parte de los costos de la evaluación de distintos programas de microfinanzas. Adicionalmente, Imp-Act, gracias a su liderazgo académico proveniente de las Universidades británicas: Bath, Sussex y Sheffield, ha brindado a FINRURAL apoyo técnico a su trabajo de evaluación de impactos y, se ha encargado de certificar la calidad de los informes elaborados por FINRURAL, realzando la rigurosidad y credibilidad de los resultados generados bajo este esquema.

También agradecemos el apoyo brindado por la Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo (ICCO) y del Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROFIN) de la Cooperación Suiza en Bolivia. Estas entidades hicieron posible que el Servicio ampliara su cobertura, financiando parte de los costos de la evaluación de programas de microfinanzas de distintas entidades.

Nuestros agradecimientos personales van dirigidos a la Lic. Carmen Velasco, Directora Ejecutiva de PRO MUJER y a la Lic. Mónica Velasco, Gerente de Desarrollo de IDEPRO que impulsaron la idea de realizar una evaluación de los impactos agregados de las entidades microfinancieras locales. También agradecemos el asesoramiento técnico brindado para la realización de este trabajo por el Profesor Paul Mosley, miembros del equipo de académicos de Imp-Act en representación de la Universidad de Sheffield. Por último, nuestros agradecimientos van dirigidos a la Ing. Irina Aliaga Romero y la Lic. en Sociología Sonia Sapiencia, miembros del equipo de trabajo del área de Evaluación de Impactos de FINRURAL, que prestaron su colaboración en la redacción del presente informe.

## PRESENTACIÓN

En la gestión 2001, nace el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL con el objeto de generar información que permita verificar de manera rigurosa y creíble el impacto que los programas de microfinanzas estaban teniendo en la vida de sus clientes. Los productos ofertados eran dos. El primero, un "Informe de Evaluación de Impactos Individual", que permitiría conocer el impacto que el programa de microfinanzas de la entidad financiera evaluada está teniendo sobre su clientela. El segundo, un "Informe de Impactos Agregados y Sectorializados" que permitiría establecer el impacto agregado y el impacto sectorializado por tipo de entidad, de las entidades financieras evaluadas en el marco del Servicio.

Con la prestación de este Servicio, FINRURAL asumió la responsabilidad de ejecutar todo el proceso de evaluación de impactos: desde el diseño metodológico de aplicación común a todas las entidades financieras evaluadas, pasando por la recolección de datos, su procesamiento y análisis, hasta la generación de los informes de impacto. La metodología de la evaluación de impactos diseñada fue de tipo transversal, con utilización de grupos de control de la muestra de clientes. Se contempló el uso de dos herramientas para el relevamiento de información: una encuesta semiestructurada y entrevistas en profundidad. Se definió un enfoque de análisis de tipo positivista, basado en la información estadística de las encuestas, combinado con un enfoque interpretativo, sustentado en la información cualitativa de las entrevistas en profundidad.

Bajo estas características el Servicio de Evaluación de Impactos inició formalmente operaciones en Marzo del 2002, contemplando como primeras entidades financieras usuarias a las siguientes cuatro socias de FINRURAL: CRECER, FADES, PRO MUJER y DIACONIA-FRIE. En Abril de 2002, el Servicio amplió su cobertura hacia entidades de microfinanzas no-socias de FINRURAL, incorporando a los Fondos Financieros Privados FIE y ECO FUTURO S.A. En Julio del 2002, se amplió también la variedad de entidades financieras usuarias del Servicio con la incorporación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito TRINIDAD y COMARAPA.

En el primer semestre del 2003, FINRURAL presentó a estas ocho entidades el primer producto del Servicio, es decir, el informe final de la evaluación de impactos de sus respectivos programas de microfinanzas. Asimismo, FINRURAL realizó presentaciones orales de los resultados de estos informes al personal y al directorio de cada entidad. El presente informe completa el paquete de dos

productos del Servicio de FINRURAL, presentado los resultados agregados y sectorializados del impacto de los programas de microfinanzas de: CRECER, FADES, PRO MUJER, DIACONIA-FRIE FFP FIE S.A., FFP ECO FUTURO S.A., CAC TRINIDAD Ltda. y CAC COMARAPA Ltda.

En este contexto, el documento se divide en dos capítulos. El primer capítulo presenta los antecedentes del trabajo realizado y el segundo, los resultados del mismo. De manera específica, el primer capítulo contiene una breve introducción acerca del Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL, antecedentes de las entidades financieras participantes en la medición de impactos agregados y sectorializados y, la descripción de la metodología utilizada para dicho efecto. Por su parte, el segundo capítulo presenta los resultados del estudio a lo largo de cuatro secciones. En la primera, segunda y tercera sección, se presentan los resultados relativos a los impactos económicos, los impactos sociales y los impactos en empoderamiento de las ocho entidades financieras evaluadas. Para cada variable de investigación, primero se describen los resultados del impacto agregado de las ocho entidades y, seguidamente, los resultados del impacto sectorializado de estas entidades, clasificadas en cuatro grupos: ONGs crediticias con servicios complementarios, ONG crediticias sin servicios complementarios, Fondos Financieros Privados y Cooperativas de Ahorro y Crédito de Base Local. las conclusiones principales son destacadas en recuadros. Por último, la cuarta sección del segundo capítulo presenta una evaluación sociológica de los impactos de las ocho entidades evaluadas, acompañada de una serie de testimonios de los clientes que constituyeron la fuente primaria de la información.

Con estos datos, se pretende que el informe sirva de instrumento de apoyo para la retroalimentación de decisiones políticas y estratégicas de instancias vinculadas a las microfinanzas locales. Asimismo, se espera informar al público en general sobre el comportamiento de impactos agregados y sectorializados de una muestra de entidades que conforman la industria microfinanciera boliviana. Invitamos, por tanto, a su lectura que permitirá profundizar conocimientos sobre un campo poco explorado hasta ahora.

El Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL ha sido operado por un equipo de trabajo conformado por siete personas. El Lic. Reynaldo Marconi, Gerente de FINRURAL, cuyo rol principal fue el de dirigir el trabajo; la Ing. Irina Allaga Romero, Oficial del Área Impactos de FINRURAL, principal responsable ejecutiva del trabajo; la Lic. Patricia Claire, la Lic. Sonia Sapienscia y, el Lic. Gustavo Medeiros Urioste, quienes prestaron su apoyo profesional como consultores especializados en el área; y, el Ing. Mauricio Chamas y Miguel Claire, que realizaron labores de asistentes operativos del Servicio.

Reynaldo Marconi  
Gerente FINRURAL

Capítulo

I

# ANTECEDENTES

## 1.1 SERVICIO DE EVALUACION DE IMPACTO

El Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL, tiene como objeto generar información que permita verificar, de manera rigurosa y creíble, el impacto que los programas de microfinanzas están ocasionando en la vida de sus clientes. Con la prestación de este Servicio, FINRURAL asume la responsabilidad de ejecución de todo el proceso de evaluación de impactos del programa de microfinanzas de la entidad sujeta a estudio. FINRURAL se encarga desde la recolección de los datos, pasando por su procesamiento y análisis, hasta la generación de los informes.

Los productos que el Servicio genera bajo este esquema son dos. El primer producto se denomina "Informe de Evaluación de Impactos Individual" y, permite conocer el impacto que el programa de microfinanzas de la entidad evaluada está teniendo sobre su clientela. El segundo producto se denomina "Informe de Resultados de Impactos Agregados y Sectorializados". Este informe permite establecer el impacto conjunto generado por los programas de microfinanzas de todas las entidades evaluadas bajo el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL. Además identifica resultados de impactos sectorializados, basados en la comparación de grupos conformados por entidades con mayor afinidad.

El Servicio inició formalmente operaciones en Marzo del 2002, contemplando como primeras entidades usuarias a las siguientes cuatro socias de FINRURAL: CRECER, PRO MUJER, FADES y DIACONIA-FRIE. En Abril de 2002, el Servicio amplió su cobertura hacia entidades de microfinanzas no-socias de FINRURAL, incorporando a los Fondos Financieros Privados FIE y ECO FUTURO S.A. En Julio del 2002, se amplió también la variedad de entidades financieras usuarias del Servicio con la incorporación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito TRINIDAD y Comarapa.

Para alcanzar estos resultados fructíferos, FINRURAL ha contado con el apoyo principal del programa internacional de investigación-acción Imp-Act (Microfinanzas: Mejorando el Impacto para mitigar la Pobreza). Este programa es patrocinado por Fundación Ford y se ejecuta bajo el liderazgo de un equipo de académicos de tres prestigiosas universidades británicas: Universidad de Bath, Universidad de Sussex y Universidad de Sheffield. Imp-Act financió la fase de diseño del Servicio y ha estado apoyando financieramente su fase de operación, cubriendo parte de los costos de evaluación de distintos programas de microfinanzas. Gracias a su liderazgo académico, Imp-Act también ha brindado

a FINRURAL apoyo técnico en su trabajo de evaluación de impactos de programas de microfinanzas. Además, es el organismo encargado de certificar la calidad de los informes generados por FINRURAL, lo cual realza la credibilidad de los resultados generados bajo este esquema.

Adicionalmente, FINRURAL ha obtenido el apoyo de la Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo (ICCO) y de la Cooperación Suiza para el Desarrollo (COSUDE), a través de su Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROFIN). Estas entidades hicieron posible que el servicio ampliará su cobertura, financiando parte de los costos de la evaluación de programas de microfinanzas de distintas entidades.

En el primer semestre del 2003, cada una de las ocho entidades evaluadas inicialmente recibió de FINRURAL el primer producto del Servicio, traducido en el informe final de evaluación de impactos de sus respectivos programas de microfinanzas. Además, FINRURAL realizó presentaciones orales de los resultados del informe al personal y al directorio de cada entidad.

El presente informe completa el paquete de dos productos del Servicio, presentado los resultados agregados y sectorializados del impacto de los programas de microfinanzas de CRECER, FADES, PRO MUJER, DIACONIA-FRIE FFP FIE S.A., FFP ECO FUTURO S.A., CAC TRINIDAD Ltda. y CAC TRINIDAD Ltda.

## 1.2 ENTIDADES PARTICIPANTES DE LA EVALUACIÓN AGREGADA

### 1.2.1 Promujer Bolivia

PRO MUJER es una Organización No Gubernamental sin fines de lucro, constituida en los Estados Unidos de Norte América, donde radica la sede legal del Directorio. Inició sus servicios a principios de los años noventa en Bolivia. Actualmente opera también en otros tres países: Nicaragua, Perú y México. Los datos presentados seguidamente se refiere de manera particular a PRO MUJER Bolivia.

Desde 1994, PRO MUJER ha desarrollado un modelo crediticio basado en la metodología de bancos comunales, a través del cual ha promovido la conformación de asociaciones comunales de mujeres, a las cuales otorga préstamos y capacitación, además de fomentar la movilización de ahorros bajo la administración de las directivas de las asociaciones.

La población meta de PRO MUJER está constituida por personas, preferentemente mujeres, de escasos recursos, que no han tenido la oportunidad de desarrollar destrezas necesarias para competir en el mercado laboral del sector formal. Sus opciones de generación de ingresos se reducen a crear sus propios negocios, para lo cual necesitan adquirir las destrezas necesarias y tener acceso a fuentes de financiamiento.

La misión de PRO MUJER es apoyar a la mujer que vive en condiciones de exclusión socioeconómica, a través de servicios integrales participativos, para que logre su sostenibilidad personal, familiar y comunitaria. PRO MUJER tiene el firme convencimiento que la mujer con mayor autoconfianza y autoestima, así como, con mayores destrezas, conocimientos y participación, alcanzará una independencia económica y social.

A fines del 2002, PRO MUJER contaba con 26 oficinas de atención al público, denominadas Centros Focales, ubicadas en áreas peri-urbanas de 5 departamentos de Bolivia: Cochabamba, Chuquisaca, Tarija, La Paz y Potosí. Esta red de oficinas era operada por un equipo humano de 145 personas.

A la fecha, PRO MUJER no sólo otorga créditos basados en el modelo de bancos comunales, también ha incursionado en la prestación de créditos individuales. En cuanto a sus servicios no-financieros complementarios al crédito, se ofrece capacitación y atención médica. Con la capacitación se busca el desarrollo empresarial de las clientas, mediante su formación en gestión de negocios y asistencia técnica individualizada. También se ofrece capacitación a hijo(a)s de las clientas, dirigida al desarrollo de sus habilidades y destrezas de aprendizaje mediante paquetes educativos computacionales. Por último, se otorga capacitación en salud integral y se ofrece atención médica básica en un consultorio habilitado no sólo para clientas de PRO MUJER sino también para sus parejas e hijo(a)s.

### 1.2.2 Crédito con Educación CRECER

CRECER inició sus actividades en Bolivia a mediados de los ochenta. Nació bajo el auspicio y dirección de la organización estadounidense Freedom from Hunger. Luego de unos años fue re-constituida como una organización no-gubernamental boliviana.

A partir de 1990 sus operaciones se concentraron en el crédito con educación, basado en la metodología de bancos comunales. El crédito con educación constituye un producto integrado, caracterizado por promover un cambio en la seguridad alimentaria de las familias pobres, principalmente del área rural, vía dos instrumentos: pequeños créditos y educación en salud primaria, salud sexual reproductiva, autoestima y empoderamiento de la mujer.

La población meta de CRECER son las mujeres establecidas en comunidades de zonas rurales o zonas peri-urbanas de Bolivia con actividades económicas de pequeña escala, de preferencia en edad fértil (de 15 a 47 años de edad), con sentidas necesidades económicas, baja o nula escolaridad y cuya única garantía posible para acceder a un préstamo es la garantía solidaria de su comunidad.

La misión de CRECER es proporcionar sustantiva y sostenidamente servicios financieros y educativos integrados a mujeres pobres y sus familias en áreas rurales y urbano marginales de Bolivia, para apoyar sus acciones autónomas, en pro del mejoramiento de la salud, la nutrición y la economía familiar.

Los servicios de CRECER son móviles, ya que son los promotores de la organización los que se trasladan hasta el lugar de reunión de los bancos comunales para el desembolso y cobro del crédito, así como, para impartir las sesiones de capacitación. Su personal opera en base a oficinas denominadas Unidades Locales Operativas (ULO). A fines del 2002, CRECER operaba con 4 ULOs a nivel peri-urbano, en los Departamentos de La Paz, Chuquisaca, Oruro y Potosí. En el área rural, operaba con 11 ULOs ubicadas en localidades rurales de los Departamentos de Cochabamba, La Paz, Oruro y Santa Cruz. Esta red de oficinas era operada por un equipo humano de 110 personas.

### 1.2.3 Fundación para Alternativas de Desarrollo (FADES)

FADES, es una asociación civil, privada y sin fines de lucro, que busca apoyar el desarrollo de los sectores de menores ingresos de la población rural y urbana del país. Fue fundada el 29 de octubre de 1986. Desde entonces, es promotora activa de actividades financieras de apoyo al desarrollo rural, a la incorporación de la economía campesina a la vida del país y, a iniciativas concretas para el mejoramiento de la calidad de vida de la población boliviana.

La misión de FADES es apoyar el desarrollo del sector rural y peri-urbano, a través del financiamiento de iniciativas económicas. Para ello, ofrece créditos individuales, solidarios y asociativos a una población meta conformada por campesinos y pequeños productores agropecuarios, microempresarios, artesanos y pequeños comerciantes de productos agrícolas. De esta manera, busca contribuir al desarrollo productivo, a la generación y retención de valor agregado y, al mejoramiento de la calidad de vida de poblaciones de bajos recursos de áreas rurales y peri-urbanas.

Hasta fines del 2002, FADES contaba con un total de 30 agencias, distribuidas en 6 de los 9 departamentos de Bolivia: Cochabamba, Chuquisaca, La Paz, Potosí, Tarija y Santa Cruz. De este total, 3 agencias operaban en ciudades capitales de departamento y 27 en municipios rurales. Esta red de oficinas era operada por un equipo humano de 95 personas.

### 1.2.4 Fondo Rotativo de Inversión y Vivienda (DIACONIA-FRIF)

DIACONIA-FRIF inició operaciones en 1991, bajo la constitución legal de una Fundación Civil sin fines de lucro. Nace como resultado de un proyecto de la Misión Alianza de Noruega en Bolivia, que buscaba contrarrestar la falta de

trabajo y vivienda de familias de escasos recursos a través de programas crediticios.

La misión de DIACONIA-FRIF es ayudar a incrementar los ingresos de personas de escasos recursos, de zonas peri urbanas y áreas rurales, a través del acceso al crédito. Sus objetivos comprenden: 1) Ayudar a generar fuentes de trabajo mediante la prestación de créditos, 2) Ayudar a solucionar el problema de falta de vivienda popular y 3) Elevar la autoestima del cliente.

Con esta orientación, DIACONIA-FRIF otorga servicios de microcrédito utilizando dos tecnologías crediticias: Crédito Individual y Crédito Solidario. La primera se aplica en las áreas urbanas y rurales de operación de la institución y, la segunda, sólo en las áreas rurales.

A junio del 2002, DIACONIA-FRIF operaba su programa de microfinanzas solo en el Departamento de La Paz, a través de 8 oficinas de atención al público, entre agencias y sucursales, de las cuales, 4 eran urbanas y 4 rurales. Esta red de oficinas era operada por un equipo humano de 64 personas.

### 1.2.5 Fondo Financiero Privado para el Fomento de Iniciativas Económicas (FIE) S.A

FIE es una sociedad anónima. Inició actividades el 16 de marzo de 1998 bajo la figura legal de un Fondo Financiero Privado fiscalizado por la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras. Su constitución como FFP se produjo luego de 12 años de trayectoria como institución privada de desarrollo social.

La misión de FIE es fomentar la sostenibilidad y el desarrollo de las micro y pequeñas empresas, a través del apoyo y financiamiento de sus actividades, realizando para ello operaciones de intermediación y servicios financieros de calidad, ágiles y oportunos que aseguren un atractivo rendimiento de los ahorros e inversiones de sus clientes e inversionistas.

La población meta de FIE son todas aquellas familias de escasos recursos económicos, con acceso limitado al sistema de crédito bancario convencional y a entidades de captación de recursos.

FIE ha desarrollado una tecnología propia. En contra de las tendencias mundiales que recomendaban el crédito grupal, desarrolló su propia metodología de crédito individual, que le permitió alcanzar rápidamente una importante cobertura. Actualmente, los servicios crediticios ofertados por FIE son: 1) microcréditos dirigido a microempresas, empresas productivas, comerciales y de servicios, 2) créditos de consumo y de vivienda para microempresas y personas con ingresos fijos y 3) créditos para la pequeña empresa. Además, FIE otorga servicios de giros y transferencias de dinero, cobranza de servicios públicos y depósitos a plazo fijo, cajas de ahorro y de ahorro programado

(basado en el modelo de las asociaciones de ahorro y crédito rotatorio o Pasanakus).

Hasta fines del 2002, FIE operaba en áreas urbanas de 7 de los 9 departamentos de Bolivia: La Paz, Chuquisaca, Cochabamba, Oruro, Potosí, Santa Cruz y Tarija, a través de 16 agencias manejadas por un equipo humano de 160 empleados.

### 1.2.6 Fondo Financiero Privado ECO FUTURO S.A

Futuro S.A. inició operaciones en mayo de 1999. Inicialmente, su estructura accionaria contó con la participación de cuatro ONGs financieras locales: FADES, ANED, CIDRE e IDEPRO, una red local, una agencia de cooperación internacional y cinco empresarios privados locales. Posteriormente se incorporó a la Corporación Andina de Fomento (CAF). Los servicios de ECO Futuro se implementaron sobre la base de tecnologías crediticias ampliamente desarrolladas por sus asociadas fundadoras y adecuándolas a las exigencias de la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras y, a las características propias de cada mercado.

La misión de ECO Futuro es contribuir al logro de los objetivos de nuestros clientes, con servicios financieros integrales y diversificados, priorizando la atención a las micro, pequeñas y medianas empresas, urbanas y rurales, estableciendo con ellas relaciones a largo plazo.

ECO Futuro trabaja con créditos solidarios, individuales y asociativos. Los créditos solidarios e individuales, atienden, preferentemente, requerimientos de financiamiento para capital de inversión y capital de trabajo. Los créditos asociativos están dirigidos a un grupo asociado integrado normalmente entre 3 y 20 personas, todas ellas dedicadas a una misma actividad económica. En cuanto a servicio de depósitos, ECO Futuro trabaja con cajas de ahorro y depósitos a plazo fijo.

A fines del 2002, ECO Futuro contaba con 11 agencias, seis urbanas y cinco rurales. Estas agencias operaban en cinco de los nueve departamentos de Bolivia: Beni, Santa Cruz, La Paz, Cochabamba y Oruro. Esta red de oficinas operaba con un equipo humano de 102 personas.

### 1.2.7 Cooperativa de Ahorro y Crédito Trinidad Ltda (CACTRI)

CACTRI inició sus actividades el año 1963, como una asociación económica y social de responsabilidad limitada, de fondo social, con número de socios variable y duración indefinida. En abril del año 2000, la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras otorga la licencia de funcionamiento, con domicilio legal en la ciudad de Trinidad.

Su misión es ayudar a sus socios a mejorar y a elevar su nivel de vida, a través del estímulo y la protección del ahorro, la prestación de créditos prudentes y de calidad y, el fomento al pago puntual de los créditos.

Hasta fines del 2002, CACTRI contaba con 5 agencias. De estas agencias, una es urbana y está ubicada en la ciudad de Trinidad. Las otras 4 agencias operan en áreas rurales del departamento del Beni. Estas agencias eran operadas por un equipo humano de 30 personas.

Actualmente, CACTRI trabaja con tres tipos de crédito: 1) créditos de consumo, 2) créditos para vivienda y 3) microcréditos. En cuanto a servicios de depósito, ofrece cuentas de ahorro y depósitos a plazo fijo.

### 1.2.8 Cooperativa de Ahorro y Crédito COMARAPA Ltda.

Esta cooperativa está ubicada en el municipio de Comarapa, del Departamento de Santa Cruz. Fue creada el 29 de julio de 1965, bajo la figura legal de una asociación económica y social de responsabilidad limitada. En el año 2000, la cooperativa obtuvo su licencia de funcionamiento legal, emitida por la Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras.

La misión de cooperativa Comarapa es mejorar el nivel de vida de sus asociados, ofreciéndoles servicios de ahorro sistemático, créditos prudentes. Es una institución que tiene como visión dirigir la Cooperativa de acuerdo a normas y principios, administrarla pensando en sus intereses y en su solidez y permanencia en el tiempo, para servir a los socios.

Hasta junio de 2002, cooperativa Comarapa operaba con el público a través de dos agencias rurales ubicadas en el departamento de Santa Cruz. Su agencia central, estaba ubicada en el centro poblado del municipio de Comarapa y la otra agencia operaba en el municipio Saipina. Estas agencias eran operadas por un equipo humano de 17 personas.

Actualmente, cooperativa Comarapa trabaja con las siguientes tres tecnologías crediticias: crédito para consumo, crédito para vivienda y microcrédito. Todos estos créditos son analizados y clasificados como préstamos individuales. En cuanto a servicios de depósito, ofrece cuentas de ahorro y depósitos a plazo fijo.

## 1.3 METODOLOGIA DE MEDICIÓN DE IMPACTOS AGREGADOS

Para la determinación de los impactos agregados de los ocho programas de microfinanzas evaluados, se siguieron los pasos descritos a continuación:

1. Primeramente, se seleccionaron los indicadores que serían utilizados para la evaluación del impacto agregado. El criterio de selección fue el

de elegir a los indicadores que brindaron mejor información en el ámbito de las evaluaciones individuales de los programas.

Los indicadores seleccionados se presentan en el siguiente Cuadro.

**Cuadro 1.1 Indicadores utilizados para la evaluación del impacto agregado**

UNIDAD DE ANALISIS	TIPO DE IMPACTO	VARIABLE DE IMPACTO	INDICADOR DE IMPACTO
Unidad económica o negocio del cliente	Económico	Inversión	1. Capital de Trabajo
		Empleo	2. Tamaño Fuerza Laboral
		Ingresos	3. Ventas
		Diversificación de Ingresos	4. Número de actividades generadoras de ingresos
		Ingresos	5. Ingreso familiar
Unidad familiar u hogar del cliente	Económico	Seguridad alimentaria	6. Periodos de escasez de alimentos
	Social	Salud	7. Controles médicos de salud a menores de edad, en el último año
		Condiciones de vivienda	8. Mejoras en vivienda, en refacciones y ampliaciones, efectuadas en el último año
Cliente como individuo	Empoderamiento de mujeres	Autoestima	9. Participación en organizaciones sociales
		Capacidad empresarial	10. Hábito de realizar registros contables básicos

2. Como segundo paso, se recurrió a las bases de datos que almacenan la información recolectada para realizar las evaluaciones de impacto individuales de los ocho programas de microfinanzas participantes. Estas bases de datos están administradas por FINRURAL y contienen información relevada mediante un estudio de campo realizado en el primer semestre del 2002. Para cada entidad evaluada, se recolectaron

datos de una muestra de clientes de selección probabilística y, datos de un grupo de control comparable, conformado básicamente por individuos que no participan en el programa de microfinanzas de la entidad pero cumplen las características de su clientela meta.

De estas bases de datos se extrajeron los datos de las muestras de "clientes" y "no-clientes", de cada una de los 8 programas de microfinanzas evaluados, que correspondían a los 10 indicadores seleccionados previamente para la evaluación agregada.

3. Seguidamente las ocho entidades financieras participantes en la evaluación agregada fueron divididas en 4 grupos, siguiendo el criterio de afinidad de sus programas de microfinanzas. Los 4 sub-grupos resultantes se describen a continuación.

- ONGs crediticias y de servicios complementarios. Este grupo está conformado por PRO MUJER y CRECER. Representa a las ONGs crediticias "sin" visión minimalista en la prestación de servicios microfinancieros. Es decir, a aquellas ONGs crediticias que además de microcréditos, ofrecen a su clientela servicios complementarios, los cuales son: 1) no-financieros como es el caso de la capacitación; y, 2) financieros, como es el caso de la promoción del ahorro a través del modelo de bancos comunales.
- ONGs crediticias minimalistas. Este grupo está conformado por FADES y DIACONIA-FRIE. Representa a las ONGs crediticias "con" visión minimalista en la prestación de servicios microfinancieros. Es decir, a aquellas ONGs crediticias que focalizan su trabajo en el servicio de microcrédito.
- Fondos Financieros Privados de microfinanzas. Este grupo está conformado por FFP FIE S.A. y FFP ECO Futuro S.A. Representa a los FFPs que focalizan su trabajo en la prestación de microcréditos para el desarrollo de sectores comerciales, productivos y de servicios, que frecuentemente han sido excluidos del acceso a la banca tradicional.
- Cooperativas de Ahorro y Crédito de microfinanzas. Este grupo está conformado por CAC Trinidad Ltda. y CAC Comarapa Ltda. Representa a las CACs de base local que desarrollan programas de microcrédito, que siguen el mismo

4. Para cada uno de los 4 grupos, se calcularon las participaciones porcentuales "promedio" de los resultados correspondientes a la muestra de clientes y no-clientes de las entidades financieras componentes del grupo. Cada participación porcentual promedio, fue calculada utilizando una "media ponderada o promedio ponderado". Las ponderaciones

utilizadas para calcular dicho promedio, se basaron en el tamaño de la muestra de clientes y de no-clientes de cada entidad participante. Dichas ponderaciones se especifican en el Cuadro 1.2.

**Cuadro 1.2 Ponderaciones usadas para calcular la media ponderada de los datos de cada grupo**

	MUESTRA DE CLIENTES	%	MUESTRA DE NO CLIENTES	%
CRECER	309	50%	160	48%
PRO MUJER	315	50%	174	52%
ONGs crediticias con servicios complementarios	624	100%	334	100%
FADES	189	56%	95	50%
DIACONIA-FRIF	151	44%	95	50%
ONGs crediticias sin servicios complementarios	340	100%	190	100%
FFP FIE	366	45%	156	40%
FFP ECO FUTURO	455	55%	238	60%
Fondos Financieros Privados de microfinanzas	821	100%	394	100%
CAC TRINIDAD	42	45%	25	50%
CAC Comarapa	52	55%	25	50%
Cooperativas de ahorro y crédito de microfinanzas	94	100%	50	100%

A continuación se presentará un ejemplo de cómo se obtuvieron los "promedios ponderados o medias ponderadas", correspondientes a cada uno de los cuatro grupos de entidades financieras. El ejercicio se basa en la información "ficticia" presentada en el Cuadro 1.3 para cada una de las entidades participantes de la evaluación. Luego el Cuadro 1.4 presenta los resultados calculados para cada grupo de entidades.

**Cuadro 1.3 Hogares que enfrentaron escasez de alimentos, según entidades (datos expresados como porcentaje sobre el total de hogares de cada muestra)**

	MUESTRA DE CLIENTES	GRUPO DE CONTROL	DIFERENCIA
CRECER	36%	45%	-9%
PROMUJER	35%	43%	-8%
DIACONIA-FRIF	26%	43%	-17%
FADES	35%	33%	2%
FIE	25%	40%	-15%
ECO Futuro	26%	36%	-10%
Comarapa	36%	36%	0%
Trinidad	5%	36%	-31%

**Cuadro 1.4 Hogares que enfrentaron escasez de alimentos, según grupos de entidades (datos expresados como porcentaje promedio ponderado del total de hogares de las muestras del grupo)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	36%	44%	-8%
ONGs crediticias minimalistas	31%	38%	-7%
Fondos Financieros Privados	26%	38%	-12%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	22%	36%	-14%

Ejemplo de Cálculo del Promedio Ponderado para el grupo de Fondos Financieros Privados:

$P_{pclientes} = 0,45*(0,25) + 0,55*(0,26) = 0,1125 + 0,143 = 0,2555 = 26%$  en porcentaje redondeado.

$P_{pno-clientes} = 0,40*(0,40) + 0,60*(0,36) = 0,16 + 0,216 = 0,376 = 38%$  en porcentaje redondeado.

Diferencia =  $26\% - 38\% = -12\%$

5. Seguidamente, se calculó la "media ponderada" correspondiente al a muestra agregada de clientes y no-clientes de los de 8 entidades evaluadas. Las ponderaciones utilizadas para calcular dicho promedio se calcularon sobre la base al tamaño de muestra de cada grupo de entidades. Dichas ponderaciones se especifican en el cuadro presentado continuación.

**Cuadro 1.5 Ponderaciones usadas para calcular la media ponderada de los datos agregados de las entidades participantes de la evaluación.**

	ONGs crediticias con servicios complementarios	ONGs crediticias sin servicios complementarios	FFPs de micro-finanzas	CACs de micro-finanzas
Muestra total de clientes y no-clientes por grupo de entidades	958	530	1.215	141
Ponderaciones sobre el total		19%	42%	5%

Si siguiendo con el ejemplo presentado anteriormente, el Cuadro 1.6 presenta el "promedio agregado", que fue calculado utilizando una media ponderada de los resultados de los 4 grupos de entidades.

**Cuadro 1.6 Hogares que enfrentaron escasez de alimentos, según grupos de entidades (datos expresados como porcentaje promedio ponderado del total de hogares de las muestras del grupo)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	36%	44%	-8%
ONGs crediticias minimalistas	31%	38%	-7%
Fondos Financieros Privados	26%	38%	-12%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	22%	36%	-14%
<b>Promedio Agregado</b>	<b>30%</b>	<b>40%</b>	<b>-10%</b>

Cálculo del resultado Promedio Agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados:

$$Paclientes = 0,34*(0,36)+0,19*(0,31)+0,42*(0,26)+0,05*(0,22)=0,3015=30\% \text{ en porcentaje}$$

$$Pano-clientes = 0,34*(0,44)+0,19*(0,38)+0,42*(0,38)+0,05*(0,36)=0,3994 = 40\% \text{ en porcentaje}$$

Como último paso, se analizaron los resultados al nivel agregado y al nivel de cada grupo de entidades. Tales resultados, juntos a sus conclusiones, se presentan en el capítulo segundo.

Cabe destacar que la existencia de una diferencia estadísticamente significativa entre los resultados de los clientes y no-clientes de cada uno de los 4 grupos de entidades, se determina según el error de estimación utilizado para el cálculo del tamaño de sus muestras. En el caso de las ONGs crediticias con y sin servicios complementarios el error es 3%. En el caso de los FFPs el error es 4%. En el caso de las CACs el error es 11%. Por tanto, si la diferencia porcentual entre los resultados de clientes y no-clientes supera a este error, entonces es significativa, caso contrario, no se considera como estadísticamente significativa.

Capítulo

II

## Resultados de impactos agregados y sectorializados

### 2.1 IMPACTOS ECONÓMICOS

En las siguientes secciones se presentan los resultados hallados en cuantos a los impactos económicos agregados de los ocho programas de microfinanzas evaluados, considerando las siguientes 5 áreas.

- Ingresos de las unidades económicas de los clientes.
- Diversificación de ingresos de las unidades económicas de los clientes.
- Inversión en las unidades económicas de los clientes.
- Empleo en las unidades económicas de los clientes.
- Ingresos en las unidades familiares de los clientes.

Las principales conclusiones serán destacadas en recuadros.

#### 2.1.1 Impactos en ingresos de las unidades económicas de los clientes

##### *Impacto Agregado*

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre los ingresos de las unidades económicas de sus clientes, es, en promedio, un 18% "más" de negocios cuyas ventas no superaban los 500 dólares por mes; un 12% "más" de negocios con ventas mensuales mayores a 500 dólares, pero no superiores a 2.000 dólares; y un 6% "más" de negocios con ventas mayores a 2.000 dólares mensuales.*

Como muestra el Cuadros 2.1, en promedio, el 57% de los clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados tienen negocios cuyas ventas no superan los 500 dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 75%. Por otra parte, el 32% de los clientes tienen negocios cuyas ventas caen en el rango de 501 a 2.000 dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 20%. Por último, el 10% de los clientes tienen negocios cuyas ventas superan a 2.000 dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje alcanza sólo al 4%. Por tanto,

suponiendo que clientes y no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras<sup>1</sup>, el impacto agregado de los programas de microfinanzas se estima en: un 18% "menos" de negocios cuyas ventas no superaban a 500 dólares por mes; un 12% "más" de negocios con ventas mensuales superiores a 500 dólares, pero no mayores a 2.000 dólares; y, un 6% "más" de negocios con ventas superiores a 2.000 dólares<sup>2</sup>.

**Cuadro 2.1 Monto de ventas de las unidades económicas de la muestra (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

Ventas de hasta 500 dólares por mes	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	75%	80%	-5%
ONGs crediticias minimalistas	68%	83%	-15%
Fondos Financieros Privados	42%	72%	-30%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	24%	43%	-19%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>57%</b>	<b>75%</b>	<b>-18%</b>
Ventas de 501 a 2.000 dólares por mes	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	23%	18%	5%
ONGs crediticias minimalistas	24%	13%	11%
Fondos Financieros Privados	42%	23%	19%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	48%	33%	15%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>32%</b>	<b>20%</b>	<b>12%</b>
Ventas mayores a 2.000 dólares	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	2%	2%	0%
ONGs crediticias minimalistas	5%	1%	4%
Fondos Financieros Privados	16%	5%	11%
Cooperativas de ahorro y crédito	24%	20%	4%
<b>Promedio Agregado</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

- Este supuesto se mantiene para las conclusiones de los grupos de entidades financieras, tanto en esta sección, como en las desarrolladas más adelante.
- La falta de una suma exacta de 100% en los porcentajes de clientes y no-clientes, en este caso y en otros evaluados más adelante, se debe a la existencia de personas que no respondieron o no acordaron a brindar la información solicitada.

## Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, sobre los ingresos de las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 5% "menos" de negocios cuyas ventas mensuales no superaban los 500 dólares; y, un 5% "más" de negocios con ventas mensuales mayores a 500 dólares, pero no superiores a 2.000 dólares. Su impacto sobre ventas mensuales mayores a 2.000 dólares, no es significativo*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.1, el 75% de sus clientes tienen negocios cuyas ventas mensuales no superan los 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 80%. Por otra parte, el 23% de sus clientes tienen negocios con ventas mensuales comprendidas en el rango de 501 y 2.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 18%. Por último, el 2% de sus clientes generan ventas mensuales mayores a 2.000 dólares, al igual que los no-clientes. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 5% "menos" de negocios cuyas ventas no superaban a 500 dólares mensuales; y, un 5% "más" de negocios con ventas mensuales mayores a 500 dólares pero no superiores a 2.000 dólares. Su impacto sobre ventas mensuales mayores a 2.000 dólares no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de sus clientes y no-clientes.

## Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios

*El impacto que las ONGs crediticias minimalistas generan sobre los ingresos de las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 15% "menos" de negocios cuyas ventas no superan los 500 dólares por mes; un 11% "más" de negocios con ventas mensuales por encima de 500 dólares, pero no mayores a 2.000 dólares; y, un 4% "más" de negocios con ventas superiores a 2.000 dólares mensuales*

En el caso de las ONGs crediticias "minimalistas", como muestra el Cuadro 2.1, el 68% de sus clientes tienen negocios que generan ventas mensuales que no sobrepasan los 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 83%. Por otra parte, el 24% de los negocios de sus clientes generan ventas mensuales comprendidas en el rango de 501 a 2.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 13%. Por último, el 5% de los negocios de sus clientes registran ventas mensuales mayores a 2.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de tan sólo 1%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 15% "menos" de negocios cuyas ventas no sobrepasaban a 500 dólares mensuales; un 11% "más" de negocios con ventas mensuales por encima de 500 dólares, pero no

superiores a 2.000 dólares; y, un 4% "más" de negocios con ventas mayores a 2.000 dólares mensuales.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas sobre el ingreso de los negocios de sus clientes, se estima en: un 30% "menos" de negocios cuyas ventas no superaban los 500 dólares mensuales; un 19% "más" de negocios con ventas mensuales por encima de 500 dólares, pero no mayores a 2.000 dólares; y, un 11% "más" de negocios con ventas superiores a 2.000 dólares por mes.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.1, el 42% de sus clientes tienen negocios con ventas mensuales no-mayores a 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 72%. Por otra parte, el 42% de sus clientes tienen negocios cuyas ventas caen en el rango de 501 a 2.000 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 23%. Por último, el 16% de sus clientes tienen ventas mensuales mayores a 2.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 5%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 30% "menos" de negocios cuyas ventas no superaban los 500 dólares por mes; un 19% "más" de negocios con ventas mensuales mayores a 500 dólares, pero no mayores a 2.000 dólares; y, un 11% "más" de negocios con ventas mayores a 2.000 dólares por mes.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de las CACs de microfinanzas sobre los niveles de ingresos de los negocios de sus clientes, se estima en: un 19% "menos" de negocios cuyas ventas mensuales no superaban los 500 dólares; un 15% "más" de negocios con ventas mensuales mayores los 500 dólares, pero no superiores a 2.000 dólares; y, un 4% más de negocios con ventas por encima de 2.000 dólares al mes. No obstante, en este último rango el impacto no es muy significativo.*

En el caso de las CACs, como muestra el Cuadro 2.1, el 24% de los negocios de sus clientes generan ventas no-mayores a 500 dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva al 43%. Por otra parte, el 48% de los negocios de sus clientes generan ventas que caen en el rango de 501 a 2.000 dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es menor e igual a 33%. Por último, el 24% de sus clientes tienen ventas mensuales mayores a 2.000 dólares, mientras que, en los no-cliente este porcentaje es de sólo 20%. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs es: un 19% "menos" de negocios cuyas ventas no superaban a 500 dólares mensuales; un 15% "más"

de negocios con ventas mayores a 500 dólares por mes, pero no superiores a 2.000 dólares; y, un 4% más de negocios con ventas por encima de dos mil dólares mensuales. No obstante, su impacto sobre este último rango de ventas no es significativo, debido a que la diferencia entre resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

### **2.1.2 Impactos en empleo de las unidades económicas de los clientes**

#### **Impacto Agregado**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre los niveles de empleo de las unidades económicas de sus clientes, es, en promedio, un 15% "menos" de negocios que operaban sólo con 1 o 2 trabajadores; un 9% "más" de negocios operados por 3 o 4 trabajadores; y, un 6% "más" de negocios operados por 5 o más trabajadores.*

Como se aprecia en el Cuadro 2.2, en promedio, el 67% de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, tienen negocios que están siendo operados por una fuerza laboral de sólo uno o dos trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 82%. Por otra parte, el 22% de los clientes tienen negocios que operan con una fuerza laboral mayor conformada por 3 o 4 trabajadores, mientras que, en el caso de los no-clientes, este porcentaje es de sólo 13%. Por último, el 11% de los clientes tienen negocios que están siendo operados por cinco o más trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 5%. Por tanto, suponiendo que tanto los clientes como los no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto agregado de los programas de microfinanzas evaluados es, en promedio, un 15% "menos" de negocios que operaban con una fuerza laboral de sólo con uno o dos trabajadores; un 9% "más" de negocios cuyo funcionamiento depende de una fuerza laboral de tres o cuatro trabajadores; y, un 6% "más" de negocios que son operados por una fuerza laboral conformada por al menos cinco trabajadores.

**Cuadro 2.2. Niveles de empleo de las unidades económicas de la muestra (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

Negocios operados por 1 o 2 trabajadores	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	8%	83%	-5%
ONGs crediticias minimalistas	56%	76%	-20%
Fondos Financieros Privados	63%	85%	-22%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	63%	78%	-15%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>67%</b>	<b>82%</b>	<b>-15%</b>
Negocios operados por 3 o 4 trabajadores	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	18%	13%	5%
ONGs crediticias minimalistas	28%	18%	10%
Fondos Financieros Privados	23%	11%	12%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	23%	9%	14%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>22%</b>	<b>13%</b>	<b>9%</b>
Negocios operados por 5 o más trabajadores	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	14%	4%	10%
ONGs crediticias minimalistas	16%	6%	10%
Fondos Financieros Privados	4%	4%	0%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	14%	13%	1%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>11%</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, PINRURAL.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios sobre los niveles de empleo de los negocios de sus clientes, se estima en: un 5% "menos" de negocios que funcionaban con una fuerza laboral de sólo 1 o 2 trabajadores; y un 5% "más" de negocios operados por 3 o 4 trabajadores. Su impacto sobre niveles de empleo de 5 o más trabajadores no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.2, el 78% de sus clientes tienen negocios que están siendo operados por uno o dos trabajadores, mientras que, en los no-clientes, este porcentaje se eleva hasta el 83%. Por otra parte, el 18% de sus clientes tienen negocios que funcionan a cargo de tres o cuatro trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 13%. Por último, el 4% de sus clientes tienen negocios que son operados por cinco o más trabajadores, porcentaje que es igual al evidenciado en el caso de los no-clientes. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs crediticias se estima en: un 5% "menos" de negocios que eran operados por sólo uno o dos trabajadores; y un 5% "más" de negocios operados por tres o cuatro trabajadores. Su impacto sobre la generación de niveles de empleo de cinco o más trabajadores por unidad económica, no es significativo. Esto debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados evidenciados en los clientes y no-clientes de estas ONGs.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas, sobre los niveles de empleo de las unidades económicas de sus clientes se estima en: un 20% "menos" de negocios que eran operados por una fuerza laboral de sólo uno o dos trabajadores; un 10% "más" de negocios operados por tres o cuatro trabajadores; y un 10% "más" de negocios que operan con cinco o más trabajadores.*

En el caso de las ONGs crediticias "minimalistas", como se aprecia en el Cuadro 2.2, el 56% de sus clientes tienen negocios operados por 1 o 2 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 76%. Por otra parte, el 28% de los negocios de sus clientes son operados por 3 o 4 personas, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 18%. Por último, el 16% de sus clientes tienen negocios operados por al menos 5 personas, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 6%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 20% "menos" de negocios que eran operados por 1 o 2 trabajadores; un 10% "más" de negocios operados por 3 o 4 trabajadores; y un 10% "más" de negocios operados por al menos 5 trabajadores.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas sobre los niveles de empleo en las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 22% "menos" de negocios que eran operados por sólo uno o dos trabajadores; un 12% "más" de negocios operados por tres o cuatro trabajadores; y un 10% "más" de negocios que son operados por una fuerza laboral de al menos cinco trabajadores.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como se aprecia en el Cuadro 2.2, el 63% de sus clientes tienen negocios operados por 1 o 2 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 85%. Por otra parte, el 23% de sus clientes tienen negocios operados por 3 o 4 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 11%. Por último, el 14% de sus clientes tienen negocios operados por al menos 5 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 4%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 22% "menos" de negocios que eran operados por sólo 1 o 2 trabajadores; un 12% "más" de negocios operados por 3 o 4 trabajadores; un 10% "más" de negocios operados por al menos 5 trabajadores.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de las CACs de microfinanzas, sobre los niveles de empleo de las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 15% "menos" de negocios que eran operados por una fuerza laboral de sólo 1 o 2 trabajadores; un 14% "más" de negocios que son operados por una fuerza laboral de 3 o 4 trabajadores; y, un 1% "más" de negocios operados por al menos 5 trabajadores. No obstante, en este último rango su impacto no es significativo.*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como se aprecia en el Cuadro 2.2, el 63% de sus clientes tienen negocios operados sólo por 1 o 2 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta un 78%. Por otra parte, el 23% de sus clientes tienen negocios operados por 3 o 4 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje asciende al 9%. Por último, el 14% de sus clientes tienen negocios operados al menos 5 trabajadores, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 13% de los no-clientes. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs es, un 15% "menos" de negocios operados por sólo 1 o 2 trabajadores; un 14% "más" de negocios operados por 3 o 4 trabajadores; y, un 1% más de negocios operados por al menos 5 trabajadores. No obstante, su impacto en este último rango no es significativo, debido a que la diferencia entre los resultados de sus clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

### **2.1.3 Impactos en diversificación de ingresos de las unidades económicas de los clientes**

#### **Impacto Agregado**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre la diversificación de ingresos de los negocios de sus clientes, es, en promedio, un 21% "menos" de negocios que no-diversificaban sus ingresos ejecutando más de una actividad económica; un 17% "más"*

*de negocios que diversifican ingresos ejecutando 2 actividades; y, un 4% "más" de negocios que diversifican ingresos desempeñando 3 o más actividades*

Como se aprecia en el Cuadro 2.3, en promedio, el 54% de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, no-diversifican ingresos de sus negocios ejecutando más de una actividad económica, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 75%. Por otra parte, el 39% de los clientes diversifican ingresos de sus negocios ejecutando 2 actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 22%. Por último, el 7% de los clientes diversifican ingresos de sus negocios ejecutando 3 o más actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 3%. Por tanto, suponiendo que tanto clientes como no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas evaluados se estima en: un 21% "menos" de negocios que no-diversificaban ingresos ejecutando más de una actividad económica; un 17% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando dos actividades económicas; y, un 4% "más" de negocios que diversifican ingresos a través de la ejecución de 3 o más actividades.

**Cuadro 2.3. Número de actividades ejecutadas por las unidades económicas de la muestra (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

Sólo 1 actividad económica	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	52%	75%	-23%
ONGs crediticias minimalistas	49%	66%	-17%
Fondos Financieros Privados	56%	79%	-23%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	62%	85%	-23%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>54%</b>	<b>75%</b>	<b>-21%</b>
2 actividades económicas	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	43%	23%	20%
ONGs crediticias minimalistas	44%	28%	16%
Fondos Financieros Privados	35%	18%	17%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	34%	15%	19%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>39%</b>	<b>22%</b>	<b>17%</b>
3 o más actividades económicas	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	5%	2%	3%
ONGs crediticias minimalistas	7%	6%	1%
Fondos Financieros Privados	9%	3%	6%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	4%	0%	4%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>7%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, PINRURAL.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, sobre la diversificación de ingresos de las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 23% "menos" de negocios que no diversificaban sus ingresos ejecutando más de una actividad económica; un 20% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando dos actividades; y un 3% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando tres o más actividades económicas. No obstante, en este último rango su impacto no es significativo.*

En el caso de estas ONGs, como muestra el Cuadro 2.3, el 52% de sus clientes no-diversifican ingresos de sus negocios ejecutando más de una actividad económica, mientras que, en los no clientes este porcentaje se eleva hasta 75%. Por otra parte, el 43% de sus clientes diversifican ingresos ejecutando 2 actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 23%. Por último, el 5% de sus clientes diversifican ingresos ejecutando 3 o más actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 2%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs se estima en: un 23% "menos" de negocios que no-diversificaban ingresos ejecutando más de una actividad económica; un 20% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 2 actividades; y, un 3% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando al menos 3 actividades económicas. No obstante, en este último rango su impacto no es significativo, debido a que la diferencia entre los resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas sobre la diversificación de ingresos de las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 17% "menos" de negocios que no diversificaban ingresos ejecutando más de una actividad económica; un 16% "más" de negocios que diversifican ingresos con 2 actividades; y, un 1% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 3 o más actividades económicas. No obstante, en este último rango el impacto no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias "minimalistas", como se aprecia en el Cuadro 2.3, el 49% de sus clientes no-diversifican los ingresos de sus negocios ejecutando más de una actividad económica, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva al 66%. Por otra parte, el 44% de los negocios de sus clientes diversifican ingresos con 2 actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 28%. Por último, el 7% de sus clientes diversifican ingresos ejecutando tres o más actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 6%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs

se estima en: un 17% "menos" de negocios que no-diversifican ingresos ejecutando más de 1 actividad económica; un 16% "mas" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 2 actividades; y, un 1% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 3 o más actividades. No obstante, su impacto sobre este último rango no es significativo, debido a que la diferencia entre los resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas, sobre la diversificación de ingresos de las unidades económicas de sus clientes se estima en: un 23% "menos" de negocios que no-diversifican ingresos con la ejecución de más de una actividad económica; un 17% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 2 actividades; y un 6% "mas" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 3 o más*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.3, el 56% de sus clientes no diversifican los ingresos de sus negocios ejecutando más de 1 actividad económica, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 79%. Por otra parte, el 35% de sus clientes diversifican ingresos de sus negocios ejecutando 2 actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 18%. Por último, el 9% de sus clientes diversifican ingresos de sus negocios ejecutando 3 o más actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 3%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 23% "menos" de negocios que no-diversificaban ingresos con más de 1 actividad económica; un 17% "más" de negocios que diversifican ingresos con 2 actividades; y, un 6% "más" de negocios que diversifican ingresos con 3 o más actividades.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de las CACs, sobre la diversificación de ingresos de las unidades económicas de sus clientes es: un 23% "menos" de negocios que no-diversifican ingresos con la ejecución de más de 1 actividad económica; un 19% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando dos actividades; y, un 4% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando al menos 3 actividades. No obstante, en este último rango el impacto no es significativo*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como evidencia el Cuadro 2.3, el 62% de sus clientes no diversifican los ingresos de sus negocios ejecutando más de 1 actividad económica, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 85%. Por otra parte, el 34% de los negocios de sus clientes sí diversifican ingresos ejecutando dos actividades, mientras que, en los no-

clientes este porcentaje no supera al 15%. Por último, el 4% de sus clientes diversifican ingresos ejecutando 3 o más actividades, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es nulo. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs se estima en: un 23% "menos" de negocios que no-diversificaban ingresos ejecutando más de una actividad económica; y, un 19% "mas" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 2 actividades; y un 4% "más" de negocios que diversifican ingresos ejecutando 3 o más actividades económicas. No obstante, en este último rango su impacto no es significativo, debido a que la diferencia entre resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

### **2.1.4 Impactos en la inversión en las unidades económica de los clientes**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados sobre la inversión en las unidades económicas de sus clientes, es: un 19% "menos" de negocios cuyo capital de trabajo no superaba el monto de 500 dólares; un 13% "más" de negocios que operan con un capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a cinco mil dólares; y, un 6% "más" de negocios cuyo monto de capital de trabajo se encuentra por encima de los cinco mil dólares*

Como se aprecia en el Cuadro 2.4, en promedio, el 47% de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, tienen negocios que operan con un capital de trabajo no mayor a 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 66%. Por otra parte, el 43% de los clientes tienen negocios cuyo capital de trabajo está comprendido en el rango de 501 a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 30%. Por último, el 10% de los clientes tienen negocios cuyo capital trabajo supera a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 4%. Por tanto, suponiendo que tanto clientes como no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas de microfinanzas evaluados se estima en: un 19% "menos" de negocios que operaban con capital de trabajo no mayor a 500 dólares; un 13% "más" de negocios que operan con un capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y, un 6% "más" de negocios operando con una capital de trabajo superior a 5.000 dólares.

**Cuadro 2.4. Monto del capital de trabajo de las unidades económicas de la muestra (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

Menor o igual a 500 dólares	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	65%	71%	-6%
ONGs crediticias minimalistas	49%	70%	-21%
Fondos Financieros Privados	33%	64%	-31%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	31%	36%	-5%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>47%</b>	<b>66%</b>	<b>-19%</b>
Promedio del agregado 501 a 5.000 dólares	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	3%	27%	6%
ONGs crediticias minimalistas	43%	25%	18%
Fondos Financieros Privados	51%	32%	19%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	31%	36%	19%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>47%</b>	<b>30%</b>	<b>-6%</b>
Mayor a 5.000 dólares	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	2%	2%	0%
ONGs crediticias minimalistas	8%	5%	3%
Fondos Financieros Privados	16%	4%	12%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	27%	16%	11%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FIVRURAL.

#### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias con servicios complementarios, sobre la inversión en los negocios de sus clientes, se estima en: un 6% "menos" de negocios cuyo capital de trabajo no superaba a 500 dólares; y un 6% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares. Su impacto sobre un capital de trabajo superior a 5.000 dólares no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.5, el 65% de sus clientes tienen negocios cuyo capital de trabajo no supera el monto de 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 71%. Por otra parte, el 33% de sus clientes tienen negocios que operan con un monto de capital de trabajo que cae dentro el rango de 501 a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 27%. Por último, el 2% de sus clientes tienen negocios cuyo capital de trabajo es superior a cinco mil dólares, porcentaje que es igual al evidenciado en los no-clientes. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs crediticias está estimado en: un 6% "menos" de negocios cuyo monto de capital de trabajo no sobrepasa a una inversión de 500 dólares; y, un 6% "más" de negocios cuyo capital de trabajo sobrepasa a una inversión de 500 dólares, pero no es superior a cinco mil dólares. Su impacto sobre niveles de capital de trabajo por encima de cinco mil dólares no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre resultados de clientes y no-clientes.

#### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas sobre la inversión en los negocios de sus clientes, se estima en: un 21% "menos" de negocios con un capital de trabajo no-mayor a 500 dólares; un 18% "más" de negocios con un capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y, un 3% "más" de negocios con un capital de trabajo mayor a 5.000 dólares. No obstante, en este último rango su impacto no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.4, el 49% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo no mayor a 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 70%. Por otra parte, el 43% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo de 501 y 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 25%. Por último, el 8% de los negocios de sus clientes tienen negocios cuyo capital de trabajo supera a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 5%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 21% "menos" de negocios cuyo capital de trabajo no superaba a 500 dólares; un 18% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y, un 3% "más" de negocios con capital de trabajo mayor 5.000 dólares. No obstante, su impacto en este último rango no es significativo, debido a que la diferencia entre los resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

#### **Impacto de las Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas, sobre los niveles de inversión en los negocios de sus clientes, se estima en: un 31% "menos" de negocios*

con capital de trabajo no-mayor a 500 dólares; un 19% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a cinco mil dólares; y un 12% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a cinco mil dólares.

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.4, el 33% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo no mayor a 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 64%. Por otra parte, el 51% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo valorado entre 501 y 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 32%. Por último, el 16% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo mayor a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 4%. Por tanto, el impacto atribuible a los FFPs es: un 31% "menos" de negocios cuyo capital de trabajo no era superior a 500 dólares; un 19% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y un 12% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a 5.000 dólares.

### Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

El impacto de las CACs de microfinanzas, sobre los niveles de inversión en las unidades económicas de sus clientes, se estima en: un 5% "menos" de negocios con capital de trabajo no-mayor a 500 dólares; un 6% "menos" de negocios con capital de trabajo por encima de 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y un 11% "más" de negocios con capital de trabajo mayor a cinco mil dólares. Su impacto sobre negocios con capital de trabajo menor a 5.000 dólares no es significativo.

En el caso de estas CACs, como muestra el Cuadro 2.4, el 31% de sus clientes tienen negocios cuyo capital de trabajo no es mayor a 500 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 36%. Por otra parte, el 42% de los negocios de sus clientes operan con un capital de trabajo valorado entre 501 y 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 48%. Por último, el 27% de sus clientes operan con un capital de trabajo mayor a 5.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 16%. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs se estima en: un 5% "menos" de negocios cuyo capital de trabajo no era superior a 500 dólares; un 6% "menos" de negocios con capital de trabajo mayor a 500 dólares, pero no superior a 5.000 dólares; y un 11% "más" de negocios con capital de trabajo superior a 5.000 dólares. No obstante, su impacto sobre niveles de capital de trabajo inferiores a 5.000 dólares no es significativo, debido a que la diferencia entre los resultados de clientes y no-clientes no es estadísticamente significativa.

## 3.1.5 Impactos en el ingreso de las unidades familiares de los clientes

### Impacto Agregado

El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluadas, sobre los ingresos de las unidades familiares de sus clientes, es, en promedio, un 12% "menos" de hogares cuyo ingreso mensual no superaba los 200 dólares; un 2% "más" de hogares con ingreso mensual mayor a 200 dólares, pero no superior a mil dólares; y un 10% "más" de hogares con ingreso mayor a mil dólares al mes.

Cuadro 2.5. Monto del ingreso familiar de los hogares de la muestra (resultados expresados en porcentaje sobre el total)

Iguales o menores a 200 dólares al mes	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	39%	55%	-16%
ONGs crediticias minimalistas	32%	57%	-25%
Fondos Financieros Privados	2%	3%	-1%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	3%	15%	-12%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>20%</b>	<b>32%</b>	<b>-12%</b>
Menor o igual a 500 dólares	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	58%	43%	-15%
ONGs crediticias minimalistas	60%	37%	-23%
Fondos Financieros Privados	33%	51%	-18%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	31%	52%	-21%
<b>Promedio Agregado</b>	<b>47%</b>	<b>45%</b>	<b>2%</b>
	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	3%	2%	1%
ONGs crediticias minimalistas	8%	6%	2%
Fondos Financieros Privados	65%	46%	19%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	66%	33%	33%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>33%</b>	<b>23%</b>	<b>10%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

Como se aprecia en el Cuadro 2.5, en promedio, el 20% de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, tienen hogares cuyos ingresos mensuales no superan los 200 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta 32%. Por otra parte, el 47% de los clientes tienen hogares cuyos ingresos mensuales caen en el rango de 201 a 1.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 45%. Por último, el 33% de los hogares de los clientes generan ingresos superiores a mil dólares por mes, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 23%. Por tanto, suponiendo que clientes y no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas de microfinanzas evaluados se estima en: un 12% "menos" de hogares cuyos ingresos no sobrepasaban a los 200 dólares por mes; un 2% "más" de hogares cuyos ingresos mensuales son mayores a 200 dólares, pero no superan a los mil dólares; y, un 10% "más" de hogares con ingresos que sobrepasan el equivalente a mil dólares mensuales.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, sobre los ingresos de las unidades familiares de sus clientes, se estima en: un 16% "menos" de hogares cuyos ingresos no eran mayores a 200 dólares mensuales; un 15% "más" de hogares con ingresos mensuales mayores a 200 dólares, pero no superiores a 1.000 dólares, y, un 1% "más" de hogares con ingresos mayores a 1.000 dólares por mes. No obstante, en este último rango el impacto no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.5, el 39% de los hogares de sus clientes generan ingresos que no superan a los 200 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 55%. Por otra parte, el 58% de los hogares de sus clientes generan ingresos que caen dentro el rango de 201 a mil dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 43%. Por último, el 3% de los hogares de sus clientes generan ingresos mayores a mil dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje es de sólo 2%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs se estima en: un 16% "menos" de hogares cuyos ingresos no superaban el monto de 200 dólares mensuales; un 15% "más" de hogares con ingresos mensuales superiores a 200 dólares, pero no mayores a mil dólares; y, un 1% "más" de hogares con ingresos por encima de los mil dólares mensuales. No obstante, su impacto sobre este último rango de ingresos familiares no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de los clientes y los no-clientes de estas entidades.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto que las ONGs crediticias minimalistas generan sobre los ingresos de las unidades familiares de sus clientes, se estima en: un 23% "menos" de hogares cuyos ingresos no superaban a 200 dólares mensuales; un 23% "más" de hogares con ingresos mayores a 200 dólares, pero no superiores a mil dólares; y, un 2% "más" de hogares con ingresos mayores a mil dólares mensuales. No obstante, en este último rango el impacto no es significativo.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.5, el 32% de los hogares de sus clientes tienen ingresos que no superan los 200 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 57%. Por otra parte, el 60% de los hogares de sus clientes generan ingresos mensuales que caen en el rango de 201 a 1.000 dólares, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no supera al 37%. Por último, el 8% de los hogares de sus clientes generan un ingreso que es superior a mil dólares mensuales, mientras que, en el caso de los no-clientes este porcentaje es de sólo 6%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs se estima en: un 25% "menos" de hogares cuyos ingresos no lograban superar a los 200 dólares mensuales; un 23% "más" de hogares con ingresos mensuales superiores a 200 dólares, pero no mayores a mil dólares; y un 2% "más" de hogares con ingresos por encima de mil dólares por mes. No obstante, su impacto sobre este último rango de ingresos no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de clientes y no-clientes.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto que los FFPs de microfinanzas generan sobre los ingresos de los hogares de sus clientes, se estima en: un 1% "menos" de hogares cuyos ingresos no lograban sobrepasar a 200 dólares por mensuales; un 18% "menos" de hogares con ingreso mensual mayor a 200 dólares, pero no superior a 1.000 dólares; y, un 19% "más" de hogares con ingresos mayores a 1.000 dólares mensuales. No obstante, su impacto en hogares con ingreso no-mayor a 200 dólares no es significativo.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.5, el 2% de los hogares de sus clientes generan ingresos que no son superiores a 200 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 3%. Por otra parte, el 33% de los hogares de sus clientes generan ingresos mensuales comprendidos en 201 y 1.000 dólares, mientras que, en el caso de los no-clientes este porcentaje alcanza al 51%. Por último, el 65% de los hogares de sus clientes generan ingresos mayores a 1.000 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes es porcentaje es de sólo 46%. Por tanto el

impacto atribuible a estos FFPs es: un 1% "menos" de hogares cuyos ingresos no lograban superar a los 200 dólares mensuales; un 18% "menos" de hogares cuyos ingresos no superaban los mil dólares mensuales; y, un 19% "más" de hogares con ingresos mayores a mil dólares por mes. No obstante, su impacto sobre los hogares con ingresos de hasta 200 dólares mensuales no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de sus clientes y no-clientes.

### Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

*El impacto que los CACs de microfinanzas generan sobre los ingresos de los hogares de sus clientes se estima en: un 12% "menos" de hogares cuyos ingresos no lograban sobrepasar a 200 dólares por mensuales; un 21% "menos" de hogares con ingreso mensual mayor a 200 dólares, pero no superior a 1,000 dólares; y, un 33% "más" de hogares con ingresos mayores a 1,000 dólares mensuales.*

En el caso de los CACs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.5, el 3% de los hogares de sus clientes generan ingresos que no son superiores a 200 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes este porcentaje se eleva hasta el 15%. Por otra parte, el 31% de los hogares de sus clientes generan ingresos mensuales comprendidos en 201 y 1,000 dólares, mientras que, en el caso de los no-clientes este porcentaje alcanza al 52%. Por último, el 66% de los hogares de sus clientes generan ingresos mayores a 1,000 dólares mensuales, mientras que, en los no-clientes es porcentaje es de sólo 33%. Por tanto el impacto atribuible a estos FFPs es: un 12% "menos" de hogares cuyos ingresos no lograban superar a los 200 dólares mensuales; un 21% "menos" de hogares cuyos ingresos no superaban los mil dólares mensuales; y, un 33% "más" de hogares con ingresos mayores a mil dólares por mes.

## 2.2 IMPACTOS SOCIALES

En las siguientes secciones se presentan los resultados hallados en cuantos a los impactos sociales agregados de los ocho programas de microfinanzas evaluados considerando las siguientes 3 áreas:

- Seguridad Alimentaria de las unidades familiares de los clientes.
- Salud en Prevención de Salud de las unidades familiares de los clientes.
- Vivienda en las unidades familiares de los clientes.

Las principales conclusiones serán destacadas en recuadros.

## 2.2.1 Impactos en la seguridad alimentaria de las unidades familiares de los clientes

### Impacto Agregado

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre la seguridad alimentaria de los hogares de sus clientes, es, en promedio, un 10% "más" de hogares que en el último año no experimentaron periodos de escasez de alimentos.*

Como se aprecia en el Cuadro 2.6, en promedio, el 70% de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, no-experimentaron periodos de escasez de alimentos en el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no superó al 60%. Por tanto, suponiendo que tanto clientes como no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas evaluados es, en promedio, un 10% "más" de hogares que en el último año no-enfrentaron periodos de inseguridad alimentaria.

**Cuadro 2.6. Hogares que en el último año no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	65%	56%	9%
ONGs crediticias minimalistas	69%	62%	7%
Fondos Financieros Privados	74%	62%	12%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	79%	64%	15%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>70%</b>	<b>60%</b>	<b>10%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

### Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios sobre la seguridad alimentaria de los hogares de sus clientes se estima en: un 9% "más" de hogares que en el último año no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.6, el 65% de sus clientes no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos durante el último año, mientras que, en los no-clientes

este porcentaje no sobrepasó al 56%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 9% "más" de hogares que en el último año no llegaron a experimentar periodos de inseguridad alimentaria.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas, sobre la seguridad alimentaria de las unidades familiares de sus clientes, se estima en: un 7% "más" de hogares que en el último año no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.6, el 69% de sus clientes no enfrentaron periodos de escasez de alimentos en el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 62%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 7% "más" de hogares que en el último año no llegaron a experimentar periodos de inseguridad alimentaria.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs, sobre la seguridad alimentaria de los hogares de sus clientes, se estima en: un 12% "más" de hogares que durante el último año no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.6, el 74% de sus clientes no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 62%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 12% "más" de hogares que durante el último año no llegaron a experimentar periodos de inseguridad alimentaria.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de las CACs, sobre la seguridad alimentaria de los hogares de sus clientes, se estima en: un 15% "más" de hogares que en el último año no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos.*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.6, el 79% de sus clientes no-enfrentaron periodos de escasez de alimentos durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 64%. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs es: un 15% "más" de hogares que durante el último año no llegaron a experimentar periodos de inseguridad alimentaria.

## **2.2.2 Impactos en las prácticas de prevención de salud de las unidades familiares de los clientes**

### **Impacto Agregado**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados sobre la prevención de la salud de los hogares de sus clientes, es, en promedio, un 4% "más" de hogares donde todos sus miembros menores de edad reciben controles médicos de salud.*

Como se aprecia en el Cuadro 2.7, en promedio, en el 46% de hogares de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, durante el último año todos los miembros menores de edad recibieron algún control médico de salud. En el caso de los no-clientes este porcentaje no superó al 43%. Por tanto, suponiendo que tanto clientes como no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas de microfinanzas evaluados es, en promedio, un 4% "más" de hogares que realizan controles médicos de salud a sus miembros menores de edad.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios sobre la prevención de la salud de los hogares de sus clientes, se estima en: un 7% "más" de hogares donde todos sus miembros menores de edad reciben controles médicos de salud.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.7, en el 53% de los hogares de sus clientes, en el último año todos los miembros menores de edad recibieron algún control médico de salud. En los no-clientes este porcentaje no superó al 46%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs se estima en: un 7% "más" de hogares donde se realizan controles médicos de salud a sus miembros menores de edad.

**Cuadro 2.7. Hogares donde en el último año al menos un menor de edad no recibió un control médico de salud (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

Al menos un menor no asistió	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	53%	46%	7%
ONGs crediticias minimalistas	42%	38%	4%
Fondos Financieros Privados	42%	41%	1%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	41%	40%	1%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>46%</b>	<b>42%</b>	<b>4%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINDERURAL.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas, sobre la prevención de la salud de los hogares de sus clientes, se estima en: un 4% "más" de hogares donde todos sus miembros menores de edad reciben controles médicos de salud.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.7, en el 42% de los hogares de sus clientes, en el último año todos los miembros menores de edad recibieron algún control médico de salud. En los no-clientes este porcentaje no superó al 38%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs se estima en: un 4% "más" de hogares donde se realizan controles médicos de salud a sus miembros menores de edad.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados y las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de los FFPs y las CACs de microfinanzas, sobre la prevención de la salud de los hogares de sus clientes, se estima en: un 1% "más" de hogares donde todos sus miembros menores de edad reciben controles médicos de salud. No obstante, su impacto no es significativo.*

Como muestra el Cuadro 2.7, en el 42% de las unidades familiares de clientes de los FFPs, en el último año todos sus miembros menores de edad recibieron algún control médico de salud. En el caso de los no-clientes de FFPs el porcentaje fue similar, igualando al 41%. Por su parte, en el 41% de los hogares de clientes de los CACs, durante el último año todos los miembros menores de edad recibieron algún control médico de salud. En el caso de los no-clientes de CACs, este porcentaje fue similar registrando un 40%. Por tanto, el impacto atribuible a los programas de estas entidades de microfinanzas se estima en: un 1% "más" de hogares donde se realizan controles médicos de salud a sus miembros menores de edad. No obstante, su impacto sobre este indicador no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de sus clientes y no-clientes.

### **2.2.3 Impactos en las condiciones de vivienda de las unidades familiares de los clientes**

#### **Impacto Agregado**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientes, es, en promedio, un 11% "más" de hogares que en el último año mejoraron su vivienda a través de refacciones y/o ampliaciones.*

**Cuadro 2.8. Hogares donde en el último año se realizaron refacciones de vivienda (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	34%	27%	7%
ONGs crediticias minimalistas	44%	33%	11%
Fondos Financieros Privados	33%	19%	14%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	32%	21%	11%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>35%</b>	<b>24%</b>	<b>11%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

Como se aprecia en el Cuadro 2.8, en promedio, el 35% de los hogares de clientes de los ocho programas de microfinanzas evaluados, realizaron refacciones y/o ampliaciones de su vivienda durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no superó al 24%. Por tanto, suponiendo que tanto clientes como no-clientes han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas evaluados es, en promedio, un 11% "más" de hogares que en el último año mejoraron las condiciones de su vivienda.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios sobre las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientes, se estima en: un 7% "más" de hogares que en el último año mejoraron su vivienda a través de refacciones y ampliaciones.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.8, el 34% de los hogares de sus clientes realizaron refacciones y/o ampliaciones a su vivienda durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 27%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 7% "más" de hogares que en el último año mejoraron las condiciones de su vivienda.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas sobre las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientes, se estima en: un 11% "más" de hogares que en el último año mejoraron su vivienda a través de refacciones y ampliaciones.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.8, el 44% de los hogares de sus clientes realizaron refacciones y/o ampliaciones a su vivienda durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 33%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 7% "más" de hogares que durante el último año mejoraron las condiciones de su vivienda.

#### Impacto de los Fondos Financieros Privados

*El impacto de los FFPs de microfinanzas sobre las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientes, se estima en: un 14% "más" de hogares que en el último año mejoraron su vivienda a través de refacciones y ampliaciones.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.8, el 33% de los hogares de sus clientes realizaron refacciones y/o ampliaciones a su vivienda durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 19%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 14% "más" de hogares que durante el último año mejoraron las condiciones de su vivienda.

#### Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito

*El impacto de las CACs de microfinanzas sobre las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientes, se estima en: un 11% "más" de hogares que en el último año mejoraron su vivienda a través de refacciones y ampliaciones.*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.8, el 32% de los hogares de sus clientes realizaron refacciones y/o ampliaciones a su vivienda durante el último año, mientras que, en los no-clientes este porcentaje no sobrepasó al 21%. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs es: un 11% "más" de hogares que durante el último año mejoraron las condiciones de su vivienda.

### 2.3 IMPACTOS EN EMPODERAMIENTO DE MUJERES

En las siguientes secciones se presentan los resultados hallados en cuantos a los impactos agregados de los ocho programas de microfinanzas evaluados sobre el empoderamiento de sus clientas mujeres, considerando las siguientes 2 áreas.

- Autoestima de clientas mujeres.
- Habilidades empresariales en clientas mujeres.

Las principales conclusiones serán destacadas en recuadros.

### 2.3.1 Impactos en la autoestima de las clientas mujeres

#### Impacto Agregado

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre la autoestima de sus clientas mujeres, medida en términos de su participación social, es, en promedio, un 13% "más" de mujeres que participan activamente en organizaciones sociales.*

Como se aprecia en el Cuadro 2.9, en promedio, el 33% de las clientas mujeres de los ocho programas de microfinanzas evaluados, admiten tener una participación activa en organizaciones sociales, mientras que, en las mujeres no-clientas este porcentaje no superó al 20%. Por tanto, suponiendo que tanto clientas como no-clientas han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas evaluados es, en promedio, un 13% "más" de mujeres con mayores niveles de autoestima, medidos a través de participación activa en organizaciones sociales.

**Cuadro 2.9. Mujeres que participan activamente en organizaciones sociales (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	44%	22%	22%
ONGs crediticias minimalistas	41%	25%	16%
Fondos Financieros Privados	21%	15%	6%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	24%	24%	0%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>33%</b>	<b>20%</b>	<b>13%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, PNUROL.

#### Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, sobre la autoestima de sus clientas mujeres, medida en términos de su participación social, se estima en: un 22% "más" de mujeres que participan activamente en organizaciones sociales.*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como muestra el Cuadro 2.9, el 44% de sus clientas mujeres participan activamente en organizaciones sociales, independientes de su banco u asociación comunal, mientras que, en los no-clientas este porcentaje no sobrepasa al 22%. Por

tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 22% "más" de mujeres con mayores niveles de autoestima, medidos en términos de su participación activa en organizaciones sociales.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas, sobre la autoestima de sus clientas mujeres, medida en términos de su participación social, se estima en: un 16% "más" de mujeres que participan activamente en organizaciones sociales.*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como muestra el Cuadro 2.9, el 41% de sus clientas mujeres participan activamente en organizaciones sociales, mientras que, en los no-clientas este porcentaje no sobrepasa al 25%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 16% "más" de mujeres con mayores niveles de autoestima, medidos a través de su participación activa en organizaciones sociales.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas, sobre la autoestima de sus clientas mujeres, medida en términos de su participación social, se estima en: un 6% "más" de mujeres que participan activamente en organizaciones sociales.*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.9, el 24% de sus clientas mujeres participan activamente en organizaciones sociales, mientras que, en los no-clientas el porcentaje no supera al 15%. Por tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 6% "más" de mujeres con mayores niveles de autoestima, medidos en términos de su participación activa en organizaciones sociales.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*No se evidenciaron impactos de las CACs de microfinanzas sobre los niveles de autoestima de sus clientas mujeres, medidos en términos de su participación activa en organizaciones sociales.*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como muestra el Cuadro 2.9, el 24% de sus clientas mujeres participan activamente en organizaciones sociales. En las mujeres no-clientas el porcentaje es el mismo. Por tanto, el impacto de las CACs sobre este indicador de la autoestima de mujeres no es significativo, debido a la inexistencia de diferencias estadísticamente significativas entre los resultados de sus clientas y no-clientas.

## **2.3.2 Impactos en las habilidades empresariales de las clientas mujeres**

### **Impacto Agregado**

*El impacto agregado de los ocho programas de microfinanzas evaluados, sobre las habilidades empresariales de sus clientas mujeres, medidas en términos de sus hábitos en el manejo de los recursos de sus unidades económicas, es, en promedio, un 13% "más" de mujeres con hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus negocios.*

Como se aprecia en el Cuadro 2.10, en promedio, el 36% de las clientas mujeres de los ocho programas de microfinanzas evaluados, admiten tener el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus actividades económicas. En el caso de las mujeres no-clientas, este porcentaje no supera al 23%. Por tanto, suponiendo que tanto las clientas como las no-clientas han estado expuestos a las mismas variables, exceptuando a la variable servicios de entidades microfinancieras, el impacto atribuible a los programas evaluados es, en promedio, un 13% "más" de mujeres con mejores habilidades empresariales, mediadas por el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus unidades económicas.

**Cuadro 2.10 Mujeres con hábito de realizar registros contables de su actividad económica (resultados expresados en porcentaje sobre el total)**

	CLIENTES	NO CLIENTES	DIFERENCIA
ONGs crediticias y de servicios complementarios	40%	24%	16%
ONGs crediticias minimalistas	27%	21%	6%
Fondos Financieros Privados	37%	23%	14%
Cooperativas de Ahorro y Crédito	36%	20%	16%
<b>Promedio del agregado</b>	<b>36%</b>	<b>23%</b>	<b>13%</b>

Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

### **Impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, sobre las habilidades empresariales de sus clientas mujeres, medidas en términos de sus hábitos en el manejo de los recursos de sus unidades económicas, se estima en: un 16% "más" de mujeres con hábito de*

*realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus negocios*

En el caso de las ONGs crediticias-con servicios complementarios, como se aprecia en el Cuadro 2.10, el 40% de sus clientas mujeres admiten tener el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su actividad económica. En las mujeres no-clientes, este porcentaje no supera al 24%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es, en promedio, un 16% "más" de mujeres con mejores habilidades empresariales, mediadas por el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su negocio.

### **Impacto de las ONGs crediticias-sin servicios complementarios**

*El impacto de las ONGs crediticias minimalistas, sobre las habilidades empresariales de sus clientas mujeres, medidas en términos de sus hábitos en el manejo de los recursos de sus unidades económicas, se estima en: un 6% "más" de mujeres con hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus actividades económicas*

En el caso de las ONGs crediticias minimalistas, como se aprecia en el Cuadro 2.10, el 27% de sus clientas mujeres admiten tener el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su actividad económica. En las mujeres no-clientes, este porcentaje no supera al 21%. Por tanto, el impacto atribuible a estas ONGs es: un 6% "más" de mujeres con mejores habilidades empresariales, mediadas por el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su negocio.

### **Impacto de los Fondos Financieros Privados**

*El impacto de los FFPs de microfinanzas, sobre las habilidades empresariales de sus clientas mujeres, medidas en términos de sus hábitos en el manejo de los recursos de sus unidades económicas, se estima en: un 14% "más" de mujeres con hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus actividades económicas*

En el caso de los FFPs de microfinanzas, como se aprecia en el Cuadro 2.10, el 37% de sus clientas mujeres admiten tener el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su actividad económica. En las mujeres no-clientes, este porcentaje no supera al 23%. Por

tanto, el impacto atribuible a estos FFPs es: un 14% "más" de mujeres con mejores habilidades empresariales, mediadas por el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su negocio.

### **Impacto de las Cooperativas de Ahorro y Crédito**

*El impacto de las CACs de microfinanzas, sobre las habilidades empresariales de sus clientas mujeres, medidas en términos de sus hábitos en el manejo de los recursos de sus unidades económicas, se estima en: un 16% "más" de mujeres con hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de sus actividades económicas*

En el caso de las CACs de microfinanzas, como se aprecia en el Cuadro 2.10, el 36% de sus clientas mujeres admiten tener el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su actividad económica. En las mujeres no-clientes, este porcentaje no supera al 20%. Por tanto, el impacto atribuible a estas CACs es: un 16% "más" de mujeres con mejores habilidades empresariales, mediadas por el hábito de realizar registros contables, por lo menos básicos, del movimiento financiero de su negocio.

### **2.4 EVALUACIÓN SOCIOLÓGICA DE LOS IMPACTOS AGREGADOS**

El trabajo que se desarrolla a continuación tuvo como objetivo principal el analizar el impacto de los servicios financieros de CRECER, DIACONIA, ECOFUTURO, FADES, FIE, PROMUJER y de las cooperativas de ahorro y crédito COMARAPA y TRINIDAD.

Para lograr el objetivo mencionado, se revisaron entre 15 y 21 entrevistas por institución, realizadas con anterioridad a este trabajo entre clientes antiguos y con facilidad de palabra. El análisis de la percepción de los clientes acerca de los cambios producidos en su vida durante la etapa de relacionamiento con la institución de microfinanzas crédito fue realizado con ayuda un sencillo esquema sociológico que sirvió de herramienta para descubrir. Así descubrimos cambios en las formas de participación de los clientes en la sociedad en tanto integrantes de una familia y de otros grupos sociales de su entorno y como integrantes de un determinado estrato social; cambios en sus valores, motivaciones y acciones y, finalmente, el impacto de las instituciones de micro-crédito sobre los clientes en tanto partícipes de procesos orientados al cambio social guiados por las percepciones institucionales de desarrollo.

Al esquema sociológico resumido en el párrafo anterior, se adaptaron variables e indicadores que ya habían sido seleccionados para medir el impacto social desde una perspectiva económica y se los matizó con algunas variables e indicadores de denominado Marco de Desarrollo de Base, obteniendo como

resultado metodológico una mayor precisión en las variables e indicadores que se relacionan con los impactos sociales intangibles.

El detalle de los supuestos, categorías, niveles de evaluación, variables e indicadores utilizados en el presente análisis figuran en el acápite correspondiente a metodología. Por esta razón a continuación se describen únicamente las conclusiones a las que se llegó como resultado del mencionado trabajo. Cada una de las conclusiones es reafirmada por un conjunto frases. De esta forma las palabras de las historias de vida se convierten en datos cualitativos.

#### 2.4.1 Impactos en la pertenencia a grupos sociales

Los prestatarios pertenecen a varios grupos sociales. El primero de ellos es la familia, nuclear o extendida, de estructura patriarcal o dirigida por uno solo de los padres, generalmente la mujer. El crédito genera una motivación sobre los jefes de familia, especialmente sobre las madres: sacar adelante a la familia, motivación que incrementa el grado de cohesión familiar. Las familias que sienten que avanzan comparten los esfuerzos económicos, mientras que una situación económica contraria genera con mayor facilidad tendencias a la desintegración.

*Testimonio de una cliente de FIE: "Mi marido da pasajes a los chicos para que vayan a la universidad. Yo me encargo de la alimentación"*

Las entidades de microfinanzas que brindan capacitación y que agrupan a sus clientes para créditos solidarios forman grupos sociales a través de los cuales las clientas adquieren un conjunto de normas y valores que les identifican con las normas y valores de la institución de la que forman parte. Así mismo, estos grupos sociales generan espacios de alivio a la tensión social, producto de los problemas cotidianos relacionados con la pobreza, la soledad e incluso la violencia doméstica.

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Nos encontramos todas los viernes y hablamos de todo entre las compañeras. Es un modo de salir... a veces una está con la cabeza bien llena, y aquí uno despeja la mente. Eso es bueno"*

*Testimonio de una cliente de PRO MUJER: "El aphanhi me gusta me gusta porque todas compartimos juntos, comemos y hablamos, reímos y jugamos"*

Resueltas las necesidades básicas, las de seguridad, muchos clientes buscan afiliación o reafirman su afán de participar en organizaciones de su entorno inmediato (junta de vecinos, directiva de padres de familia o gremios sin que esta participación se traduzca aún en una presencia activa en instituciones cívicas o políticas o que implique alto desarrollo de conciencia social.

Una dirigente del gremio de comerciantes, clienta de FIE, refleja como se cuenta ser dirigente: "Yo salía y todas detrás de mí". A la hora de definir que es participar la misma persona describe su percepción: "El sindicato es cuando vamos que ir a una marcha, cuando tenemos un conflicto entre las socias"

Sin embargo, entre los clientes de las Cooperativas Trinidad y Comarapa, se percibe con mayor frecuencia intentos por explicar sus éxitos y contratiempos analizando el contexto social del que forman parte.

Si bien el acceso al crédito se convierte en un impulso a la participación y al liderazgo, tiene un efecto contrario cuando el éxito económico es perseguido a través de jornadas de trabajo prologadas.

*Testimonio de una cliente de ECO Futuro: "No tengo tiempo para salir como de la tienda... esas cosas (participar en organizaciones) es para tiempo"*

*Testimonio de un cliente de Cooperativa Comarapa: "No me gustan esas directivas porque yo salgo de mi trabajo a mi casa cansado"*

#### 2.4.2 Impactos en el cumplimiento de roles

Los impactos de los programas de microfinanzas también pueden percibirse en los cambios que se presentan en el cumplimiento de roles.

Por ejemplo, los clientes que desarrollan una actividad económica que les genera ingresos insuficientes, suelen complementarlos con otras actividades económicas, generando una compleja estrategia de sobrevivencia, situación que se percibe especialmente en los testimonios de clientes del área rural. En cambio los clientes que han encontrado una actividad económica exitosa centran sus esfuerzos personales y familiares en ella, brindándole dedicación exclusiva a través de jornadas laborales de alrededor de 16 horas diarias.

En el análisis efectuado también se descubre la adopción de nuevos roles como defensa frente la discriminación laboral o el desempleo. Una cliente de CRECER explica así el origen de su actual actividad económica: "Trabajaba en un laboratorio. Después ya no porque más que todo buscan varones"

Cuando la mujer se incorpora al trabajo adopta un nuevo rol en detrimento de roles tradicionales que son transferidos a las hijas.

*Testimonio de una cliente de FIE: "Ahorita ellos están solitos. Claro mi hija mayor le hace hacer la tarea a mi hijito"*

*Testimonio de una cliente de ECO Futuro: "Una (de mis hijas) tiene que asear la cocina... la otra también está vendiendo fichas, la otra tiene que ver a las tres pequeñas..."*

Entre las mujeres que participan en programas de microfinanzas que involucran servicios de capacitación, se abre la posibilidad de cambios en las

expectativas de rol, por ejemplo entre las madres que se capacitan en temas de salud.

Los cambios que se generan en las mujeres que mantiene un espacio laboral con ayuda del micro-crédito producen a su vez conflicto de roles, por ejemplo: mujeres que son jefes del hogar cuando se espera que dicho rol sea para el esposo.

Una clienta de FIE que admite que dirige su hogar se plantea la siguiente reflexión: "pese a que no debe ser así, como dice (la Biblia): Dios es la cabeza del hombre y el hombre es la cabeza de la mujer. (Pero) mi esposo es muy dejado en esas cosas".

Como uno de los resultados de este conjunto de cambios en el cumplimiento de roles, se presenta reactivado el problema de la doble jornada, percibida por las clientas simplemente como "cansancio" debido al trabajo, cansancio paliado por niñas que a su vez estudian y ayudan en las labores de casa.

*Testimonio de una clienta de ECO Futuro: "tengo tantos niños también. A veces me duele mi espalda. A veces no puedo lavar ropa, pero mis hijos me ayudan. A veces les digo: Yo no voy a cocinar"*

#### 2.4.3 Impactos en los valores y las actitudes

Las historias de vida reflejan un conjunto de valores que son adquiridos a través de la capacitación, en el caso de las instituciones que brindan este servicio. Estos valores generan empatía con los valores y normas de la entidad que las acoge, es decir, generan conformidad social. Los valores vigentes en el ámbito de su actividad económica son el trabajo, la responsabilidad y el dinero. Las actitudes promovidas por esos valores se traducen en planes centrados en el bienestar de los hijos y en censura a quienes incumplen con las normas del crédito.

*Testimonio de un cliente de FIE: "Hay pensivos que sacan su crédito y se compran otras cosas... pasan fiestas... la gente no dice siempre la verdad"*

Esto no significa que las instituciones de microfinanzas que no brindan servicios educativos estén al margen del impacto en valores y actitudes, pues en los testimonios se percibe que de alguna manera lo hacen a través de su normatividad.

Obviamente no todos los valores funcionales con los objetivos del micro-crédito provienen de la relación cliente-institución, ya que aquellos pueden ser resultado de otros factores que intervienen en el proceso de socialización como la adscripción religiosa y otros factores a veces pasados por alto.

*Testimonio de un cliente de Cooperativa Comarapa: "el cuartel es muy masculino para el hombre. En el cuartel me decía el comandante: un hombre debe ser responsable de los hijos, un hombre debe ser responsable de su mujer... responsable de sus cosas... de su crédito, pero menos hablar y no ser vicioso"*

#### 2.4.4 Impactos en la movilidad social

Si efectuamos un análisis del impacto de la participación en programas de microfinanzas sobre varios de los escalones que es posible recorrer en un proceso de movilidad social vemos que el micro-crédito poco puede hacer en los casos de crisis económica personal profunda. Pero existen casos en los cuales se percibe como la pauperización es paliada por el micro-crédito cuando se lo aplica para pagar deudas antiguas, para enfrentar el difícil acceso a los alimentos, cambiar de pueblo o ciudad y/o iniciar un negocio nuevo.

La participación en el programa de microfinanzas permite la inserción de los migrantes en una nueva actividad económica en el nuevo hábitat:

*Testimonio de una clienta de CRECER: "Tengo una cuñada que no tiene ni cien bolivianos. De Yacuiba ha llegado y no tiene ni para refresco, ahí le van a dar 500 bolivianos"*

Brinda opción de trabajo en artesanía y servicios a quienes fueron desplazados de otros ámbitos laborales: obreros, mineros y profesionales:

*Testimonio de una clienta de FIE: "Cuando me he casado yo siempre trabajaba... y en las noches estudiaba contabilidad... Me he graduado. No he podido conseguir trabajo de secretaria y entonces he vuelto a la confección"*

La participación en el programa de microfinanzas genera cambios donde nada parece cambiar en términos de movilidad social, es decir, evita el descenso social cuando no es posible ascender.

Genera alternativas de empleo a hijos adultos siguen dependiendo del hogar paterno como empleados de la unidad económica familiar

Brinda estabilidad social y económica:

*Testimonio de una clienta de FIE: "yo no estoy tan preocupada pensando. Por ahí mañana no voy a tener"*

Pero cuando se vislumbra un futuro personal mejor, promueve la adquisición de símbolos de status vinculados con la identidad cultural:

*Testimonio de una clienta de ECO Futuro: "A veces voy folklórica. Me gusta irme a divertir. Este año en Chacaboya marinada me fui a bailar. Pienso ir a Urkupiña porque mi comadre está pasando preste allá"*

Y promueve expectativas crecientes en torno al status que se desea adquirir:

*Testimonio de una cliente de ECO Futuro: Mis hijos se llaman Michael, Jonathan, July y Estefani. Me casé hace tres años recién. Mis hijas me han exigido: Mamá, cómo no te vas a casar... Me casé de blanco*

Muchas veces el ascenso social no se vislumbra en un futuro cercano. Los clientes que se desenvuelven en ese contexto se apoyan en el microcrédito para satisfacer expectativas crecientes en relación un mejor futuro a ser logrado a través de la educación superior de los hijos.

*Testimonio de un cliente de DIACONIA-FRIF: "Los hijos tienen que ser mejores que el papá"*

Pero mientras se logra el objetivo mayor, el microcrédito genera expectativas crecientes con relación a los artículos de consumo y a las condiciones de vida y trabajo:

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Comprarme cosas, una mesa, un living, y lo primordial, la casa, sueño con una casa..." (Madre sola de Oruro, con una hija de 4 años. Vive en una habitación alquilada)*

*Testimonio de una cliente de FADES: "Ahora ya quiero subir. No quiero ser portera. Hay un puesto de niñera. Ahí quiero ayudar. En el Lincoln estoy estudiando secretariado" (Joven madre de 4 hijos en Uyuni. El esposo migró a Chile y no volvió. Cria ovejas y tiene un quosco en la puerta de un colegio).*

El sistema de microcrédito también cuenta con clientes que han logrado mejorar sus condiciones de vida y cambiar su status con ayuda de sus iniciativas empresariales.

Toda esta gama de posibilidades se presenta porque los clientes de las instituciones de micro-crédito, pese a que tienen una población objetivo, cuentan con grupos de prestatarios con rasgos de diferenciación social interna (no todos los clientes son iguales). En las historias de vida de FADES algunos de los protagonistas eran, por ejemplo, un subocupado que logra paliar la enfermedad y el hambre; una profesional de clase media dependiente de los padres que van generando su independencia económica y un dueño de dos pequeñas fábricas con alta racionalidad empresarial.

#### 2.4.5 Impactos en el cambio de las pautas de consumo

El impacto positivo del crédito se percibe en el cambio gradual de las pautas de consumo a partir de las necesidades básicas: alimentación > vestimenta > equipos electrónicos de comunicación > electrodomésticos > muebles para

la vivienda. Las mejoras en la alimentación o los cambios en las pautas de consumo en relación a la ropa o a los equipos de comunicación, según el estrato social de pertenencia, se percibe en las declaraciones de estas tres personas.

*Testimonio de una cliente de DIACONIA-FRIF: "Antes solo comíamos papa y día por medio, segundo. Después ha mejorado la alimentación"*

*Testimonio de un cliente de FIE: "Los hijos son más exigentes en su ropa"*

*Testimonio de un cliente de FIE: "Todos tenemos celulares"*

#### 2.4.6 Impactos en la racionalidad empresarial

Los servicios de capacitación desarrollan destrezas en gestión: generación de ahorro, manejo separado del capital y la canasta familiar, reducción de costos e incremento de ganancias:

*Testimonio de una cliente de PRO MUJER: "a un lado para mi cocina, a un lado para pagar"*

*Testimonio de un cliente de CRECER: "Antes no mirábamos el cuaderno, pero nos olvidábamos casi leer (y) multiplicar. Y al entrar al banco con eso nos ayudamos"*

En general la participación en el programa de microfinanzas promueve la diversificación de la actividad empresarial, la reinversión e incorporación del trabajo remunerado, es decir, contribuye al desarrollo de una racionalidad empresarial.

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Vuelvo a comprar cosas y esas cosas traen nuevas ganancias, y esas ganancias lo vuelvo a invertir y otra vez voy incorporando al capital"*

*Testimonio de un cliente de Cooperativa Trinidad: "Este rubro de la mecánica genera más que cualquier otra cosa... a mí me ha generado dinero y yo he generado empleo"*

Pero también interviene en la gestación de lógicas empresariales adaptadas a contextos muy diversos: Por ejemplo, se suma a los recursos generados en el ámbito rural para apoyar el desarrollo de una actividad en el medio urbano:

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Tenemos un pedacito de terreno que nosotros damos a otra persona y él se encarga de sembrar, papa, haba y otras cosas más, cuando ya está listo el producto, es mitad para vos y mitad para mí"*

Sobre todo en el caso de las Cooperativas COMARAPA y TRINIDAD, impulsa el desarrollo de unidades económicas orientadas al mercado en el medio rural. En sencillas palabras un cliente de COMAPARA describe un proceso no tan simple movilidad social dentro de una estructura agraria: "Me iba donde un patrón. Ahí me daba él la tierra, me daba semilla... insecticida y yo mi valor daba o sea mi fuerza, mi voluntad... tenía que alimentar las plantas, tenía que cosechar. De la cosecha... nos tocaba a mitad... (Luego) me hice de un crédito... me alquilé un terreno... sacaba buen producto... He comprado con pura papa esta casa"

Todavía resta por analizar el impacto de la participación de programas de microfinanzas, como parte de una sumatoria de esfuerzos individuales con potencial para lograr el desarrollo local, puesto que impulsa iniciativas empresariales ligadas con el potencial productivo regional. Por ejemplo: la producción de queso en Achacachi, de durazno en el valle alto en Cochabamba y de frutilla en Comarapa.

Según los testimonios analizados, se percibe que la participación en el programa de microfinanzas logra mejorar algunos aspectos relacionados con las condiciones de trabajo, por ejemplo, pasar de la venta ambulante al negocio desde una tienda con vitrinas y estantes o la adquisición de maquinaria que ahorra energía.

Pero pese a los impactos positivos, son abundantes los relatos en los cuales se describe como el avance de la unidad económica se frena por la competencia y la demanda insuficiente.

*Testimonio de un cliente de FIE: "Hay talleres por todos lados" "No ha aumentado la inversión... no hay mucha demanda"*

En ese marco, salir adelante no conlleva con la formalización de la actividad económica. Los buenos resultados se alcanzan con trabajo al margen de las conquistas laborales: jornada de ocho horas, vacaciones, seguro médico.

*Testimonio de un cliente de FIE: "Tengo que trabajar todos los días hasta los domingos... no hay descanso y si uno tiene deuda en el banco, tiene que hacer más"*

En casi todos los casos, prestatario es un propietario-trabajador apoyado por la fuerza laboral de su familia, por lo tanto es el protagonista de las jornadas largas y el que tambalea a la hora de pagar el crédito porque su núcleo familiar fue afectado por la enfermedad.

Cuando se trata de contratar empleados, el prestatario opta por el trabajo de menores, pago en dinero y especie, servicios eventuales o fuerza laboral remunerada a destajo. Por ejemplo: Laureano de El Alto, cliente de DIACON(A) vende artesanía en alpaca con más de 100 proveedores que producen en sus

domicilios, mientras que en planta cuenta con 3 trabajadores que preparan a destajo el producto a ser distribuido.

#### 2.4.7 Impactos en el empoderamiento de mujeres

Un primer paso cumplido con éxito es que e la participación en el programa de microfinanzas ayuda a muchas mujeres a crear, consolidar y mejorar sus puestos de trabajo. Este logro permite que la mujer se sustraiga de la esfera de lo puramente doméstico, con todo lo que ello implica en términos de adquisición ingresos propios, de nuevos conocimientos, nuevas prácticas y posibilidad de participar, decidir, dirigir y emprender, ventajas que a veces se abren paso en medio de la doble jornada, las hijas-madres suplementes, el escaso tiempo para participar, la competencia intra-hogareña por decir y dirigir y las limitaciones del entorno para enfrentar otros retos. Desglosemos este proceso con el apoyo de las palabras:

*Testimonio de una cliente de PRO MUJER: "Si yo no hubiera entrado aquí, hubiera estado en la casa, económicamente con problemas"*

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Antes del crédito, el namás tenía plata"*

A la hora de la toma de decisiones, la búsqueda de los caminos que sigue el proceso de empoderamiento nos permite distinguir las siguientes variantes:

Muchas clientes declaran que en sus hogares prevalece la toma de decisiones en pareja, pero en el texto mismo se percibe que en ese aparente consenso suele imponerse la voluntad del varón:

*Testimonio de una cliente de ECO Futura: "El que más maneja el dinero es mi esposo, él administra cuanto de entrada tiene que ser, tiene que apartar para el banco, tiene que apartar para la casa también, tiene que guardar aparte lo que hay de ganancia"... Los dos somos jefes del hogar: "Vamos a administrar los dos, me ha dicho... los dos administramos. Si hay algo de ganancia tengo que darle a mi esposo porque es para los dos pues, porque si fuera para mi solita, estaría sola"*

Ante la pregunta sobre quién toma las decisiones, los hombres, cuando son ellos quienes liderizan la actividad económica de la que depende la familia y cuando las mujeres son amas de casa, realizan variaciones en torno a la siguiente respuesta:

*Testimonio de un cliente de Cooperativa Comarapa: "Quién tiene los pantalones? Ella que esté en su cocina y yo en el resto"*

Hay mujeres que delegan responsabilidades. Muchas veces esta delegación implica que cada integrante de la pareja decide en su propio espacio. La mujer en lo doméstico, el varón en la responsabilidad económica general: la mujer en su negocio y el esposo en su trabajo.

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Sacamos la plata y le damos al esposo... y cuando no hay plata él tiene que saber de donde sacar"*

La instancia en la que la mujer incuestionablemente decide por sí sola en dentro de su unidad familiar nuclear es si el esposo no existe, se ha ido o se ausenta con frecuencia.

*Testimonio de una cliente de CRECER: "No me quedo conforme con lo que estoy haciendo. El dinero que voy a sacar quiero invertir en algo..." (Lucy de Oruro, 27 años, separada, una hija)*

En todo caso, la participación en el programa de microfinanzas ayuda a que el papel de la mujer se revalorice en el seno familiar porque complementa los ingresos, consigue créditos, cubre las necesidades básicas cuando no hay esposo o éste carece de empleo.

*Testimonio de una cliente de PRO MUJER: "Yo voy a vender y siempre compro para mis hijas... Yo para la comida saco y él maneja los ahorros... Compartimos con mi esposo cuanto vamos a gastar"*

Ello contribuye a que la mujer se enorgullezca de sí misma y desarrolle su autoestima.

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Me siento más realizada... cuando una persona no genera dinero se siente mal. Siempre en la calle desea algo, además siempre una persona aspira hacer algo y ahora cuando veo algo en la calle me compro, antes no"*

*Testimonio de una cliente de CRECER: "Yo por ejemplo a veces decía: ah, yo para que sirvo, soy una mujer, puedo morirme, pero no es así... Eso nos han enseñado"*

La participación en el programa de microfinanzas, en la medida en que incorpora a la mujer al trabajo, contribuye a flexibilizar modalidades patriarcales en la toma de decisiones y/o en la medida en que contribuye a su autoestima, abre una puerta hacia el planteamiento de retos, generalmente relacionados con mejoras en las condiciones de vida personales y de su familia:

*Testimonio de una cliente de PRO MUJER: "Tener mi casa, lo primero que quiero y no tengo... Pienso venderlo un taxi, con el otro seguir trabajando... Para fin de año me va a tocar otro crédito más. Ahí (con la ayuda del crédito) ya... Pero quizá mi taxi no puedo vender*

*porque trabaja mucho... Para mi negocio (quiero) seguir haciendo bucos. A hacer champas tengo que aprender... Se vende todo el año eso" (Elisa de El Alto, 23 años, casada)*

¿Será que estas mujeres pretenden también invertir en sí mismas o plantearse retos que van más allá de las fronteras su negocio y su familia?

En el Anexo I, se presentan algunas historias de clientes de programas de microfinanzas, que reflejan los cambios ocurridos en sus vidas a raíz de su participación en los mismos.

Faint, illegible text visible through the paper from the reverse side.

Anexos

## Historia 1: el caso de Virginia, clienta de FIE en La Paz

### 1. Antecedentes personales

- 45 años
- Confecciona, vende y distribuye ropa desde los 25 años
- Casada
- Tres hijos
- Departamento alquilado
- Con el crédito compra telas al por mayor y en diversos colores y maquinaria
- Con las ganancias se compró de un terreno
- Brinda educación complementaria, computadora y acceso a internet para sus hijos
- "Ahora podemos comer carne, leche y verdura"

### 2. Empoderamiento:

- "Trabajaba con los chinos en confección... como mi esposo ganaba poquito y yo tenía una máquina he empezado a cocer. Tenía puros pedidos...no se ganaba mucho. Nadie también me indicaba, mi instinto nomás"
- "Mis planes son hacer trabajar mi casita. Por el momento eso (significa) seguir trabajando"
- "He mejorado. Hay más dinero. He pasado serigrafía y cursos de auxiliar de contabilidad"
- "Yo me siento mejor, como persona he crecido bastante"

### 3. Racionalidad empresarial

- Confecciona ropa con ayuda de su esposo e hijos
- Dos trabajadores a destajo que además reciben alimentación completa durante la jornada
- Y la hija mayor que trabaja a cambio de remuneración

## Historia 2: el caso de Virginia, clienta de PROMUJER en El Alto

### 1. Antecedentes personales :

- 27 años
- dos años de estudios universitarios
- Casada
- Un hijo
- Inquilina pero posee "un lote vacío"
- Esposo: vidriero: ella vende dulces y teje chompas.
- Con el crédito compró vidrios para el negocio del esposo, herramientas para su papá, ropa para la familia, muebles y artículos eléctricos para la casa.

### 2. Empoderamiento

- "Un día hemos ido por la feria y hemos visto chamarra (de varón) y hemos comprado los dos. Porque también los dos hemos pagado y a la fuerza nos pertenecía a los dos"
- "Yo ya no quería sacar. Me han exigido los dos". (Presión del padre y el esposo para invertir crédito en herramientas del primero)
- Antes del crédito, "yo no compartía con la vidrería... Solamente estaba en la casa, tampoco iba a vender y él solito unos centavitos nomás traía y el resto se quedaba en la tienda".
- Después del crédito, "yo ya agarraba más fuerte y tenía que decir: tengo que pagar a PRO-MUJER"

## Historia 3: el caso de Antonia, clienta de ECO FUTURO en El Alto

### 1. Antecedentes

- 40 años
- Casada
- 7 hijos
- Casa propia
- El matrimonio posee un café video que atiende con ayuda de los hijos
- La esposa está a cargo de un quiosko en la puerta del café video
- Alquilan dos departamentos para pagar a la Mutual
- Siembran papa en un terreno en la comunidad
- Ella antes vendía peluches, él era obrero en fábrica de cocinas.
- Inversión del crédito: compra de equipo y mobiliario para café video y productos para quiosko.
- Destino de las ganancias: Estudio de los hijos en universidad y colegio particular en El Alto. Construcción de vivienda

### 2. Empoderamiento

- No tenía para agarrar refrescos...ahora tengo doscientos dólares, rapidito saco de ahí, pues, y cancelo. Ya tengo para hacer trabajar esa plata."
- Si no fuera el Banco, "no fuéramos responsables... Ahorita...en la casa estuviera como esas señoras mirando al marido, pero no, el negocio es de los dos..."

## ACTORES PRINCIPALES DEL INFORME

### ENTIDADES FINANCIERAS PARTICIPANTES DEL INFORME

CRICER  
BACONIA FFP  
FADES  
PRO MUJER  
FFP PE S.A.  
FFP ECO-FUTURO S.A.  
CAC TRINIDAD Ltda.  
CAC COMARAPA Ltda.

### ORGANISMOS PATROCINADORES DEL INFORME

Fundación Ford a través del Programa Imp-Acc  
Organización Interdisciplinaria para Cooperación  
al Desarrollo (OICD)  
Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROFIT)

### EQUIPO DE TRABAJO DE FINRURAL

Lic. Reynaldo Marzán  
Ing. Iván Alzaga Romero  
Lic. Sonia Sepencia de Zapata  
Lic. Gustavo Meléndez Urzúa  
Ing. Mauricio Chaves  
Miguel Claver

### ASESOR ACADEMICO DE FINRURAL

Profesor Paul Modley de la Universidad de Sheffield  
y Miembro del Equipo de Académicos del  
Programa Imp-Acc.

En el 2001, nace el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL a objeto de generar información que permita verificar de manera rigurosa y creíble el impacto de los programas de microfinanzas en la vida de sus clientes. Los productos ofertados son dos. El primero, un "Informe de Evaluación de Impactos Individual", que permitiría conocer el impacto que el programa de microfinanzas de la entidad financiera evaluada está teniendo sobre su clientela. El segundo, un "Informe de Impactos Agregados y Sectorializados" que permitiría establecer el impacto agregado y sectorializado por tipo de entidad, de las entidades evaluadas en el marco del Servicio.

Bajo estas características, el Servicio inició formalmente operaciones en Marzo del 2002, contemplando como primeras entidades usuarias a las siguientes cuatro socias de FINRURAL: CRECER, FADES, PRO MUJER y DIACONIA-FRIF. En Abril del 2002, el Servicio amplió su cobertura hacia entidades no-socias de FINRURAL, incorporando a los FPPs FIE y ECO FUTURO S.A. En Julio del 2002, se amplió también la variedad de entidades financieras usuarias del Servicio con la incorporación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito TRINIDAD y COMARAPA.

FINRURAL ya presentó a estas ocho entidades el primer producto del Servicio, es decir, el informe final de la evaluación de impactos de sus respectivos programas de microfinanzas. El presente documento completa el paquete de dos productos del Servicio, presentado los resultados agregados y sectorializados del impacto de los programas de microfinanzas de CRECER, PRO MUJER, FADES, DIACONIA-FRIF, FPP FIE, FPP ECO FUTURO, CAC TRINIDAD y CAC COMARAPA.

