

LP- 55

EVALUACIÓN DE IMPACTOS  
DE PROGRAMAS PARA LA MUJER

PROMUJER - 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

EVALUACIÓN DE IMPACTOS  
DE PROGRAMAS PARA LA MUJER

PRO MUJER - Bolivia

La Paz - Bolivia  
2003

Primera Edición  
 Textos: FINRURAL  
 Diseño y diagramación: NARANJA UN CUARTO  
 Impresión: TRAMA s.r.l.

Depósito legal: 4-I-127-04

La Paz - Bolivia  
 2003

Agradecimientos	8
Presentación PROMUJER	11
Presentación FINRURAL	18
Resumen ejecutivo	
Certificación académica de la evaluación de impactos de PROMUJER - Bolivia	
<b>1 Antecedentes</b>	<b>23</b>
1.1 Acerca de la institución Pro mujer	23
1.2 Acerca del servicio de Evaluación de Impactos	24
1.3 Metodología de evaluación de impactos	25
1.3.1 Niveles de investigación y tipos de impactos	26
1.3.2 Hipótesis y sub-hipótesis de investigación	27
1.3.3 Variables e indicadores de impacto	28
1.3.4 Enfoque de evaluación de impactos	29
1.3.5 Herramientas para el relevamiento de información	29
<b>2 Resultados cuantitativos del impacto de Pro mujer-Bolivia</b>	<b>33</b>
2.1 Antecedentes	33
2.2 Impactos económicos de Pro mujer	35
2.2.1 Impactos sobre la inversión en la unidad económica	36
2.2.2 Impactos sobre el empleo en la unidad económica	39
2.2.3 Impactos sobre ingresos de la unidad económica	41
2.2.4 Impactos sobre diversificación de ingresos de la unidad económica	43
2.2.5 Impactos sobre ingresos de la unidad familiar	44
2.2.6 Impactos sobre activos de la unidad familiar	45
2.3 Impactos sociales de Pro mujer	47
2.3.1 Impactos en seguridad alimentaria de la unidad familiar	47
2.3.2 Impactos sobre la prevención de la salud de la unidad familiar	48
2.3.3 Impactos sobre asistencia a centros educativos de miembros de la unidad familiar	49
2.3.4 Impactos en condiciones de vivienda de la unidad familiar	51
2.4 Impactos de Pro mujer en empoderamiento de mujeres	52
2.4.1 Impactos en empoderamiento económico	52
2.4.2 Impactos en autoestima	54
2.4.3 Impactos en habilidades empresariales	56
2.5 Percepción de clientes sobre el impacto de Pro mujer	57
2.5.1 Percepciones generales	57
2.5.2 Percepción de impacto sobre la unidad económica	58
2.5.3 Percepción de impacto sobre la unidad familiar	58
2.5.4 Percepción de impacto sobre el individuo	59
2.5.5 Predisposición a continuar en el programa	60
<b>3 Resultados cualitativos del impacto de Pro mujer</b>	<b>65</b>
3.1 Uso de los créditos y ahorros de Pro Mujer	65
3.2 Uso de los ahorros promovidos por Pro Mujer	66
3.3 Cadenas de impactos de Pro mujer	66
3.4 Impactos inesperados de Pro mujer	68
3.4.1 Impactos inesperados sobre las unidades económicas de clientes	68
3.4.2 Impactos inesperados sobre las unidades familiares de las clientas	69
3.4.3 Impactos inesperados sobre el individuo	69

3.5	Análisis sociológico de los impactos de Pro mujer	70
3.5.1	Antecedentes	70
3.5.2	Impactos sociales sobre la unidad familia-individuo: categoría participación social	71
3.5.2.1	Pertenencia a grupos sociales	71
3.5.2.2	Cumplimiento de roles	72
3.5.2.3	Valores y actitudes	72
3.5.2.4	Movilidad social	72
3.5.2.5	Cambios en las pautas de consumo	72
3.5.3	Impactos sociales de Pro mujer sobre la unidad económica-individuo: categoría cambio social	73
3.5.3.1	Racionalidad empresarial	73
3.5.3.2	Empoderamiento de la mujer	73
3.5.4	Historias de clientas de Pro mujer	74
3.5.4.1	El caso de ana virgma, clienta del municipio de El Alto, La Paz	74
3.5.4.2	El caso de Elisa, clienta del municipio de El Alto, La Paz	75
4	<b>Análisis cuantitativo ampliado</b>	
4.1	Tests de diferencias entre medias muestrales	79
4.2	Test de correlaciones entre variables	79
4.3	Modelo econométrico	82
4.3.1	Análisis de correlación entre variables del programa de microfinanzas e indicadores de impactos	84
4.3.2	Análisis de correlación entre indicadores y una variable proxy de la situación de la unidad económica	85
4.4	Diseño del modelo econométrico	86
5	<b>Conclusiones</b>	88
		93

## AGRADECIMIENTOS

Hacemos llegar nuestros agradecimientos a todos los actores que hicieron posible la operación del Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL.

En primer lugar, agradecemos al Directorio de FINRURAL que apoyó la iniciativa de instaurar el Servicio de Evaluación de Impactos. Asimismo, agradecemos la confianza brindada por las ocho entidades financieras primeras usuarias del Servicio: CRECER, DIACONIA, FADES, PRO MUJER, FFP FIE, FFP ECO FUTURO; CAC TRINIDAD y CAC COMARAPA. Agradecemos también a los clientes de estas entidades, que amablemente nos proporcionaron la información que permitió ejecutar los distintos estudios de impacto.

Por otra parte, agradecemos a Fundación Ford, que a través de su programa internacional de investigación-acción Imp-Act (Microfinanzas: Mejorando el Impacto para mitigar la Pobreza), posibilitó el funcionamiento del Servicio de Evaluación de Impactos. 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 amplíe su cobertura, financiando parte de los costos de la evaluación de programas de microfinanzas de distintas entidades.

Agradecemos a los académicos del Programa Imp-Act que nos prestaron su apoyo y asesoramiento técnico, en particular, al profesor Paul Mosley de la

Universidad de Sheffield que nos apoyó en el desarrollo del Servicio y con la certificación académica de las evaluaciones de impacto.

Agradecemos también a profesionales como Mónica Velasco, Patricia Claire, Mauricio Chamas y Miguel Claire, que participaron en algunas fases del proceso de desarrollo y/o operación del Servicio.

Por último, nuestros agradecimientos van dirigidos a la Ing. Irina Aliaga Romero, al Lic. Gustavo Medeiros Urioste y, la Lic. Sonia Sapiencia Ribera, miembros del equipo de trabajo del Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL, que prestaron su colaboración en la redacción del presente documento.

## PRESENTACIÓN PRO MUJER

PRO MUJER es una Organización No Gubernamental (ONG) sin Fines de Lucro, constituida en los Estados Unidos de Norte América, donde radica la sede legal de su Directorio.

Inició sus actividades, aún antes de constituirse como ONG, realizando reuniones informales con grupos de mujeres de áreas empobrecidas de Bolivia que habían participado en programas de alimentos donados. En forma conjunta se buscaban alternativas de solución a la marginalidad y la exclusión en la que estas mujeres vivían. Con estos antecedentes, PRO MUJER nace en 1990, comenzando su actividad en la ciudad de El Alto, con la visión de "Potenciar a la Mujer", eliminando su actitud de dependencia a programas asistencialistas. Para ello se trabajó en encontrar de manera participativa estrategias y programas que mejoren la condición de vida de las mujeres.

La demanda de más de 1.500 mujeres, que ya participaban en el programa, por acceder a recursos financieros, motivó la búsqueda y el ensayo de una metodología que viabilizara su acceso a fuentes de crédito. En 1994 la metodología de crédito basada en el modelo de bancos comunales es reformulada y alineada con los principios básicos de la eficiencia y la autosostenibilidad, adoptando medidas recomendadas por financiadores y consultores externos. Ese mismo año, PRO MUJER expande sus servicios a tres nuevos departamentos de Bolivia: Chuquisaca, Tarija y Cochabamba, incrementando su área de influencia y el número de participantes del programa y manteniendo su enfoque en la población femenina y en la población de menores recursos.

En 1996, en busca de mayor eficiencia y menores costos, PRO MUJER crea la estrategia de atención a clientes en Centros Focales, la cual ha permitido la provisión de servicios a un número significativo de mujeres en forma simultánea y aprovechar al máximo los recursos materiales y humanos de la institución.

En 1999 se realiza una evaluación de impactos en las dos regionales más grandes de la institución y se identifica también la satisfacción de las clientas y sus necesidades y expectativas con relación a los servicios de PRO MUJER. Los hallazgos obtenidos orientaron a mejorar los servicios financieros ofertados y a desarrollar nuevos productos financieros y de desarrollo humano. En el campo de los servicios financieros, se instaura el Crédito Individual para socias que mostraron un crecimiento en su capacidad de pago, demanden créditos mayores y ofrezcan garantías adicionales a la mancomunada y solidaria. En el área de desarrollo humano se formuló un programa de Desarrollo Empresarial,

ajustado a las necesidades y a la realidad de las clientas, cuyo objetivo es apoyar a las mujeres para que logren mejorar sus ingresos sobre la base del mejoramiento de sus destrezas empresariales. Además, se implementaron servicios de salud básica para las clientas de la institución y sus familias, incluyendo los componentes de IEC (Información, Educación y Capacitación).

En el 2002 PRO MUJER amplía sus servicios a las ciudades de Potosí y Santa Cruz, logrando una presencia en seis de los nueve departamentos de Bolivia, con más de 35.000 clientas activas recibiendo los servicios de la institución.

Actualmente, PRO MUJER como institución se ha extendido a otros tres países: Nicaragua, Perú y México, utilizando la metodología desarrollada aplicada y validada en Bolivia. Su visión es lograr el desarrollo pleno de las mujeres a través de la inclusión de los valores y las potencialidades de la mujer, haciendo que ella ejerza roles activos en todos los procesos de desarrollo personal y de su comunidad.

Su población meta está constituida por personas de escasos recursos, preferentemente mujeres, que no han tenido la oportunidad de desarrollar las 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 contar con acceso a fuentes de financiamiento.

Su misión institucional es: "apoyar a la mujer que vive en condiciones de exclusión socioeconómica, a través de servicios integrales participativos, para que logre sostenibilidad personal, familiar y comunitaria". En línea con su misión, ha desarrollado un paquete de servicios que permiten satisfacer las necesidades de sus clientas de manera integral. Estos servicios se definen como: Servicios Financieros y Servicios de Desarrollo Humano. Los Servicios Financieros incluyen el Crédito Solidario y el Ahorro en Asociaciones Comunitarias<sup>1</sup> y el Crédito Individual. Los Servicios de Desarrollo Humano parten de un principio de cambio de conocimientos, actitudes y prácticas e incluyen los servicios de Salud Integral y Desarrollo Empresarial.

PRO MUJER no considera a la prestación de sus servicios como un fin en sí mismo, sino como un medio para lograr que las mujeres adquieran mayor eficiencia e independencia en el manejo de su vida y su entorno socio económico. En este sentido, determinar el impacto de la estrategia institucional empleada en la prestación de servicios a una población de escasos recursos, implica que se puedan medir los beneficios de estos servicios en la mejora de la calidad de

<sup>1</sup> PRO MUJER ha desarrollado la metodología de Asociaciones Comunitarias sobre la base de los Bancos Comunitarios y los Grupos Solidarios, esta metodología ha sido diseñada, ajustada, evaluada y validada con su población meta.

vida de sus clientas.

Adicionalmente, a través de los años surge la necesidad de "evaluar" el trabajo, no sólo en el ámbito financiero, sino por sobre todo en la población con la que se trabaja, constatando si los objetivos del programa se están cumpliendo y evidenciar si se ha generado beneficios en los clientes que han participado de los servicios de la institución. Esta necesidad de evaluación además incluye el determinar el impacto del programa en la microempresa y en la familia del cliente, ya que estas constituyen el entorno socioeconómico en el que se desenvuelve la cliente y donde se reflejan los efectos de los servicios.

Debido a estas necesidades, PRO MUJER ha incluido en sus políticas, realizar cada 2 a 3 años evaluaciones que permitan medir el impacto del programa en la vida de sus clientas. Se plantea buscar relación entre los servicios de la institución y cambios en la vida de las clientas que demuestren el logro de la misión y los objetivos institucionales. Se pretende responder a las siguientes interrogantes:

- ¿En qué medida se cumplen los objetivos institucionales?
- ¿Qué impacto tiene el programa de PRO MUJER en sus clientas?
- ¿Qué impacto tiene el programa de PRO MUJER en la vida familiar y personal de sus clientas?
- ¿Qué impacto tiene el programa de PRO MUJER en la economía de sus clientas?
- ¿Existe relación entre el tiempo de participación en el programa y el impacto en la vida de los clientes?
- ¿Cómo podría PRO MUJER mejorar su programa para satisfacer las necesidades y expectativas de sus clientas?

El interés institucional por conocer qué está sucediendo en la vida de sus clientas, ha hecho posible la participación de PRO MUJER en la investigación desarrollada por FINRURAL. Los resultados que se presentan nos permiten contar con nuevos elementos de análisis y desempeño institucional. En este sentido la riqueza de esta investigación y los resultados que se muestran en el presente documento, nos dan la posibilidad de seguir trabajando en bien de las mujeres.

La razón de ser de la institución son sus clientas, por esto reiteramos nuestro compromiso de seguir trabajando con este sector de la población buscando la mayor eficiencia y calidad en nuestros servicios.

Lic. Carmen Velasco  
DIRECTORA EJECUTIVA PRO MUJER

# PRESENTACIÓN FINRURAL

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 las entidades de microfinanzas locales 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 de la entidad microfinanciera evaluada sobre su clientela. El segundo, un "Informe de Impactos Agregados" que permitiría establecer el impacto generado por el conjunto de entidades microfinancieras 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 microfinancieras evaluadas, pasando por la recolección de datos, su procesamiento y análisis, hasta la generación de los informes de impacto.

La metodología a ser utilizada contemplaba un estudio de tipo transversal, con comparaciones entre una muestra de clientes y un grupo de control para la atribución de impactos. Las herramientas para el relevamiento de información eran dos. La primera, una Encuesta de Impacto aplicada a una muestra aleatoria de clientes y a un grupo de control y la segunda una Entrevista En-Profundidad aplicada a una muestra determinística de clientes. De esta manera, se combinaba un enfoque de análisis positivista, basado en los datos estadísticos de la Encuesta, con un enfoque interpretativo basado en la información cualitativa de la Entrevista.

Bajo estas características, el Servicio de Evaluación de Impactos 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-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 Ltda.

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. También se generó el informe de los impactos agregados de las ocho entidades, el cual fue presentado a varios actores de la industria de las microfinanzas en el marco de un Taller "Servicio de Evaluación de Impactos y sus Resultados", realizado en el mes de Abril.

Este primer año de trabajo del Servicio concluye con la edición de una serie de ocho publicaciones para su difusión al público en general. Seis publicaciones presentan un resumen del estudio de impacto de las entidades: CRECER, DIACONIA-FRIE, PRO MUJER, FADES, FFP FIE y FFP ECO FUTURO y, las otras dos, presentan los resultados de la evaluación de impactos agregados y sistematización metodológica de la evaluación de impactos promovida por FINRURAL.

El presente documento forma parte de esta serie de publicaciones. El documento se divide en cinco capítulos. El primero, presenta los antecedentes del estudio de impacto, los capítulos segundo, tercero y cuarto presentan los resultados del estudio, divididos en resultados cuantitativos, resultados cualitativos y resultados cuantitativos ampliados respectivamente, y, para finalizar, el último capítulo refleja las conclusiones del estudio.

De manera específica, el primer capítulo presenta antecedentes acerca de la entidad microfinanciera participante del estudio, el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL y la metodología utilizada para la evaluación de impactos. El segundo capítulo muestra los resultados de la evaluación de impactos, expresados en estadísticas simples de comparación entre una muestra de clientes y el grupo de control. Estos resultados se clasifican en tres grupos: Impactos Económicos, Impactos Sociales e Impactos en Empoderamiento. Adicionalmente, el capítulo finaliza presentando también en estadísticas simples las percepciones de los clientes de la muestra sobre los impactos resultantes de su participación en el programa de la entidad evaluada. El tercer capítulo complementa los resultados presentados en el anterior, con datos cualitativos producidos por medio de Entrevistas En-Profundidad a clientes de la entidad evaluada. Aquí se presenta un análisis sociológico de los impactos y se identifican los usos del crédito de la entidad, la cadena de impactos en la vida del cliente propiciada por el crédito de la entidad y los impactos inesperados de la entidad. El cuarto capítulo se profundiza en el análisis de los resultados cuantitativos presentados en el capítulo segundo, a través de tests

estadísticos y modelos econométricos que validan las diferencias evidenciadas entre la muestra de clientes y el grupo de control y, análisis de correlaciones entre indicadores de impacto y el monto de crédito, la antigüedad del prestatario y el número de créditos recibidos. Finalmente, el quinto capítulo describe las principales conclusiones del estudio de impacto, clasificadas en las principales áreas investigadas.

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

Los invitamos a conocer los resultados del presente estudio de impacto, realizado por este equipo de trabajo.

Lic. Reynaldo Marconi Ojeda  
Gerente de FINRURAL

## RESUMEN EJECUTIVO

*Utilizando comparaciones entre una muestra representativa de clientas de PRO MUJER con al menos 2 años de antigüedad como prestatarias y un grupo de control conformado por personas que no han recibido crédito, pero que tienen características similares a la clientela meta de la institución y bajo el supuesto de que las diferencias entre ambas muestras son atribuibles a su participación o no-participación en PRO MUJER, la presente investigación arribó a las conclusiones estadísticas **cuantitativas** descritas a continuación.*

**Impactos económicos de PRO MUJER.** Los impactos económicos "principales" de PRO MUJER sobre sus clientas, considerados como tales por existir diferencias estadísticas de mayor magnitud respecto al grupo de control, se evidencian en: 1) La inversión en las actividades de sus clientas, medida por el valor estimado de sus activos y el incremento del capital de trabajo y activos ocurrido en el último año; 2) La diversificación de ingresos de sus clientas, medida por el desempeño de más de una actividad económica; 3) Los ingresos de las actividades económicas de sus clientas, medidos por los montos de ventas y ganancias; 4) Los ingresos de los hogares de sus clientas; y, 5) Los activos de los hogares de sus clientas, medidos por el valor estimado de los bienes muebles e inmuebles. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones.

- El nivel promedio de inversión en activos de las unidades económicas de la muestra de clientas es 73% superior a la inversión promedio del grupo de control.
- Las unidades económicas que ejecutan dos actividades generadoras de ingresos representan al 42% de la muestra de clientas y tan sólo al 25% del grupo de control.
- El monto promedio de ventas de las unidades económicas de la muestra de clientas supera en 29% al monto promedio de ventas de las unidades económicas del grupo de control.
- El monto promedio del ingreso de los hogares de la muestra de clientas supera en 36% al monto promedio de ingresos de los hogares del grupo de control.
- El valor monetario de los activos de los hogares de la muestra de clientas supera en 82% al promedio evidenciado en los hogares del grupo de control.

**Impactos sociales de PRO MUJER.** Los impactos sociales "principales" de PRO MUJER sobre sus clientas recaen en las siguientes áreas: 1) La educación de los hogares de sus clientas, medida por la asistencia de los miembros adultos del hogar a centros de educación o capacitación en el último año; 2) Las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientas, medida por las ampliaciones en vivienda realizadas en el último año; 3) La prevención de la salud de los hogares de sus clientas, medida por los controles médicos que los menores de edad y adultos recibieron en el último año; y, 4) La seguridad alimentaria de los hogares de sus clientas, medida por los periodos de escasez de alimentos enfrentados en el último año. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones.

- Los hogares en los que durante el último año al menos un adulto asistió a centros educativos o de capacitación representaron al 47% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 35% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares que en el último año mejoraron las condiciones de su vivienda mediante ampliaciones del espacio representaron al 20% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 12% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares en los que durante el último año, todos los menores de edad recibieron un control médico de salud representaron al 55% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 46% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares en los que durante el último año, al menos un adulto recibió un control médico de salud representaron al 56% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 48% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares que en el último año no enfrentaron periodos de escasez de alimentos por falta de dinero representaron al 65% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 57% de los hogares del grupo de control.

**Impactos en empoderamiento de PRO MUJER.** Los principales impactos de PRO MUJER sobre el empoderamiento de sus clientas recaen en las siguientes áreas: 1) Las habilidades empresariales de sus clientas, medidas por el hábito de realizar registros contables, al menos básicos, y el hábito de administrar de manera separada el dinero de su actividad y su hogar; 2) La autoestima de sus clientas, medida por su participación activa en organizaciones sociales, no sólo como miembros de base sino también como líderes o dirigentes; y, 3) El empoderamiento económico de sus clientas, medido por el incremento en su ingreso personal producido en el último año. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones.

- Las mujeres que administran de manera separada el dinero de su negocio y de su hogar, representan al 72% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 54% de las mujeres del grupo de control.
- Las mujeres que participan activamente en organizaciones sociales, representan al 31% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 13% de las mujeres del grupo de control.
- Las mujeres que en el último año elevaron su nivel de ingreso personal, representaron al 29% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 18% de las mujeres del grupo de control.

**Impactos de PRO MUJER sobre la reducción de pobreza.** A través de distintos indicadores, se verificaron menores niveles de pobreza en clientas de PRO MUJER que en individuos del grupo de control. Considerando como línea de pobreza a un ingreso familiar igual o menor a 162 dólares mensuales, se determinó que en hogares expuestos al programa de PRO MUJER la proporción de hogares pobres es de sólo 20%, mientras que, en hogares no-expuestos al programa la proporción de hogares pobres se eleva hasta el 40%.

## RESULTADOS CUANTITATIVOS AMPLIADOS

- 1) Resultados del test de diferencias significativas entre medias de la muestra de clientas y el grupo de control. De acuerdo a este test, los impactos económicos "principales" de PRO MUJER, recaen en: 1) el ingreso familiar y la inversión en activos muebles e inmuebles de los hogares de sus clientas, 2) la diversificación de ingresos de sus clientas y 3) la inversión en las actividades económicas de sus clientas, medida por su inversión en activos.
- 2) Resultados del test de diferencias significativas entre medianas de la muestra de clientas y el grupo de control. De acuerdo a este test, los impactos económicos "principales" de PRO MUJER, recaen también en: 1) el nivel de empleo de las unidades económicas de sus clientas, 2) los ingresos de las unidades económicas de sus clientas, y 3) la inversión en las actividades económicas de sus clientas, medida por la inversión en capital de trabajo.
- 3) Resultados de los tests de correlaciones. Utilizando estos tests se determinaron las siguientes relaciones estadísticamente significativas:
  - El monto del préstamo de PRO MUJER, está directamente correlacionado con: 1) la Inversión, los Ingresos y el Nivel de Empleo de la actividad económica de la clienta; 2) la Inversión en Activos Muebles e Inmuebles para el hogar de la clienta, 3) La mejora en los Niveles de Educación de los miembros del hogar de la clienta; y, 4) la Autoestima de la clienta, medida por el planteamiento de retos personales.

- La antigüedad de la clienta de PRO MUJER, está directamente correlacionada con: 1) las Condiciones de Vivienda del hogar de la clienta, 2) las Prácticas de Prevención de la Salud de miembros del hogar de la clienta, 3) la Seguridad Alimentaria del hogar de la clienta; 4) El empoderamiento económico, las habilidades empresariales y la autoestima de la clienta.
- El número de préstamos que la clienta recibió de PRO MUJER, está directamente correlacionado con: 1) las Condiciones de vivienda del hogar de la clienta, 2) la Asistencia escolar de los menores del hogar de la clienta, 3) la Seguridad Alimentaria del hogar de la clienta; y 4) las Habilidades empresariales y la Autoestima de la clienta.
- 4) Resultados del modelo econométrico. Se construyeron dos modelos econométricos, uno para cada muestra, utilizando al capital de trabajo como variable proxy de la situación de la unidad económica. Los resultados fueron los siguientes:
  - La situación de las unidades económicas de las clientas de PRO MUJER está explicada por las siguientes variables: 1) el monto del préstamo de la institución, con un peso de 0,24; 2) el monto de ventas de la unidad económica, con un peso de 0,27; 3) el monto del ingreso familiar, con un peso de 0,14; y 4) el monto de los activos del hogar, con un peso de 0,15; 5) el tamaño de la fuerza laboral de la unidad económica, con un peso de 0,13; y 6) el nivel de instrucción del cliente y otros adultos de su hogar, con un peso de 0,12.
  - La situación de las unidades económicas de los individuos del grupo de control está explicada por las siguientes variables: 1) el monto de los activos del hogar, con un peso de 0,17; 2) el monto de ventas de la unidad económica, con un peso de 0,45; 3) el tamaño de la fuerza laboral de la unidad económica, con un peso de 0,14; y 4) el nivel de instrucción del propietario de la unidad económica, con un peso 0,23.

Utilizando la información de una muestra de clientas de PRO MUJER, la presente investigación arribó a las conclusiones **cuantitativas** descritas a continuación:

**Resultados sobre la percepción de los clientes en cuanto a los impactos de PRO MUJER.** La mayoría de las clientas de la institución, tiene opiniones favorables acerca de los cambios que se produjeron en su unidad económica, su unidad familiar y su persona gracias a su participación en PRO MUJER. Desde su perspectiva, los principales impactos de PRO MUJER se produjeron sobre: el capital de trabajo y nivel de ingreso de sus negocios, el nivel de ingreso familiar y la cooperación en sus hogares; y, en su autoestima y habilidades empresariales. Seguidamente se presentan algunos de los resultados hallados que respaldan estas conclusiones.

- El 55% de las clientas opina que gracias a su participación en PRO MUJER la situación de su unidad económica ha mejorado, frente a un 8% de clientas con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER, se vincularon al incremento de ingresos y al incremento del capital de trabajo, con participaciones porcentuales de 29% y 34% de la muestra respectivamente.
- El 56% de las clientas opina que la situación de su unidad familiar ha mejorado gracias a su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 3% con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER se vincularon al incremento del ingreso familiar y el fortalecimiento de la cooperación entre los miembros del hogar, con participaciones porcentuales de 42% y 30% de la muestra respectivamente.
- Finalmente, el 60% de las clientas de la institución opinan que su situación personal ha mejorado gracias a su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 4% con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER se vincularon al incremento de la autoestima y al mejoramiento de las habilidades y destrezas en el manejo del negocio, con participaciones porcentuales de 36% y 43% de la muestra respectivamente.

**Resultados sobre la satisfacción del cliente.** La mayoría de las clientas de la institución demuestra estar satisfecha con las características de PRO MUJER y desea continuar recibiendo los servicios de la institución. Las características más apreciadas son: 1) su política de otorgamiento de préstamos que permite un acceso fácil y rápido a créditos y, 2) sus servicios complementarios al crédito de capacitación y promoción del ahorro. La posibilidad de ahorrar es otra de las características apreciadas por un grupo mayoritario de participantes del programa. Examinando la cara opuesta, las características menos apreciadas de PRO MUJER son: 1) la política de cobranzas de las asociaciones comunales considerada inflexible y generadora de duras penalidades para las clientas cumplidas en nombre de la garantía solidaria y, 2) aspectos específicos de su tecnología financiera como la tasa de interés del crédito considerada elevada, la frecuencia de pago considerada demasiado continua y la duración de las reuniones periódicas de los bancos comunales considerada demasiado larga. Seguidamente se presentan algunos de los resultados hallados que respaldan estas conclusiones.

- El 86% de las clientas desea continuar trabajando con la institución luego de cancelar su actual obligación crediticia.
- El 25% de las clientas de la muestra opinan que la característica más apreciada de PRO MUJER es su política de otorgamiento de préstamos que permite un acceso ágil y fácil al crédito, mientras que, el 50% otorga tal calidad a los servicios adicionales al crédito de capacitación y promoción del ahorro.

- Para el 52% de las clientas de la muestra, la característica más apreciada del ahorro promovido por PRO MUJER es la posibilidad de ahorrar.
- El 24% de las clientas expresa no tener ninguna opinión negativa acerca de las características de PRO MUJER, mientras que, el 34% expresa sentirse disconforme con la política de cobranzas de la institución, considerada inflexible y generadora de duras penalidades para las clientas cumplidas a nombre de la garantía solidaria.

Basados en los estudios de caso realizados a clientas de PRO MUJER, se extrajeron los resultados **cuantitativos** presentados seguidamente.

#### Recomendaciones de las clientas de PRO MUJER para su institución.

Seguidamente se presenta un detalle de estas recomendaciones provenientes de las clientas de PRO MUJER.

- Recomendaciones con relación a las asociaciones comunales: 1) Evitar que en los bancos comunales se creen grupos de poder; 2) En casos de asociaciones que se disuelven, preservar el incremento del monto del préstamo para las clientas que quieren continuar en el programa; y, 3) Promover la conformación de grupos integrados por las clientas más cumplidas.
- Recomendaciones con relación a servicios adicionales al crédito: 1) Habilitación de talleres prácticos que permitan a las clientas diversificar sus fuentes de ingresos.
- Recomendaciones respecto a difusión de información al cliente: 1) Mayor información sobre la posibilidad de acceso a préstamos individuales de mayor monto; 2) Mayor información sobre la opción de ahorro voluntario.

**Usos de los créditos de PRO MUJER.** El uso principal que se otorga al préstamo de la institución, es la inversión en capital de trabajo para su negocio. Cuando las clientas acceden a mayores montos de préstamo, la inversión en activos productivos o mobiliario para su negocio se convierte en otro uso principal del crédito de PRO MUJER, al igual que, la inversión en vivienda o la inversión en bienes de consumo para su hogar. También existen usos no deseables del crédito de PRO MUJER, traducidos en el crédito que beneficia a la pareja de la clienta o a sus familiares de sexo masculino; el crédito que se utiliza para el pago de otras deudas; y, el crédito que se destina a gastos de consumo de su hogar o gastos de emergencia.

**Uso de los ahorros acumulados gracias a la participación en PRO MUJER.** Los usos principales de estos ahorros son el gasto de consumo de su hogar y el gasto de entretenimiento de su hogar. Cuando se logra acumular ahorros de mayor monto, la inversión en activos para su negocio así como la inversión en vivienda o bienes de consumo para su hogar, se convierte en otro destino principal de los ahorros. Independientemente de su monto, los ahorros

son utilizados para financiar gastos de emergencia del hogar y déficits en el pago de deudas.

**Impactos inesperados de PRO MUJER.** En cuanto a impactos, no considerados dentro las hipótesis de investigación planteadas, en el ámbito de la unidad económica del cliente se verificaron los siguientes impactos inesperados:

- En el ámbito de las unidades económicas de las clientas de PRO MUJER, se evidenciaron los siguientes impactos inesperados: 1) Incremento de la Productividad de la actividad económica, 2) Estabilización de ingresos y suavización de déficits estacionales de ingresos, y, 3) Disminución de costos de inversión.
- En el ámbito de los hogares de las clientas, se evidenciaron los siguientes impactos inesperados: 1) Aumento del gasto familiar mejorando un bienestar ya ganado y 2) Incremento del gasto familiar superando una situación previa de crisis.
- En el ámbito de las clientas como individuos, se evidenciaron los siguientes impactos inesperados: 1) Creación y/o incremento del capital social; 2) Fortalecimiento de la comunicación de mujeres con los miembros de su hogar; 3) Mayor participación de mujeres en el sostenimiento de su hogar.

## Certificación académica de la evaluación de impacto de PRO MUJER - Bolivia

El informe se distingue por su claridad, el equilibrio entre el uso de metodologías de investigación cualitativas y cuantitativas y, por su tratamiento de los impactos de PRO MUJER en el empoderamiento de mujeres, sin olvidar, los "impactos inesperados" de la intervención de la institución en la vida de los clientes.

La lectura del informe permite comprender el gran éxito que ha experimentado PRO MUJER en el campo social y en el crecimiento de su cartera de créditos en tiempos difíciles. Con una tasa de mora muy baja, los préstamos de la institución han logrado impactos muy fuertes sobre la inversión de las unidades económicas de sus clientes y sobre la seguridad alimentaria de los hogares de sus clientes. También resulta interesante evidenciar, dado que PRO MUJER tiene el rol de servir a las mujeres más pobres de Bolivia, que "los hogares con niveles de ingreso superiores a 200 dólares mensuales representan al 68% de la muestra de clientes" y, que solamente el 20% de los clientes que han estado expuestos a los impactos de PRO MUJER son pobres.

Frases como "con mayor frecuencia que" o "más frecuentes que", utilizadas para comparar los resultados de la muestra de clientes y el grupo de control, logran que lo esencial en un informe muy largo y detallado se comprenda fácilmente.

Se plantean las siguientes preguntas que se espera sirvan de inspiración a trabajos investigativos futuros de PRO MUJER:

- ¿Cuál ha sido el efecto de los servicios complementarios al crédito que ofrece PRO MUJER (salud, capacitación, apoyo moral, etc.) sobre la efectividad del crédito y la permanencia de bajas tasas de mora?
- ¿En qué medida la capacitación en dinámicas de grupo que ofrece PRO MUJER, se ha traducido en mayor poder para desarrollar actividades de grupo que vayan más allá de las vinculadas a las microfinanzas (por ejemplo: mejoramiento de los niveles de educación, actividades políticas locales, promoción de servicios para microempresarias, etc.)?
- ¿Cómo progresa la alianza estratégica, muy innovadora, entre PRO MUJER y el Fondo Financiero Privado FIE S.A, para la captación y movilización de ahorros?

Por último, unas preguntas claves para el Programa Imp-Act: ¿cuál ha sido la contribución de esta actividad de medición de impactos para la construcción de un sistema permanente de monitoreo de impacto operado por PRO MUJER? ¿Qué efecto ha tenido este informe sobre PRO MUJER como organización?

De todas maneras, es un placer confirmar la alta calidad técnica y práctica de este informe.

Profesor Paul Mosley,  
Universidad de Sheffield, Reino Unido.  
Miembro del Equipo de Académicos del Programa Imp-Act  
22 de Septiembre de 2003

Capítulo

I

## ANTECEDENTES

### 1.1 ACERCA DE PRO MUJER

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. La presente evaluación de impacto se refiere de manera particular al caso de PRO MUJER Bolivia.

Desde 1994, PRO MUJER Bolivia 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 Bolivia 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 Bolivia 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.

Hasta fines del 2002, PRO MUJER Bolivia contaba con 26 oficinas de atención al público, denominadas Centros Focales, ubicadas en áreas periurbanas de 5 de los 9 departamentos de Bolivia: Cochabamba, La Paz, Tarija, Chuquisaca 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 el primer caso, el monto del préstamo por persona oscila entre 50 y 1.500 dólares, con un plazo de pago de 3 a 7 meses. En el caso de los créditos individuales, el monto del préstamo oscila entre 500 y 5 mil dólares.

con un plazo de pago de 6 a 18 meses. En ambos casos, la tasa de interés del crédito es de 2.5% mensual.

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.

A junio de 2002, la cartera de créditos individuales de PRO MUJER superaba a los 50 mil dólares y estaba distribuida entre 120 prestatarios, con un monto promedio de 416 dólares. En créditos a Asociaciones Comunales, se tenía una cartera de 3.6 millones de dólares, que representaban el 98.6% de la cartera total y estaban distribuidos entre 27 mil prestatarios con un crédito promedio de 127 dólares. Sus clientas mujeres representaban al 99% de la clientela atendida y, los varones apenas alcanzaban al 1%. Sólo el 0.77% de la cartera bruta estaba en mora.

## 1.2 ACERCA DEL SERVICIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

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-FRIF. 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, 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, se completó el paquete de dos productos del Servicio, con la presentación de los resultados agregados y sectorializados del impacto de los programas de microfinanzas de las ocho entidades evaluadas.

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.

## 1.3 METODOLOGÍA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

La metodología de investigación utilizada por el Servicio de Evaluación de Impactos para determinar los impactos de los programas de microfinanzas sobre su clientela fue diseñada por FINRURAL con la participación de las entidades socias de la red, considerando su aplicabilidad general para todas las entidades usuarias del Servicio. Por tanto, busca ser generalizable y replicable para evaluar cualquier programa de microfinanzas, sin enfocarse en un tipo de programa en particular. Asimismo, busca ser simple y generar resultados oportunos de una manera costo-efectiva.

Cabe destacar que el término "programas de microfinanzas" se considera en su definición más amplia, referido no sólo a los programas enfocados en la prestación de servicios microfinancieros sino también a los programas complementarios de servicios no-financieros. Por otra parte, se define al término "impacto", como todo cambio positivo o negativo, tangible o intangible, de carácter significativo y sostenido, que la entidad evaluada genera en sus clientes, así como en su unidad económica y en su unidad familiar a través de la intervención de su programa de microfinanzas.

### 1.3.1 Hipótesis, niveles de investigación y tipos de impactos

*Hipótesis general: El programa de PRO MUJER contribuye a mejorar la situación de las unidades económicas y las unidades familiares de sus clientas, así como, la situación personal de sus clientas*

Basándose en esta hipótesis, se indagó la existencia de impactos, directos e indirectos, del programa de microfinanzas evaluado considerando los siguientes tres niveles de investigación:

- 1) Unidad Económica o negocio del cliente,
- 2) Unidad Familiar u hogar del cliente y
- 3) Cliente como individuo o persona.

Identificados los niveles de investigación, el Gráfico 1 especifica los tipos de impactos que son evaluados en cada uno de ellos y las variables involucradas.

Gráfico 1.1 Tipos de impacto y variables de impacto evaluadas según nivel de investigación.



Fuente: PINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

### 1.3.2 Indicadores de impacto

El cuadro 1.1 especifica los indicadores utilizados para medir los impactos de cada una de las 13 variables de investigación especificadas previamente.

Cuadro 1.1 Indicadores de impacto del Servicio de Evaluación de Impactos

NIVEL DE EVALUACIÓN: UNIDAD ECONÓMICA	
Variables	Indicadores de Impacto
Ingresos	1. Monto promedio de ventas mensuales. 2. Monto promedio "estimado" de ganancias mensuales. 3. Cambio en ingresos de la unidad económica, durante el último año.
Inversión	4. Monto del capital de trabajo de la principal actividad generadora de ingresos. 5. Cambio en el capital de trabajo, durante el último año. 6. Valor monetario estimado de los activos productivos de la unidad económica. 7. Cambio en los activos productivos utilizados en la unidad económica, durante el último año.
Diversificación de ingresos	8. Número de actividades generadoras de ingresos. 9. Nuevas actividades económicas o nuevos productos o servicios, en el último año.
Empleo	10. Tamaño de la fuerza laboral total. 11. Tamaño de la fuerza laboral remunerada dependiente. 12. Cambio en el nivel de empleo remunerados, durante el último año.
NIVEL DE EVALUACIÓN UNIDAD FAMILIAR	
Variables	Indicadores de Impacto
Ingreso Familiar	13. Monto del ingreso familiar mensual. 14. Cambio en el ingreso familiar, durante el último año.
Activos del hogar	15. Valor estimado de los activos de la unidad familiar. 16. Cambio en la tenencia de activos del hogar, durante el último año.
Seguridad alimentaria	17. Hogares que enfrentaron periodos de inseguridad alimentaria, en el último año. 18. Cambio en la alimentación del hogar, durante el último año.
Educación	19. Asistencia escolar de menores de edad, en el último año. 20. Asistencias de adultos a centros educativos o de capacitación, en el último año.
Salud	21. Asistencia a controles médicos de salud de los miembros menores de edad, en el último año. 22. Asistencia a controles médicos de salud de miembros adultos, durante el último año.
Condiciones de vivienda	23. Hogares que refaccionaron su vivienda, en el último año. 24. Hogares que ampliaron su vivienda, en el último año. 25. Hogares que mejoraron su acceso a servicios básicos, durante el último año.

(Continuación cuadro 1.1)

NIVEL DE EVALUACIÓN: CLIENTE O PERSONA	
Variables	Indicadores
Autoestima	26. Planteamiento de retos personales. 27. Participación y liderazgo en organizaciones sociales. 28. Poder de decisión de la asignación de ingresos generados (aplicable sólo a mujeres).
Habilidades empresariales	29. Hábito de realizar registros contables. 30. Hábito de administración separada del dinero de la unidad económica y del hogar.
Empoderamiento económico	31. Nivel de ingreso personal. 32. Cambio en el ingreso personal, durante el último año.

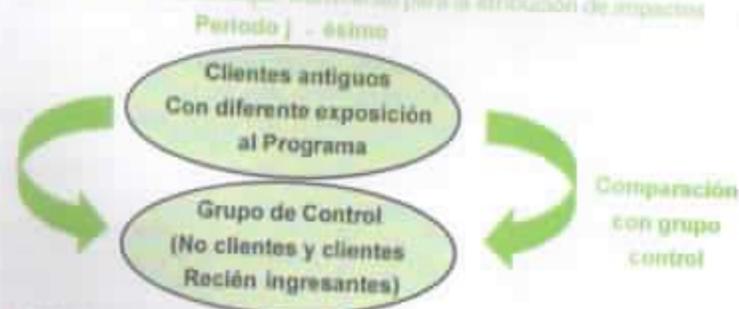
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

### 1.3.3 Enfoque para la atribución de impactos

Para la determinación del impacto del programa de microfinanzas de PRO MUJER sobre su clientela, se utilizó un enfoque transversal. Este enfoque recolecta información, en un instante de tiempo, proveniente de una muestra de clientes maduros o con una antigüedad significativa como para que su exposición al programa de microfinanzas haya generado cambios significativos y sostenibles en sus vidas. Esta información de clientes maduros es comparada con la información de un "grupo de control", conformado por personas que aunque tienen las características de la población objetivo de la entidad no han participado en su programa de microfinanzas ó, alternativamente, recién están ingresando o iniciando su participación en el mismo.

La existencia de impactos del programa de microfinanzas, se determina evaluando las diferencias entre los resultados logrados por los individuos de la muestra de clientes y el grupo de control, con fecha de corte en el instante de tiempo de la evaluación. Asumiendo que ambas muestras tienen características similares y, que han estado expuestas a los mismos efectos del entorno, con la excepción de aquellos generados por el programa de microfinanzas de la entidad evaluada, cualquier diferencia se atribuirá a la exposición o no-exposición a dicho programa. El Grafico 1.2 bosqueja el esquema de comparación para la atribución de impactos.

Grafico 1.2 Enfoque transversal para la atribución de impactos



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

### 1.3.4 Población objetivo de la investigación

De acuerdo a las características del enfoque transversal seleccionado para la atribución de impactos, la población objetivo de la investigación debe cumplir las siguientes condiciones:

A nivel de clientes de la entidad evaluada

- Clientes varones o mujeres, que se dediquen a al menos una actividad generadora de ingresos orientada al mercado, la cual es propia o compartida con familiares y/o socios.
- Clientes con una antigüedad de participación en el programa de microfinanzas de la entidad evaluada de al menos dos años.
- Clientes sin mora o con una mora máxima de 30 días de retraso de pago, a la fecha de planificación del trabajo de campo.

A nivel de grupo de control de los clientes de la entidad evaluada

- Individuos, varones o mujeres, mayores de edad, que se dedican a al menos una actividad generadora de ingresos orientada al mercado, la cual es propia o compartida con familiares y/o socios.
- Individuos que no han participado en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, o que alternativamente recién comienzan a hacerlo con una antigüedad de participación no mayor a 3 meses.
- Individuos que habitan en viviendas próximas a las de las personas que conforman la muestra de clientes de la entidad evaluada, o alternativamente, operan sus actividades económicas en las mismas zonas donde las personas de la muestra de clientes realizan la comercialización de sus productos y/o servicios.

### 1.3.5 Herramientas para el relevamiento de información

Para el relevamiento de la información proveniente de la población objetivo identificada, se utilizaron las siguientes dos herramientas:

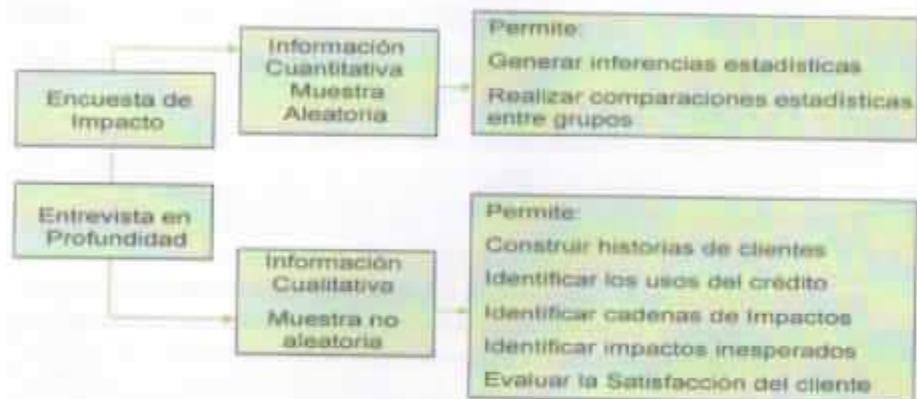
La primera, es una herramienta para la generación de información cuantitativa denominada "Encuesta de Impacto". Se aplica a una muestra "probabilística" de clientes de la entidad evaluada y a un grupo de control, ambos con las características de la población objetivo de la investigación. El nivel de error asignado para la estimación de la muestra ronda al 3%. El objeto de esta herramienta es generar estadísticas cuantitativas que permitan comparar a la muestra de clientes y el grupo de control a fin de inferir estadísticamente impactos por su exposición o no-exposición al programa de microfinanzas de la entidad evaluada. Su duración promedio es de 30 minutos por encuesta.

La segunda, es una herramienta para la generación de información cualitativa denominada "Entrevista en-profundidad". Se aplica a una muestra

"determinística" de clientes de la entidad evaluada, que cumplen con las características de la población objetivo de la investigación. Su objeto general es profundizar el conocimiento sobre los impactos del programa de microfinanzas de la entidad evaluada. También recaba recomendaciones de este tipo de clientela para que la entidad evaluada genere mayores impactos sobre sus clientes. Su duración promedio es de una hora por entrevista.

El Gráfico 1.3, bosqueja algunas de las características de las herramientas utilizadas para el relevamiento de la información.

Gráfico 1.3 Características de la Encuesta de Impacto y la Entrevista en profundidad



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

## Resultados cuantitativos del impacto de PRO MUJER-Bolivia

### 2.1 ANTECEDENTES

Los resultados cuantitativos presentados en esta sección, están basados en la Encuesta de Impacto que fue aplicada a una muestra de clientes de PRO MUJER y un grupo de control, que cumplieran las características de la población objetivo de la investigación. Esta encuesta fue efectuada entre los meses de Abril y Mayo de 2002, por Agrodatab, una empresa especializada contratada por FINRURAL. En total se relevaron 489 encuestas, de las cuales, 315 corresponden a clientes y 174 a individuos del grupo de control. Estas encuestas fueron relevadas en cuatro departamentos del país: La Paz, Cochabamba, Tarija y Chuquisaca, en zonas en que PRO MUJER opera sus Centros Focales. Como se aprecia en el Gráfico 2.1, la mayor parte de las encuestas, fueron relevadas en la ciudad de El Alto del departamento de La Paz, representando al 59% de la muestra. Las encuestas correspondientes a los otros tres departamentos tuvieron una participación porcentual comprendida entre el 11% y 16%.

Gráfico 2.1 PRO MUJER: Muestra de la investigación



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Cabe destacar que la muestra de clientes de PRO MUJER, contempla la participación no sólo de clientas mujeres sino también de clientes varones. No obstante, la participación de estos últimos es mínima, representando tan sólo

el 4% de la muestra, frente a un 96% de mujeres. Por tanto, será considerada una muestra, básicamente, de sólo mujeres.

El Gráfico 2.2 presentado seguidamente, describe algunas de las principales características del perfil de las clientas de la muestra como prestatarias de PRO MUJER y como ahorristas de las asociaciones comunales.

Gráfico 2.2 PRO MUJER: Características del perfil del prestatario/ahorrista



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

En cuanto al crédito, se observa que la mayoría de las clientas de la muestra son prestatarias de un monto de 100 dólares y ya han recibido 6 préstamos externos de PRO MUJER. No obstante, también existe una importante participación de prestatarias con créditos mayores a 100 dólares, efecto que conlleva a que el monto promedio del préstamo actualmente demandado por cada una de las clientas de la muestra sea de 380 dólares. En el caso del número de préstamos la dispersión de la muestra no es muy elevado, por lo que el promedio se acerca a la moda con 6 préstamos por cliente.

En cuanto al ahorro, la mayoría de las clientas de la muestra han acumulado en su asociación comunal ahorros comprendidos entre 51 a 200 dólares, donde el ahorro igual a 100 dólares es el más frecuente. Con menor representatividad encontramos a las clientas con ahorros superiores a dicho rango, por tanto, el ahorro promedio de cada uno de los clientes de la muestra es de tan sólo 184 dólares.

Por último, destacamos que la mayoría de las clientas de la muestra expresaron sólo haber tenido experiencia crediticia con PRO MUJER. El 22% reconoció haber acudido a otras entidades financieras, incluyendo no sólo microfinancieras sino también entidades que otorgan créditos de consumo y para vivienda.

El Cuadro 2.1, presentado a continuación, resume y compara los datos observados más frecuentemente en la muestra de clientes y el grupo de control, en el ámbito del perfil de los individuos encuestados y el perfil de sus unidades familiares y sus unidades económicas.

Cuadro 2.1 PRO MUJER: Comparación de datos más frecuentes del perfil de la muestra de clientes y el grupo de control

	Muestra De Clientes	Grupo de Control
<b>A nivel del individuo</b>		
Lugar de residencia	Urbano	Urbano
Sexo del individuo	Femenino	Femenino
Edad del individuo	32 años	32 años
Estado civil del individuo	Casado(a)	Casado(a)
Máximo Nivel de instrucción	Primario	Primario
<b>A nivel de la unidad familiar</b>		
Tamaño del hogar	4 miembros	4 miembros
Número de menores de 0 a 5 años	1 miembro	1 miembro
Número de menores en edad escolar	1 miembro	1 miembro
Número de adultos	2 miembros	2 miembros
Tipo de vivienda	Vivienda propia	Vivienda propia
<b>A nivel de la unidad económica</b>		
Tipo de propiedad	Del individuo	Del individuo
Principal sector de actividad	Comercio	Comercio
Antigüedad de la principal actividad	3 años	1 año

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

Basados en estos datos concluimos que ambas muestras son comparables por dos razones principales: 1) Sus características tanto en el ámbito de la unidad familiar, de la unidad económica y del individuo son altamente similares y 2) No se presentan diferencias significativas que conlleven a la distorsión de los resultados producto de la comparación.

En las siguientes secciones se realizará una evaluación estadística de los resultados de la muestra de clientes y grupo de control, correspondientes a los 33 indicadores utilizados para determinar los impactos económicos, sociales y de empoderamiento de PRO MUJER. El criterio para determinar la existencia de impactos del programa de microfinanzas de la entidad evaluada, será la existencia de una diferencia superior a tres puntos porcentuales entre los resultados de ambas muestras, esto considerando que el nivel de error asignado para la estimación de la muestra es de 3%. Si las diferencias entre los resultados de ambas muestras son iguales o menores a tres puntos porcentuales, no se inferirán impactos del programa de la entidad evaluada por no ser lo suficientemente significativas.

## 2.2 IMPACTOS ECONÓMICOS DE PRO MUJER

A continuación, se presentan los resultados de la investigación referentes al impacto del programa de microfinanzas de PRO MUJER - Bolivia, sobre las siguientes seis variables del campo económico estudiadas:

- Inversión en la unidad económica de clientes
- Empleo en la unidad económica de clientes
- Ingresos de la unidad económica de clientes
- Diversificación de la unidad económica de clientes
- Ingreso de la unidad familiar de clientes
- Activos de la unidad familiar de clientes

### 2.2.1 Impactos sobre inversión en la unidad económica.

**Inversión en activos.** Los casos de unidades económicas con mayores niveles de inversión en activos y capital de trabajo, se observan más frecuentemente en clientes de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Cuadro 2.2, las unidades económicas con los niveles de inversión en activos más bajos, iguales o menores a quinientos dólares, tienen una participación comparativamente mayor dentro el grupo de control. La situación opuesta se verifica en inversiones superiores a quinientos dólares pero no mayores a diez mil dólares, donde las unidades de la muestra de clientes adquieren mayor importancia comparativa, con una participación porcentual de 40%, superior en 9 puntos porcentuales al 31% del grupo de control. En términos de inversión promedio, las unidades económicas de clientes de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 3.630 dólares, mayor a los 2.050 dólares evidenciados en el grupo de control. No obstante, cuando se trata de niveles de inversión en activos superiores a diez mil dólares, las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa de PRO MUJER sobre estos niveles de inversión.

Cuadro 2.2 PROMUJER: Inversión en activos de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

Rango	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No.	%	No.	%
500 o menos	132	42%	87	50%
501 a 10.000	126	40%	54	31%
Más de 10.000	26	8%	9	5%
No Responde	31	10%	24	14%
Total	315	100%	174	100%
Media muestral	3.630 dólares		2.050 dólares	

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

**Inversión en capital de trabajo.** En el caso del capital de trabajo, como muestra el Gráfico 2.3, los niveles más bajos de inversión, de cien dólares o

menos, tienen una participación comparativamente mayor en el grupo de control. La situación opuesta ocurre para niveles de inversión mayores a cien dólares, pero no superiores a cinco mil dólares, donde adquieren mayor importancia comparativa las unidades económicas de la muestra de clientes, con una participación de 78% que supera en 8 puntos porcentuales al 70% del grupo de control. En términos de inversión promedio, las unidades económicas de clientes de PRO MUJER también registraron mejores resultados comparativos, con un monto de 810 dólares, mayor a los 740 dólares del grupo de control. No obstante, para niveles de capital de trabajo mayores a cinco mil dólares, las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de PRO MUJER y aquellos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos de PRO MUJER sobre estos niveles de inversión.

Gráfico 2.3 PRO MUJER: Inversión en capital de trabajo de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

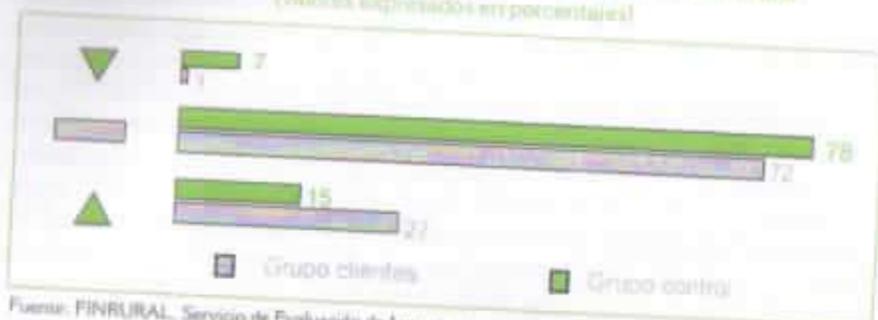


Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*La inversión promedio en "activos" de las unidades económicas de la muestra de clientes supera en 77% a la evidenciada en unidades económicas del grupo de control, mientras que, la inversión promedio en capital de trabajo de las primeras supera en 9% a la de las segundas*

**Cambios en inversión, durante el último año.** En el último año, las unidades económicas que, pese al contexto adverso, lograron elevar sus inversiones, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientes de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Gráfico 2.4, aunque en ambas muestras la tendencia predominante en el último año fue la de mantener los mismos niveles de inversión en activos, el 27% de las unidades económicas de la muestra de clientes logró incrementar este tipo de inversión frente a tan sólo un 15% en el grupo de control.

Gráfico 2.4: Cambios en inversión en activos, durante el último año (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Por otra parte, como muestra el Cuadro 2.3, las unidades económicas que en el último año elevaron su inversión en capital de trabajo representaron al 46% en la muestra de clientes y, tan sólo al 24% en el grupo de control, con una elevada diferencia de 22 puntos porcentuales entre ambos resultados. Destaca también la existencia de una tendencia distinta en cada muestra. En la muestra de clientes, las unidades económicas que elevaron su capital de trabajo superaron a aquellas que mantuvieron los mismos niveles de inversión, situación inversa a la evidenciada en el grupo de control.

Cuadro 2.3: Cambios en inversión en capital de trabajo durante el último año

Tipo	Muestra de clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Aumentó	150	46%	42	24%
No Cambio	121	38%	91	52%
Disminuyó	49	16%	41	24%
Total	315	100%	174	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que en el último año incrementaron su inversión en activos productivos representaron al 27% en la muestra de clientes y al 15% del grupo de control. Por otra parte, aquellas que elevaron su inversión en capital de trabajo representaron al 46% en la muestra de clientes y tan sólo al 24% del grupo de control.

En conclusión, se evidencia que PRO MUJER, al propiciar el mejoramiento de las actividades generadoras de ingresos de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, niveles de inversión superiores a los de unidades económicas similares de individuos que no participaron en PRO MUJER. De aquí en adelante, al referirnos a los "individuos que no participaron el programa" nos estamos basando en la estructura del grupo de

control de la investigación<sup>2</sup>. No obstante, aún no se infieren impactos de la institución sobre niveles de capital de trabajo mayores a cinco mil dólares y niveles de inversión en activos superiores a diez mil dólares. Enfocándonos sólo en las inversiones realizadas en el último año, se evidenció que las unidades económicas expuestas a los efectos del programa de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de aquellas no-expuestas, aun cuando ambas operaron bajo el mismo contexto económico adverso.

## 2.2.2 Impactos sobre Empleo en la Unidad Económica

**Empleo total.** Los casos de unidades económicas que operan con un mayor tamaño de fuerza laboral, se observan más frecuentemente en clientes de PRO MUJER que en el grupo de control.

Gráfico 2.5 PRO MUJER: Tamaño de la fuerza laboral de las unidades económicas de la muestra



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como se aprecia en el Gráfico 2.5, las unidades económicas que operan con un menor número de trabajadores, de 1 a 2, tienen una participación comparativamente mayor dentro el grupo de control. La situación opuesta ocurre cuando se trata de unidades económicas operadas por 3 a 4 trabajadores, donde la representatividad de las unidades económicas de la muestra de clientes es mayor, con una participación de 20% que supera en 6 puntos porcentuales al 14% evidenciado en el grupo de control. No obstante, cuando se trata de niveles de fuerza laboral de 5 o más trabajadores las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa de PRO MUJER sobre estos niveles de empleo.

**Empleo dependiente remunerado.** De acuerdo a los indicadores utilizados no es posible inferir impactos de PRO MUJER sobre el empleo dependiente

2. Al referirnos a los "individuos que no participaron el programa" nos estamos basando en la estructura del grupo de control de la investigación, el cual está conformado por individuos que no participaron en PRO MUJER e individuos que recién lo están haciendo con una antigüedad no mayor a 3 meses.

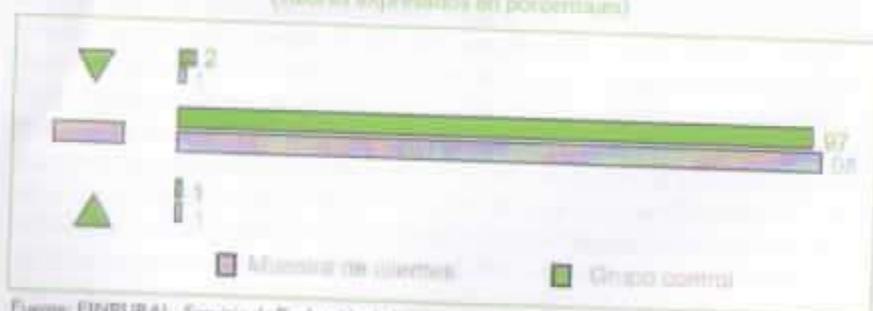
remunerado de las unidades económicas de sus clientas, debido a que las diferencias comparativas entre los resultados de la muestra de clientas y el grupo de control no son significativas. Como muestra el Gráfico 2.6, los resultados de los rangos donde se identifica la existencia de trabajadores dependientes remunerados, muestran una diferencia entre los resultados de la muestra de clientas y el grupo de control que no superan los tres puntos porcentuales como para considerarse significativa.

Gráfico 2.6 PRO MUJER: Nivel de Empleo Dependiente y Remunerado



Por otra parte, como se aprecia en el Gráfico 2.7, el comportamiento en el último año de las unidades de la muestra de clientas y el grupo de control en cuanto a niveles de empleo dependiente remunerado, no evidencia diferencias que superen los tres puntos porcentuales como para considerarse significativas.

Gráfico 2.7 PRO MUJER: Cambio en el empleo remunerado dependiente durante el último año (valores expresados en porcentajes)



En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el mejoramiento de las actividades generadoras de ingresos de sus clientas, ha posibilitado que sus negocios tengan, con mayor frecuencia, niveles de absorción de mano de obra superiores a los de unidades económicas similares de individuos que no participaron en su programa de microfinanzas. No obstante, esta mano de obra es principalmente de tipo familiar, ya que no se evidenciaron impactos de su programa sobre la generación de empleo dependiente remunerado.

### 2.2.3 Impactos sobre Ingresos de la unidad económica

**Ventas y Ganancias.** Los casos de unidades económicas con mayores niveles de ingresos se observan más frecuentemente en clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como muestra el Gráfico 2.8, las unidades económicas con los niveles de ventas más bajos, iguales o menores a doscientos dólares al mes, tienen una participación comparativamente mayor dentro el grupo de control. La situación opuesta se verifica para ventas mayores a doscientos dólares mensuales, donde las unidades económicas de la muestra de clientas adquieren mayor importancia comparativa, con una participación de 57% superior en 10 puntos porcentuales al 47% del grupo de control. En términos de ventas promedio, las unidades económicas de clientas de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 400 dólares mensuales, mayor a los 310 dólares evidenciados en el grupo de control.

Gráfico 2.8 PRO MUJER: Venta mensual promedio de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)



El nivel de ventas promedio de las unidades económicas de la muestra de clientas supera en 29% al evidenciado en unidades económicas del grupo de control.

Cuadro 2.4 PRO MUJER: Ganancia mensual promedio de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

Rango	Muestra de Clientas		Grupo de Control	
	No.	%	No.	%
Hasta 100	155	49%	97	56%
101 a 400	133	43%	63	36%
Más de 400	26	8%	14	8%
No responde	1	0%	0	0%
Total	315	100%	174	100%
Media muestral	190 dólares		170 dólares	

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

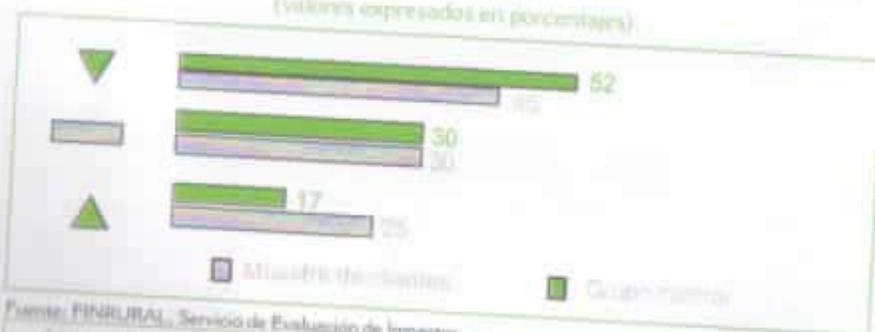
Por otra parte, como muestra el Cuadro 2.4, las unidades económicas que generan los niveles de ganancias más bajos, de cien dólares mensuales o menos,

tienen una participación comparativamente mayor dentro el grupo de control. La situación opuesta ocurre en el rango de ganancias mayores a cien pero no superiores a cuatrocientos dólares mensuales, donde predominan las unidades económicas de las clientas, con una participación de 43% superior en 7 puntos porcentuales a 36% del grupo de control. En términos de ganancias promedio, las unidades económicas de clientas de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 190 dólares mensuales, mayor a los 170 dólares evidenciados en el grupo de control. No obstante, cuando se trata de niveles de ganancias superiores a 400 dólares mensuales, las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos de PRO MUJER sobre estos niveles de ganancias.

En cuanto a ganancias, las unidades económicas de la muestra de clientas generan un monto promedio que supera en 12% al registrado en el grupo de control.

**Cambios en ingresos, durante el último año.** En el último año, los casos de unidades económicas que, pese al adverso contexto económico-social, lograron elevar sus niveles de ingresos, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Gráfico 2.9, aunque en ambas muestras la tendencia predominante en el último año fue la de disminución de ingresos, el 25% de las unidades económicas de la muestra de clientas logró incrementar sus ingresos frente a tan sólo un 17% en el grupo de control.

Gráfico 2.9 PRO MUJER: Cambio en los ingresos de las unidades económicas, en el último año (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que en el último año "incrementaron" su nivel de ingresos representaron al 25% en la muestra de clientas y sólo al 17% del grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el mejoramiento de las actividades generadoras de ingresos de sus

clientas ha posibilitado que sus negocios tengan, con mayor frecuencia, niveles de ingresos superiores a los de unidades económicas similares de individuos que no participaron en su programa de microfinanzas. No obstante, todavía no se infieren impactos del programa cuando se trata de niveles de ganancias superiores a cuatrocientos dólares mensuales. Enfocándonos sólo en los ingresos generados en el último año, se evidenció que las unidades económicas expuestas a los efectos del programa de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de aquellas no-expuestas, aun cuando ambas operaron bajo el mismo contexto económico adverso.

#### 2.2.4 Impactos sobre Diversificación de Ingresos de la Unidad Económica

Las unidades económicas que diversifican ingresos, se observan más frecuentemente en clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como muestra el Cuadro 2.5, las unidades económicas que ejecutan una sola actividad tienen una participación comparativamente mayor a la del grupo de control. A diferencia, las unidades económicas que desempeñan dos actividades tienen una importancia comparativa mayor en la muestra de clientes, con una participación de 42% que supera en 17 puntos porcentuales al 25% del grupo de control. En términos de número promedio de actividades, las unidades económicas de clientas de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con 2 actividades frente a sólo una actividad en el caso del grupo de control. No obstante, cuando se trata de estrategias de diversificación de ingresos asociadas al desempeño de 3 o más actividades generadoras de ingresos, las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de PRO MUJER y aquellas de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa sobre este tipo de diversificación de ingresos.

Cuadro 2.5 PRO MUJER: Número de actividades generadoras de ingresos desempeñadas

	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No.	%	No.	%
1 actividad	168	53%	124	71%
2 actividades	131	42%	44	25%
3 o más actividades	16	5%	6	4%
Total	315	100%	174	100%
Media muestral	2 actividades		1 actividad	

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que ejecutan 2 actividades generadoras de ingresos, representan al 42% de la muestra de clientas y tan sólo al 25% del grupo de control.

En conclusión, se evidencia que PRO MUJER, al propiciar el mejoramiento de las actividades generadoras de ingresos de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, fuentes de ingresos más diversificadas que individuos similares que no participaron en el programa. No obstante, todavía no se infieren impactos del programa cuando se trata de estrategias de diversificación de ingresos asociadas con la ejecución de tres o más actividades. Enfocándonos sólo en las estrategias de diversificación aplicadas en el último año, se evidenció que las unidades económicas expuestas a los efectos del programa de microfinanzas de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de aquellas no-expuestas, aun cuando ambas operaron bajo el mismo contexto económico adverso.

### 2.2.5 Impactos sobre Ingresos de la Unidad Familiar

**Ingreso familiar.** Los casos de hogares con mayores niveles de ingresos se observan más frecuentemente en la muestra de clientes de PRO MUJER que en el grupo de control.

Gráfico 2.10 PRO MUJER: Ingreso mensual de las unidades familiares de la muestra (Montos en dólares estadounidenses)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como se aprecia en el Gráfico 2.10, los hogares con el ingreso familiar más bajo, de doscientos dólares mensuales o menos, tienen una importancia comparativamente mayor en el grupo de control. La situación inversa ocurre para ingresos mayores a doscientos pero no superiores a mil dólares mensuales, donde los hogares de la muestra de clientes tienen mayor importancia comparativa, con una participación de 64% que supera en 13 puntos porcentuales al 51% del grupo de control. En términos de ingreso promedio, los hogares de las clientas de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 380 dólares mensuales, mayor a los 280 dólares evidenciados en el grupo de control. No obstante, cuando se trata de niveles de ingreso familiar superiores a 1.000 dólares mensuales, las diferencias evidenciadas entre unidades económicas de individuos que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa de PRO MUJER sobre estos niveles de ingresos.

*El nivel de ingreso promedio de los hogares de la muestra de clientas supera en 36% al evidenciado en unidades económicas del grupo de control.*

**Cambios en el ingreso familiar.** En el último año, los hogares que elevaron sus ingresos se evidenciaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia el Gráfico 2.11, aunque en ambas muestras la tendencia predominante en el último año fue la de no-cambios en los niveles de ingreso familiar, el 33% de los hogares de la muestra de clientas logró incrementar sus ingresos frente a tan sólo un 24% en el grupo de control.

Gráfico 2.11 PRO MUJER: Cambios en el ingreso familiar de los hogares de la muestra, en el último año (Valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER, al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que estos tengan, con mayor frecuencia, niveles de ingresos superiores a los de hogares similares de individuos que no participaron en su programa de microfinanzas. No obstante, todavía no se infieren impactos del programa cuando se trata de niveles de ingreso familiar superiores a mil dólares mensuales. Enfocándonos sólo en los ingresos generados en el último año, se evidenció que los hogares expuestos a los efectos del programa de microfinanzas de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de aquellos no-expuestos, aun cuando ambos operaron bajo el mismo contexto económico adverso.

### 2.2.6 Impactos sobre Activos de la Unidad Familiar

**Inversión en activos.** Los casos de hogares con mayores niveles de inversión en bienes muebles e inmuebles se evidencian más frecuentemente en clientes de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Gráfico 2.12, las unidades familiares con menores niveles de tenencia de activos muebles e inmuebles, con valor máximo de 5.000 dólares, tienen una mayor representatividad dentro el grupo de control. La situación opuesta ocurre para

activos valorados en más de cinco mil dólares, que representan al 48% de los hogares de la muestra de clientes y, tan sólo al 34% de los hogares del grupo de control. En términos de valor promedio de activos, los hogares de las clientas de PRO MUJER también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 16.790 dólares por hogar, mayor a los 9.240 dólares por hogar evidenciados dentro el grupo de control,

Gráfico 2.12 PRO MUJER: Valor de los activos muebles e inmuebles de hogares de la muestra (Muestran dólares estadounidenses)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*El valor promedio de los activos muebles e inmuebles de los hogares de la muestra de clientas, supera en 82% al monto promedio evidenciado en el grupo de control.*

**Cambios en inversión en activos, durante el último año.** Los hogares que en el último año elevaron su tenencia de activos, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como muestra el Gráfico 2.13, aunque en ambas muestras la tendencia general fue la de mantener los niveles de inversión en activos, el 26% de los hogares de la muestra de clientas los incrementaron, frente a un 21% en el caso del grupo de control.

Gráfico 2.13 PRO MUJER: Cambio en la inversión en activos para el hogar en el último año (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Los hogares que, el último año, incrementaron su inversión en activos, representaron al 26% de la muestra de clientas y al 21% del grupo de control.*

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que estos tengan, con mayor frecuencia, niveles de activos mayores a los de hogares similares de individuos que no participaron en su programa de microfinanzas. Enfocándonos sólo en las inversiones en activos realizadas en el último año, se evidenció que los hogares expuestos a los efectos del programa de microfinanzas de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de aquellos no-expuestos, aun cuando ambos estuvieron sujetos a un contexto económico adverso.

### 2.3 IMPACTOS SOCIALES DE PRO MUJER

A continuación se presentan los resultados de la investigación en cuanto al impacto del programa de PRO MUJER - Bolivia sobre las siguientes variables del campo social:

- Seguridad alimentaria de las unidades familiares de las clientas.
- Prevención de Salud de las unidades familiares de las clientas.
- Asistencia a centros Educativos de las unidades familiares de las clientas.
- Condiciones de vivienda de las unidades familiares de las clientas.

#### 2.3.1 Impactos en seguridad alimentaria de la unidad familiar

Los hogares que en el último año evidenciaron mejores condiciones de seguridad alimentaria, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Cuadro 2.6, el 65% de los hogares de la muestra de clientas no experimentaron periodos de escasez de alimentos en el último año, mientras que, en el grupo de control sólo el 57% de los hogares estuvieron libres de periodos de falta de alimentos. Por otra parte, los hogares que en el último año mejoraron las condiciones de su alimentación, representaron al 40% de los hogares de la muestra de clientas y sólo al 35% en el caso del grupo de control.

Cuadro 2.6 PRO MUJER. Indicadores de seguridad alimentaria en hogares de la muestra

Periodos de escasez de alimentos, en el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares con periodos de escasez de alimento	35%	43%
Hogares sin periodos de escasez de alimento	65%	57%
Total	100%	100%
Cambios en las condiciones de alimentación, en el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares que mejoraron su alimentación	40%	35%
Hogares que no cambiaron su alimentación	49%	53%
Hogares que empeoraron su alimentación	11%	12%
Total	100%	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los hogares que en el último año no experimentaron periodos de inseguridad alimentaria, representaron al 35% de la muestra de clientes y al 43% del grupo de control. Por otra parte, los hogares que mejoraron su alimentación representaron al 40% de la muestra de clientes y al 35% del grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que estos tengan, con mayor frecuencia, mejores condiciones de seguridad alimentaria que las de hogares similares de individuos que no participaron en su programa. Esto se cumple aún cuando ambos tipos de hogares estuvieron sujetos a los efectos de un contexto económico adverso.

### 2.3.2 Impactos sobre la prevención de la salud de la unidad familiar

Los hogares que evidencian mejores prácticas de prevención de la salud de sus miembros adultos y menores de edad, se observan con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en el grupo de control. Como se aprecia en el Cuadro 2.7, cuando se trata de la prevención de la salud de menores, los hogares donde todos los menores de edad recibieron controles médicos durante el último año son mayoritarios dentro la muestra de clientas de PRO MUJER, mientras que, en el grupo de control se evidencia una situación contraria. Los hogares donde al menos un menor no recibió un control médico en el último año, representaron al 54% de los hogares del grupo de control y sólo al 45% de los hogares de la muestra de clientas. En cuanto a la prevención de la salud de adultos, se evidencia que los hogares donde al menos uno de los adultos recibió un control médico de salud en el último año son mayoritarios

dentro la muestra de clientas de PRO MUJER, mientras que, en el grupo de control se observa un comportamiento inverso. Los hogares donde ningún adulto recibió un control médico, representaron al 52% de los hogares del grupo de control, y sólo al 44% en el caso de la muestra de clientas.

Cuadro 2.7 PRO MUJER. Prácticas de prevención de salud en los hogares de la muestra

Controles médicos de salud a menores de edad, durante el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares donde "todos" los menores de edad recibieron controles médicos de salud	55%	46%
Hogares donde al menos un menor de edad no recibió un control médico de salud	45%	54%
Total	100%	100%
Controles médicos de salud a adultos, durante el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares en los que al menos un adulto recibió un control médico de salud	56%	48%
Hogares en los que ningún adulto recibió un control médico de salud	44%	52%
Total	100%	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Los hogares donde todos los menores de edad recibieron controles médicos de salud en el último año, representaron al 55% de la muestra de clientas y sólo al 46% en el caso del grupo de control.*

Los hogares donde al menos un adulto recibió un control médico de salud, representaron al 56% de la muestra de clientes y tan sólo al 48% del grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que estos tengan, con mayor frecuencia, mejores hábitos de prevención de la salud de sus miembros adultos y menores, que hogares similares de individuos que no participaron en su programa. Esto se cumple aun cuando ambos tipos de hogares estuvieron sujetos a los efectos de un contexto económico adverso.

### 2.3.3 Impactos sobre asistencia a centros educativos de miembros de la unidad familiar

Los hogares con mejor comportamiento en cuanto a mejora de los niveles de instrucción de sus miembros adultos y menores de edad, se evidencian con

mayor frecuencia en la muestra de clientes que en el grupo de control. Como muestra el Cuadro 2.8, aunque en ambas muestras predominan los hogares donde todos los menores en edad escolar están siendo instruidos, aquellos donde al menos uno no lo hace, se observan más frecuentemente en el grupo de control. En el 13% de los hogares del grupo de control, existe al menos un menor en edad escolar que en el último año no recibió educación, mientras que, en la muestra de clientes esta situación caracteriza sólo al 8% de los hogares. En el caso de la instrucción de adultos se indagó sobre su asistencia a centros educativos o de capacitación durante el último año. A las clientas de PRO MUJER se les preguntó por la asistencia a este tipo de centros de instrucción de manera independiente a la capacitación otorgada por la institución. Aunque en ambas muestras predominaron los hogares donde ninguno de los adultos asistió durante el último año a centros educativos o de capacitación, aquellos que sí lo hicieron, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER. Los hogares donde al menos un adulto mejoró su nivel de instrucción en el último año, representaron al 47% de los hogares de la muestra de clientas y sólo al 35% dentro el grupo de control.

Cuadro 2.8 PRO MUJER: Indicadores de mejoras en educación de hogares de la muestra

Asistencia escolar de menores de edad, durante el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares donde todos los menores de edad reciben instrucción básica o secundaria	92%	87%
Hogares donde al menos un menor de edad no recibe instrucción escolar	8%	13%
Total	100%	100%
Asistencia de adultos a centros educativos o centros de capacitación, en el último año	Muestra de Clientes %	Grupo de Control %
Hogares donde ningún adulto asistió a centros de capacitación o instrucción	53%	65%
Hogares donde al menos un adulto asistió a centros de capacitación o instrucción	47%	35%
Total	100%	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Los hogares donde, en el último año, la asistencia escolar de los menores fue satisfactoria, representaron al 92% de los hogares de la muestra de clientas y al 87% de los hogares del grupo de control.*

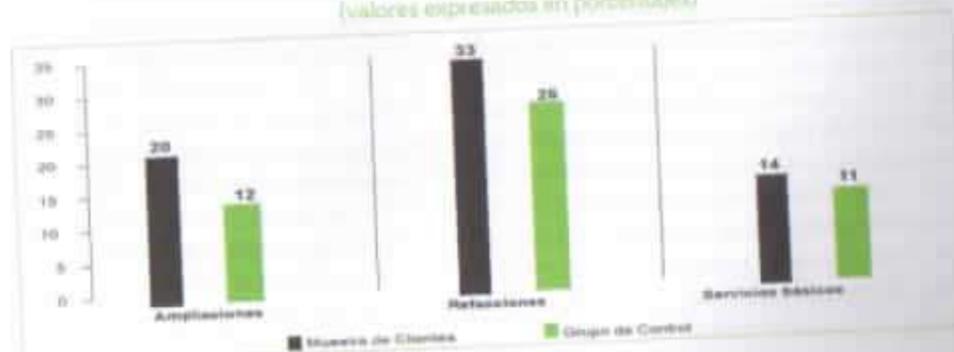
*Los hogares donde al menos un adulto elevó su nivel de formación asistiendo a centros educativos o de capacitación, representaron al 47% de la muestra de clientas y al 35% del grupo de control.*

En conclusión, se evidencia que PRO MUJER, al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que tanto los miembros adultos como menores de sus hogares tengan, con mayor frecuencia, una asistencia a centros educativos o de capacitación superior a la de hogares similares de individuos que no participaron en el programa. Esto se cumple aun cuando ambos tipos de hogares estuvieron sujetos a los efectos de un contexto económico adverso.

### 2.3.4 Impactos en condiciones de vivienda de la unidad familiar

Aunque tanto en la muestra de clientas como en el grupo de control predominaron los hogares que en el último año no realizaron mejoras a su vivienda, aquellos que sí lo hicieron correspondieron con mayor frecuencia a la muestra de clientas de PRO MUJER. Como se aprecia en el Gráfico 2.14, el 20% de los hogares de la muestra de clientas ampliaron su vivienda frente a sólo un 12% en el grupo de control. Por otra parte, el 33% de los hogares de la muestra de clientas refaccionaron su vivienda frente a sólo un 26% en el caso del grupo de control. No obstante, cuando se trata de mejoras de vivienda traducidas en un mejor acceso a servicios básicos, las diferencias evidenciadas entre hogares de individuos que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y hogares de individuos que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa de PRO MUJER sobre este tipo de mejora de vivienda.

Gráfico 2.14 PRO MUJER: Mejoras en vivienda de los hogares de la muestra, en el último año (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los hogares que en el último año realizaron ampliaciones a su vivienda, representaron al 20% de la muestra de clientes y al 12% del grupo de control. Por otra parte, los hogares que realizaron refacciones a su vivienda, representaron al 33% de la muestra de clientes y al 26% del grupo de control.

En conclusión, se evidencia que PRO MUJER, al propiciar el bienestar de los hogares de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, condiciones de vivienda mejores que las de hogares similares de individuos que no participaron en su programa. Esto se cumple aun cuando ambos tipos de hogares estuvieron sujetos a los efectos del contexto adverso. No obstante, no se evidencian impactos de PRO MUJER sobre mejoras en el acceso a servicios básicos de las viviendas de sus clientas.

## 2.4 IMPACTOS EN EMPODERAMIENTO DE MUJERES

A continuación se presentan los resultados de la investigación en cuanto al impacto del programa de PRO MUJER - Bolivia, sobre las siguientes tres variables del campo de empoderamiento de mujeres:

- Empoderamiento económico de mujeres
- Autoestima de mujeres
- Capacidades empresariales de mujeres

### 2.4.1 Empoderamiento económico de mujeres

Nivel de ingreso personal. Los casos de mujeres con mayores niveles de ingreso personal se observan más frecuentemente en clientas de PRO MUJER que en mujeres que conforman el grupo de control. Como se aprecia en el Cuadro 2.9, las mujeres con ingreso personal más bajo, de cien dólares mensuales o menos, tienen una participación comparativamente mayor dentro el grupo de control. La situación opuesta se verifica para ingresos mayores a cien pero no superiores a cuatrocientos dólares mensuales, donde las mujeres de la muestra de clientes adquieren mayor importancia comparativa, con una participación de 43%, superior en 5 puntos porcentuales al 38% del grupo de control. En términos de ingreso personal promedio, las clientas también registran mejores resultados comparativos, con un monto de 190 dólares mensuales, mayor a los 160 dólares de las mujeres del grupo de control. No obstante, para ingresos mayores a 400 dólares mensuales, las diferencias entre las mujeres que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no infieren impactos del programa sobre estos niveles de ingreso.

Cuadro 2.9 PRO MUJER: Ingreso personal mensual de las mujeres de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
100 o menos	151	50%	83	54%
101 a 400	125	43%	57	38%
401 o más	27	7%	13	8%
Total	303	100%	153	100%
Media muestral	190 dólares		160 dólares	

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

El ingreso personal promedio de las mujeres de la muestra de clientas supera en 27% al ingreso personal promedio de las mujeres del grupo de control.

**Cambio en el ingreso personal, durante el último año.** Los casos de mujeres que en el último año elevaron sus niveles de ingreso personal, se observaron con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en mujeres del grupo de control. Como se aprecia en el Gráfico 2.15, aunque en ambas muestras la tendencia predominante en el último año fue la de mantener el mismo nivel de ingreso personal, el 29% de las mujeres de la muestra de clientas logró incrementar sus ingresos frente a tan sólo un 18% en el caso del grupo de control.

Gráfico 2.15 PRO MUJER: Cambio en el ingreso personal de las mujeres de la muestra, en el último año (Valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las mujeres que en el último año elevaron su nivel de ingreso personal representaron al 29% de la muestra de clientas y al 18% dentro el grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el empoderamiento de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, niveles de ingresos superiores a los de mujeres que no participaron en su programa de microfinanzas. No obstante, todavía no se infieren impactos del programa cuando se trata de niveles de ingreso personal

superiores a cuatrocientos dólares mensuales. Enfocándonos sólo en los ingresos generados en el último año, se evidenció que las mujeres expuestas a los efectos del programa de microfinanzas de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de las no-expuestas, aun cuando ambos recibieron los efectos del contexto económico adverso.

### 2.4.2 Autoestima de mujeres

Los casos de mujeres que evidencian mayor autoestima personal, se observan con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en las mujeres del grupo de control.

Cuando se mide la autoestima de mujeres por su participación social, como muestra el Gráfico 2.16, los resultados favorecen a las clientas de PRO MUJER. El 44% de las clientas de la muestra, participan en organizaciones sociales, independientes de su asociación comunal y, el 31% lo hace a través de cargos de dirigencia. En el grupo de control, sólo el 20% de las mujeres participa en organizaciones sociales y, sólo el 13% lo hace bajo cargos de liderazgo.

Gráfico 2.16 PRO MUJER: Autoestima de mujeres en términos de participación social (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Las mujeres que integran organizaciones sociales representan al 44% de la muestra de clientas y sólo al 20% del grupo de control. De estas mujeres, aquellas que tienen un cargo directivo, representan al 31% en la muestra de clientas y al 13% del grupo de control.*

Cuando se mide la autoestima en términos de planteamiento de retos personales, los resultados nuevamente favorecen a las clientas de PRO MUJER. Como se aprecia en el Gráfico 2.17, las mujeres que tienen retos personales representan al 90% de la muestra de clientas y sólo al 86% en el caso del grupo de control. Entre estas mujeres, aquellas que asignan a su esfuerzo propio como principal determinante del logro de sus retos, representan al 54% de las mujeres de la muestra de clientas de PRO MUJER y sólo al 47% en el caso del grupo de control.

Gráfico 2.17 PRO MUJER: Autoestima de mujeres en términos de retos personales (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Las mujeres que tienen retos personales y asignan como principal determinante de su logro al esfuerzo propio, sobre otros factores externos, representan al 54% de la muestra de clientas y al 47% del grupo de control.*

Por último, cuando se mide la autoestima por el poder de decisión de las mujeres sobre la asignación de sus ingresos personales, los resultados nuevamente favorecen a las clientas de PRO MUJER. Como muestra el Cuadro 2.10, las mujeres que deciden por sí solas el destino de sus ingresos personales, representan al 52% de la muestra de clientas, superando en 8 puntos porcentuales al 44% del grupo de control. La situación inversa ocurre en el caso de las mujeres sin poder de decisión sobre el destino de sus ingresos personales. Estas mujeres tienen mayor representatividad dentro del grupo de control, con una participación de 10%, mayor en 6 puntos porcentuales al 4% de la muestra de clientas. En el caso de mujeres con poder de decisión compartido, con su pareja y/o familiares, las diferencias entre las mujeres que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no inferen impactos del programa sobre la reducción de este tipo de comportamiento.

Cuadro 2.10 PRO MUJER: Autoestima de mujeres por poder de decisión sobre ingresos personales

	Muestra de Clientas (%)	Grupo de Control (%)
Mujeres que deciden por sí solas	52%	44%
Mujeres con poder de decisión compartido	44%	46%
Mujeres sin poder de decisión	4%	10%
Total	100%	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

superiores a cuatrocientos dólares mensuales. Enfocándonos sólo en los ingresos generados en el último año, se evidenció que las mujeres expuestas a los efectos del programa de microfinanzas de PRO MUJER registraron un comportamiento comparativamente mejor al de las no-expuestas, aun cuando ambos recibieron los efectos del contexto económico adverso.

### 2.4.2 Autoestima de mujeres

Los casos de mujeres que evidencian mayor autoestima personal, se observan con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en las mujeres del grupo de control.

Cuando se mide la autoestima de mujeres por su participación social, como muestra el Gráfico 2.16, los resultados favorecen a las clientas de PRO MUJER. El 44% de las clientas de la muestra, participan en organizaciones sociales, independientes de su asociación comunal y, el 31% lo hace a través de cargos de dirigencia. En el grupo de control, sólo el 20% de las mujeres participa en organizaciones sociales y, sólo el 13% lo hace bajo cargos de liderazgo.

Gráfico 2.16 PRO MUJER: Autoestima de mujeres en términos de participación social (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Las mujeres que integran organizaciones sociales representan al 44% de la muestra de clientas y sólo al 20% del grupo de control. De estas mujeres, aquellas que tienen un cargo directivo, representan al 31% en la muestra de clientas y al 13% del grupo de control.*

Cuando se mide la autoestima en términos de planteamiento de retos personales, los resultados nuevamente favorecen a las clientas de PRO MUJER. Como se aprecia en el Gráfico 2.17, las mujeres que tienen retos personales representan al 90% de la muestra de clientas y sólo al 86% en el caso del grupo de control. Entre estas mujeres, aquellas que asignan a su esfuerzo propio como principal determinante del logro de sus retos, representan al 54% de las mujeres de la muestra de clientas de PRO MUJER y sólo al 47% en el caso del grupo de control.

Gráfico 2.17 PRO MUJER: Autoestima de mujeres en términos de retos personales (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*Las mujeres que tienen retos personales y asignan como principal determinante de su logro al esfuerzo propio, sobre otros factores externos, representan al 54% de la muestra de clientas y al 47% del grupo de control.*

Por último, cuando se mide la autoestima por el poder de decisión de las mujeres sobre la asignación de sus ingresos personales, los resultados nuevamente favorecen a las clientas de PRO MUJER. Como muestra el Cuadro 2.10, las mujeres que deciden por sí solas el destino de sus ingresos personales, representan al 52% de la muestra de clientas, superando en 8 puntos porcentuales al 44% del grupo de control. La situación inversa ocurre en el caso de las mujeres sin poder de decisión sobre el destino de sus ingresos personales. Estas mujeres tienen mayor representatividad dentro el grupo de control, con una participación de 10%, mayor en 6 puntos porcentuales al 4% de la muestra de clientas. En el caso de mujeres con poder de decisión compartido, con su pareja y/o familiares, las diferencias entre las mujeres que participan en el programa de microfinanzas de PRO MUJER y aquellas que no lo hacen, son de escasa magnitud. Por tanto, no inferen impactos del programa sobre la reducción de este tipo de comportamiento.

Cuadro 2.10 PRO MUJER: Autoestima de mujeres por poder de decisión sobre ingresos personales

	Muestra de Clientas (%)	Grupo de Control (%)
Mujeres que deciden por sí solas	52%	44%
Mujeres con poder de decisión compartido	44%	46%
Mujeres sin poder de decisión	4%	10%
Total	100%	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las mujeres que tienen poder de decisión absoluto sobre el uso de sus ingresos personales representan al 52% de la muestra de clientes y al 44% del grupo de control.

En conclusión, se evidencia que PRO MUJER, al propiciar el empoderamiento de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, niveles de autoestima superiores a los de mujeres que no participaron en su programa. No obstante, cabe destacar que todavía existe un alto porcentaje de mujeres que continúan decidiendo el destino de sus ingresos personales de manera compartida con sus parejas y/o familiares.

### 2.4.3 Capacidades empresariales de mujeres

Los casos de mujeres con mejores hábitos empresariales, se evidencian con mayor frecuencia en la muestra de clientas de PRO MUJER que en las mujeres del grupo de control.

Gráfico 2.18 PRO MUJER: Capacidades empresariales de las mujeres de la muestra (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como se aprecia en el Gráfico 2.18, las mujeres con hábito de llevar registros contables básicos para su negocio representan al 40% de las clientas de la muestra y, sólo al 25% de las mujeres del grupo de control. Por otra parte, las mujeres que administran separadamente el dinero de su negocio y de su hogar, representan al 72% de las clientas de la muestra y, sólo al 54% de las mujeres del grupo de control, evidenciando nuevamente que esta otra capacidad empresarial es más frecuente en mujeres que son clientas de PRO MUJER.

Las mujeres que tienen el hábito de llevar registros contables básicos de sus actividades generadoras de ingresos, representan al 40% en la muestra de clientas y sólo al 25% del grupo de control.

Las mujeres que tienen el hábito de manejar el dinero de su unidad económica de manera separada del dinero de su unidad familiar, representan al 72% de la muestra de clientas y al 54% del grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que PRO MUJER al propiciar el empoderamiento de sus clientas, ha posibilitado que estas tengan, con mayor frecuencia, mejores capacidades empresariales que las de mujeres que no participaron en su programa de microfinanzas.

## 2.5 PERCEPCIÓN DE CLIENTES SOBRE EL IMPACTO DE PRO MUJER

### 2.5.1 Percepciones generales

Los casos de clientes de PRO MUJER quienes perciben que han existido mejoras en su vida luego de unirse al programa de microfinanzas de la institución, son más frecuentes respecto a aquellos que tienen opiniones contrarias. Como se aprecia en el Cuadro 2.11, el 55% de las clientas de la muestra opinan que la situación de su unidad económica ha mejorado luego de su participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, frente a sólo un 8% con una opinión contraria y un 37% con una opinión neutral. Por otra parte, el 56% de las clientas de la muestra opinan que la situación de su hogar ha mejorado luego de su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 3% con una opinión contraria y un 41% con una opinión neutra. Por último, el 60% de las clientas de la muestra opinan que su situación personal ha mejorado luego de su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 4% con una opinión contraria y un 36% con una opinión neutra.

Cuadro 2.11 PRO MUJER: Percepción de las clientas de la muestra sobre el impacto de la institución

Clientas que opinan que luego de su participación en el programa de PRO MUJER, la situación de su unidad económica	%
Ha mejorado	55%
No ha tenido cambios	37%
Ha empeorado	8%
Opiniones sobre la situación de su unidad familiar, luego del crédito	%
Ha mejorado	56%
No ha tenido cambios	41%
Ha empeorado	3%
Opiniones sobre su situación personal, luego del crédito	%
Ha mejorado	60%
No ha tenido cambios	36%
Ha empeorado	4%

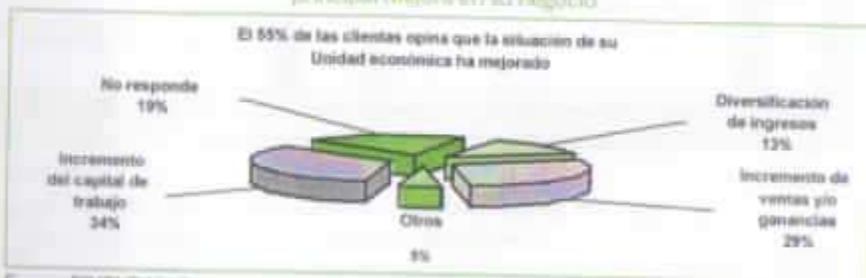
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*El 55% de las clientas opinan que luego de iniciar su participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER ha mejorado la situación de su unidad económica, el 56% que ha mejorado la situación de su unidad familiar y el 60% que ha mejorado su situación personal.*

### 2.5.2 Percepción de impactos sobre la unidad económica

La mayoría de las clientas de la muestra opinan que luego de su participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, la principal mejora sobre sus negocios se ha producido en el incremento de la inversión y de los ingresos. Como se aprecia en el Gráfico 2.19, para el 34% de las mujeres de la muestra de clientas opinan que el incremento de su capital de trabajo ha sido la principal mejora en su negocio luego de su participación en PRO MUJER, mientras que, el 29% atribuye tal calidad al incremento de las ventas y/o ganancias de su negocio. Por último, con una participación de 13% encontramos a las clientas quienes opinan que la principal mejora producida en su unidad económica luego de su participación en PRO MUJER, ha sido la posibilidad de diversificar sus ingresos a través de actividades, mercados o productos/servicios adicionales.

Gráfico 2.19 PRO MUJER: Percepción de las clientas sobre la principal mejora en su negocio



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

*El 34% de las clientas de la muestra opinan que luego de participar en PRO MUJER la principal mejora en su unidad económica se ha producido en el aumento de la inversión y el 29% otorga tal calidad al aumento de sus ingresos.*

Los resultados presentados corroboran los impactos evidenciados previamente en las unidades económicas de clientas de PRO MUJER, dando al incremento de la inversión y de los ingresos, la calidad de impactos de mayor representatividad para la mayoría de las clientas.

### 2.5.3 Percepción de impactos sobre la unidad familiar

La mayoría de las clientas de la muestra expresaron que la principal mejora en su hogar, ocurrida luego de su participación en el programa de PRO MUJER,

se ha producido en el aumento del ingreso familiar y en el fortalecimiento de los lazos de cooperación entre los miembros de su hogar.

Gráfico 2.20 PRO MUJER: Percepción de las clientas sobre la principal mejora en su hogar



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como muestra el Gráfico 2.20, el 42% de las clientas de la muestra opinan que el incremento del ingreso familiar se ha constituido en la principal mejora en su hogar, producida luego de su participación en el programa de PRO MUJER, mientras que el 30% atribuye tal calidad a la mayor cooperación existente entre los miembros de su hogar como resultado del esfuerzo conjunto por salir adelante con los pagos del crédito. Por último, destacamos a un 17% de clientas de la muestra, quienes opinaron que el hecho de que tanto ellas como los miembros de su hogar tengan una mejor educación, se constituye en la principal mejora ocurrida luego de su participación en PRO MUJER.

*El 42% de las clientas de la muestra opinan que luego de su participación en PRO MUJER la principal mejora en su hogar se ha producido en el ingreso familiar; mientras que, el 30% otorga tal calidad al fortalecimiento de la cooperación entre los miembros de su hogar.*

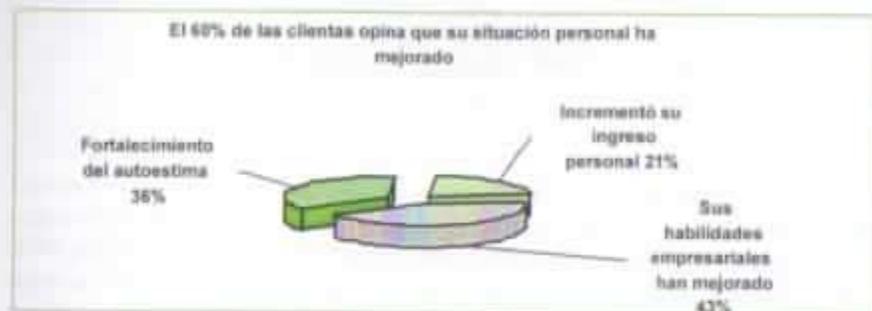
Los resultados presentados corroboran los impactos evidenciados previamente en el campo de las unidades familiares de clientas de PRO MUJER, dando al incremento del ingreso familiar y al fortalecimiento de la cooperación dentro del hogar, la calidad de impactos de mayor representatividad para la mayoría de las clientas.

### 2.5.4 Percepción de impacto sobre el individuo

La mayoría de las clientas de la muestra opinan que la principal mejora en el ámbito personal, ocurrida luego de iniciar su participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, se ha producido en el mejoramiento de sus habilidades empresariales y en su autoestima. Como se aprecia en el Gráfico 2.21, para el 43% de las clientas de la muestra, su mayor habilidad y destreza en el manejo de su unidad económica, se ha constituido en la principal mejora

en el ámbito personal, ocurrida luego de su participación en el programa de PRO MUJER, mientras que, el 36% otorga tal calidad al fortalecimiento de su propia autoestima, en aspectos relacionados a una mayor participación social o al hecho de tener mayor poder de decisión sobre sus ingresos. Por último, destacamos que un 21% de las clientas de la muestra opinaron que la principal mejora sobre su persona ha recaído en el campo económico, a través de la elevación de sus ingresos personales.

Gráfico 2.21 PRO MUJER. Percepción de las clientas sobre la principal mejora en su persona



Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos

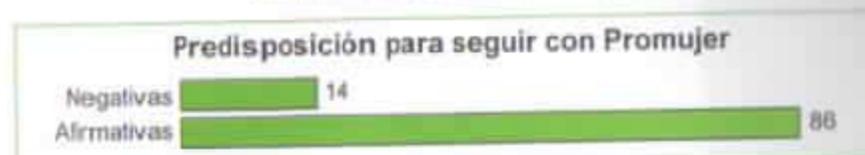
*El 43% de las clientas de la muestra opinan que luego de participar en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, la principal mejora sobre su persona se ha producido en sus habilidades empresariales, mientras que, el 36% opina que su autoestima se ha fortalecido.*

Los resultados presentados corroboran los impactos evidenciados previamente en el campo del empoderamiento de clientas mujeres, dando al incremento del ingreso familiar y al fortalecimiento de la cooperación dentro el hogar, la calidad de impactos de mayor representatividad en este campo para la mayoría de las clientas.

### 2.5.5 Predisposición a continuar en el programa

Los casos de clientas actuales de PRO MUJER que desean continuar participando en el programa de microfinanzas son más frecuentes respecto a los de clientes que no lo desean. Como se aprecia en el Gráfico 2.22, el 86% de las clientas de la muestra expresaron que luego de la cancelación de su préstamo actual desean continuar recibiendo los servicios de PRO MUJER, frente a sólo un 14% con una opinión contraria.

Gráfico 2.22 PRO MUJER. Predisposición de las clientas a seguir participando en el programa (resultados expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos

*El 86% de las clientas de la muestra expresan que desean continuar recibiendo los servicios de PRO MUJER luego de cancelar su préstamo actual.*



## Resultados cualitativos del impacto de PRO MUJER

Basados en 15 estudios de caso de clientes de PRO MUJER, los cuales fueron recolectados a través de la realización de entrevistas de profundidad, en esta sección se desarrollarán los siguientes resultados cualitativos con relación a los impactos que la institución ha generado sobre sus clientes:

- a) Usos de los créditos de PRO MUJER y uso de los ahorros acumulados por las socias.
- b) Identificación de las cadenas de impacto del crédito que han permitido mejoras en la vida de los clientes.
- c) Identificación de "impactos inesperados" de PRO MUJER sobre sus clientes.
- d) Análisis sociológico de los impactos de PRO MUJER.
- e) Historias de clientes de PRO MUJER.

### 3.1 USO DE LOS CRÉDITOS DE PRO MUJER

El destino principal que las clientas otorgan a los préstamos de PRO MUJER es la inversión en capital de trabajo para el funcionamiento de su negocio. Esta inversión se traduce en la compra de inventarios de materia prima en el caso de las actividades productivas y de servicios y, en la compra de inventarios de productos para la venta en el caso de las actividades comerciales. La inversión en capital de trabajo no sólo eleva los stocks de inventarios de las actividades económicas ejecutadas por las clientas, también permite la diversificación de ingresos por la venta de nuevos productos y el inicio de nuevas actividades generadoras de ingresos.

Cuando las clientas han accedido a préstamos de mayor magnitud, se evidencian otros destinos principales vinculados a la inversión tanto para el negocio como para el hogar. En el caso del negocio, se realizan inversiones en activos productivos y muebles. La inversión en activos productivos se traduce en la compra de maquinaria y herramientas de trabajo y, la inversión en muebles, en la compra de estantes, aparadores, mesas y sillas para el funcionamiento del negocio y la atención al público. En el caso del hogar, se realizan inversiones

en vivienda y bienes de consumo. La inversión en vivienda se traduce en el financiamiento de obras de construcción, la adquisición de un terreno y la realización de obras de ampliación y refacción de la vivienda. Por su parte, la inversión en bienes de consumo se traduce en la compra de aparatos eléctricos tales como televisores y equipos de sonido y en la compra de artículos de línea blanca tales como cocinas y refrigeradores.

Por último, también se evidenciaron usos no deseables de los préstamos otorgados por PRO MUJER. Existen clientas que son obligadas por sus esposos, padres y otros familiares a participar en PRO MUJER para obtener un crédito en beneficio de los mismos. También existen clientas que están endeudadas con otras entidades financieras o prestamistas y que utilizan los préstamos de PRO MUJER para la cancelación de estas deudas. Finalmente, se evidenció el uso del crédito en gastos de consumo del hogar, como el destinado a la alimentación y la vestimenta, esto principalmente cuando existen déficits de ingreso familiar.

### 3.2 USO DE LOS AHORROS PROMOVIDOS POR PRO MUJER

En cuanto a la utilización de los ahorros que las clientas de PRO MUJER acumulan gracias a su participación en el programa de la institución, se tienen los siguientes resultados:

- Cuando los ahorros acumulados son elevados, se invierten en activos productivos para el negocio, en vivienda ó en bienes de consumo para el hogar. Estos ahorros financian el costo total de la inversión o al menos un parte que es completada con préstamos externos o internos y/o las ganancias del negocio.
- Cuando los ahorros acumulados no son muy elevados, son destinados a financiar gastos para el hogar, principalmente, compra de ropa, gastos de entretenimiento como viajes y paseos y, la celebración de algún acontecimiento familiar.
- Independientemente del monto acumulado, los ahorros son utilizados para cubrir pagos de emergencia como los gastos emergentes de la enfermedad de un miembro del hogar y deudas pendientes, incluyendo aquellas contraídas con la institución y la asociación comunal del cliente.

### 3.3 CADENAS DE IMPACTOS DE PRO MUJER

Como se aprecia en el Cuadro 3.1, el proceso de impacto se inicia con la inversión del préstamo de PRO MUJER en la actividad generadora de ingresos del cliente. La inversión del crédito en el negocio repercute en la generación de mayores ingresos a través de mayores ventas y/o ganancias. Las mayores ganancias se invierten nuevamente en el negocio, creando así un círculo virtuoso entre inversión e ingresos. No obstante, para ello la clienta debe aplicar

estrategias que permitan que las inversiones generen efectivamente mayores ingresos. Entre estas estrategias se incluyen: la diversificación de fuentes de ingresos, la disminución de los costos de inversión, el incremento de la productividad, la creación o el incremento del valor agregado del producto o servicio, el cambio total de negocio, la diversificación horizontal y/o vertical, etc.

Cuadro 3.1 PRO MUJER: Cadenas de impactos generadas por la participación en el programa.



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Cuando el círculo virtuoso entre inversión e ingresos se ha cumplido, las mayores ganancias del negocio de la clienta propiciarán mejoras en el bienestar del hogar de la clienta. Se incrementará el ahorro familiar y, por ende, la inversión en bienes para el hogar. Por otra parte, el ingreso familiar crecerá de manera tal que solventará mayores gastos para el hogar, principalmente gastos de consumo de alimentos y vestimenta. Cabe destacar que estos mayores gastos en unos casos estarán vinculados a elevar el bienestar ya ganado en el hogar de la clienta y, en otros casos, estarán vinculados a sacar al hogar de una situación previa de crisis en la que los gastos de consumo fueron disminuidos.

El crédito de PRO MUJER, así como sus servicios complementarios, también generan los siguientes efectos vinculados al empoderamiento de sus clientas mujeres:

- Las clientas elevan su ingreso personal o ingreso generado por ellas mismas, como resultado de la inversión de los préstamos de PRO MUJER en sus negocios o actividades económicas.
- Las clientas elevan su poder de decisión sobre la asignación de recursos del hogar, debido a que su contribución al ingreso familiar se ha elevado.
- Las clientas mejoran su nivel de instrucción, como resultado de su participación en las sesiones de capacitación en diversos campos impartidas por PRO MUJER.
- Las clientas mejoran sus habilidades empresariales, al poner en práctica las enseñanzas sobre el manejo de negocios impartidas por PRO MUJER.
- Las clientas mejoran sus hábitos de prevención de salud, al poner en práctica las enseñanzas sobre cuidado de salud y salud reproductiva impartidas por PRO MUJER y, también al asistir al consultorio médico habilitado por la institución para sus clientas.
- Las clientas crean un capital social, como resultado de su participación en las asociaciones comunales de PRO MUJER, al formar parte de un grupo de autoayuda solidaria e intercambio de información.
- Las clientas mejoran su autoestima, como resultado de un cambio de comportamiento que se produce en ellas luego de su participación en PRO MUJER, transformándolas en personas más responsables, menos conformistas, con mayor predisposición a superarse y una actitud más triunfadora.

### 3.4 IMPACTOS INESPERADOS DE PRO MUJER

#### 3.4.1 Impactos inesperados sobre las unidades económicas de clientes

Estabilidad de ingresos y suavización de déficits de los negocios de las clientas. Los impactos de PRO MUJER sobre los ingresos de los negocios de sus clientas, no sólo recaen en los "montos" de ventas y ganancias, también están vinculados a:

- La generación de ingresos más continuos, independientemente del monto, debido a la posibilidad que las clientas tienen de tener un negocio vinculado a la generación de ventas más constantes.
- La suavización de los déficits de ingresos, gracias a que las clientas obtienen con los créditos externos e internos la liquidez monetaria para superar déficits estacionales de ingresos que enfrentan sus negocios.

**Incremento de la productividad de los negocios de las clientas:** Se evidenciaron impactos de PRO MUJER sobre este campo, a través de los siguientes caminos:

- Las clientas invierten los créditos en herramientas de trabajo y maquinaria moderna, lo cual les permite elevar la productividad de sus negocios al producir mayor cantidad en menor tiempo.
- Las clientas invierten los créditos en inventarios que les permiten contar con la disponibilidad de materiales e insumos lo suficientemente adecuada como para cumplir los ciclos productivos sin paros, por tanto, realizan las tareas en un tiempo mucho menor que cuando tenían inventarios incompletos y, elevan así la productividad de sus actividades generadoras de ingresos.

Disminución de costos de inversión. Se evidenciaron impactos de PRO MUJER sobre este campo, a través de los siguientes caminos:

- Las clientas adquieren con los préstamos inventarios al por mayor, lo cual les significa menores costos que las compras al menudeo, así como, menores costos de transacción.
- Las clientas gracias a los préstamos acceden a una liquidez monetaria que permite regatear con sus proveedores un menor precio por pago al contado, disminuyendo de esta manera sus costos de inversión.

#### 3.4.2 Impactos inesperados sobre las unidades familiares de las clientas

**Incremento del gasto familiar.** Como se mencionó previamente, el incremento del gasto en los hogares de las clientas está vinculado a las siguientes dos situaciones ex antes:

- Una situación ex ante vinculada a una crisis económica que conlleva al sacrificio de diversos gastos para el hogar. En la situación ex post estas crisis son superadas, con el incremento del gasto propiciado por el mayor ingreso del hogar de la clienta.
- La otra situación ex ante es distinta a la anterior, porque en el hogar de la clienta el gasto existente satisface las necesidades básicas de sus miembros y, por tanto, las situaciones de crisis ya fueron superadas. Dada esta situación previa, el incremento del gasto se dirige a mejorar un bienestar ya ganado.

#### 3.4.3 Impactos inesperados sobre el individuo

**Creación de capital social.** Se verificó que a raíz de su participación en las asociaciones comunales de PRO MUJER, las clientas crean un importante capital social. Ellas pasan a ser parte de un grupo de personas donde no sólo se practican la autoayuda solidaria, sino también, se comparten desde conocimientos sobre el manejo de negocios y oportunidades de negocio, hasta simples charlas que permiten a las clientas pasar momentos agradables y desconectarse por algunos momentos de su rutina.

**Mayor participación en el sostenimiento económico del hogar:** Las clientas elevan de manera importante su aporte al ingreso familiar. También son capaces de sostener por sí solas su hogar en caso de que exista desempleo en los otros aportantes o déficits en otras fuentes de ingresos.

**Fortalecimiento de la comunicación con los miembros del hogar:** Las clientas fortalecen su comunicación con los miembros de su hogar sobre la base de los conocimientos adquiridos en PRO MUJER. También logran esto al involucrar a todos los miembros del hogar en la búsqueda de soluciones para salir adelante con el pago del crédito y resolver los problemas que se presentan para ello.

### 3.3 ANÁLISIS SOCIOLÓGICO DE LOS IMPACTOS DE PROMUJER

#### 3.3.1 Antecedentes

Este análisis pretende medir el impacto de los servicios de PROMUJER sobre sus clientes desde una perspectiva sociológica. El supuesto subyacente es el siguiente: "El microcrédito de PROMUJER, como servicio específico, acompañado de servicios integrales de capacitación, genera empleo e ingresos para sus clientas". Los niveles de evaluación, así como, las variables y los indicadores a ser investigados se resumen en el Cuadro 3.1.

Cuadro 3.1 PRO MUJER: Variables e indicadores de la evaluación sociológica del impacto

Nivel de evaluación: individuo y unidad familiar - categoría: participación en la sociedad	
VARIABLES	INDICADORES
Grupos sociales:	Grado de cohesión familiar. Pertenencia a grupos con relevancia en el entorno inmediato liderazgo dentro de una organización social.
Cumplimiento de roles:	Multiplicidad de roles. Conservación, adquisición o cambio de roles.
Valores y actitudes:	Valores dominantes. Identidad cultural. Determinación y perseverancia.
Movilidad social:	Cambio de status. Conservación del status. Símbolos de cambio de status. Expectativas crecientes.
Pautas de consumo:	Grado de satisfacción de necesidades básicas. Cambios en las pautas de consumo.

Nivel de evaluación: unidad económica (persona - categoría: cambio social)	
VARIABLES	INDICADORES
Racionalidad empresarial:	Grado de planificación en el manejo del dinero. Diversificación de las actividades de la unidad económica acceso a nuevos mercados. Cantidad de trabajadores incorporados a la actividad económica. Grado de reinversión de las ganancias a la actividad empresarial. Grado de formalización de la actividad económica.
Empoderamiento de mujeres:	Grado de autonomía en la toma de decisiones económicas. Planteamiento de retos personales a largo plazo. Liderazgo
Satisfacción del cliente con el programa de la institución	
VARIABLE	INDICADOR
Marco normativo en la relación PROMUJER-Clienta	Normas que generan frustración Normas que producen conformidad social

Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos.

#### 3.5.2 Impactos sociales de PRO MUJER sobre la unidad familiar-individuo: categoría participación social

##### 3.5.2.1 Pertenencia a grupos sociales

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

Las instituciones de microcrédito que brindan capacitación y que agrupan a sus clientes para la prestación de 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. Asimismo, 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.

Resueltas las necesidades básicas, de seguridad, las clientas reafirman su afán de participar en organizaciones de su entorno inmediato, tales como la junta de vecinos, la directiva de padres de familia o el gremio o sindicato de

su actividad económica, sin que esta participación se traduzca aún en una presencia activa en instituciones cívicas o políticas o un alto desarrollo de conciencia social.

### 3.5.2.2 Cumplimiento de roles

Los impactos del programa de PRO MUJER también pueden percibirse en los cambios que se presentan en el cumplimiento de roles de sus clientas.

Las clientas que desarrollan una actividad económica, que les brinda ingresos insuficientes, suelen complementarlos con otras actividades económicas, generando una compleja estrategia de sobrevivencia.

Entre las mujeres que reciben crédito y capacitación se abre la posibilidad de cambios en las expectativas de rol. Por ejemplo, entre las madres que se capacitan en temas de salud.

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.

### 3.5.2.3 Valores y actitudes

Las entrevistas en profundidad realizadas a clientas de PRO MUJER, reflejan un conjunto de valores que son adquiridos a través de la capacitación.

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.

### 3.5.2.4 Movilidad social:

El crédito genera esperanzas y posibilidades de movilidad social ascendente. Un ejemplo es el caso de una clienta cuyo esposo, chofer asalariado, se convirtió en propietario de su medio de trabajo con el apoyo de varias fuentes de crédito, entre ellas, el crédito de PROMUJER.

Entre las clientas se verifica que la posibilidad de cambio de status es depositada en los hijos a través de la educación superior.

### 3.5.2.5 Cambios en 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, con énfasis de acuerdo al estrato social de pertenencia.

## 3.5.3 Impactos sociales sobre la unidad económica-individuo: categoría cambio social

### 3.5.3.1 Racionalidad empresarial:

Los servicios de capacitación desarrollan destrezas en gestión: generación de ahorro, manejo separado del capital y de los recursos destinados a la canasta familiar, reducción de costos e incremento de las ganancias sin llegar aún a promover la reinversión y la incorporación del trabajo remunerado a la iniciativa empresarial.

El crédito mejora condiciones de trabajo y el tipo de actividad de la unidad económica: "de la venta ambulante de comida a la tienda propia de regalos y tortas".

Ayuda a establecer un puente entre actividades económicas en el campo y en el ámbito urbano.

No logra aún que la actividad económica de los prestatarios se formalice ni que exista un alto grado de planificación en el manejo del dinero.

### 3.5.3.2 Empoderamiento de la mujer.

El programa de microfinanzas de PRO MUJER 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, nuevos conocimientos y prácticas; posibilidad de participar, decidir, dirigir y emprender; ventajas que a veces se abren paso en medio de la doble jornada, la competencia intra-hogareña y las limitaciones del entorno para enfrentar otros retos.

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 clientas 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.
- La instancia en la que la mujer incuestionablemente decide por sí sola dentro de su unidad familiar nuclear se da cuando la pareja masculina no existe o se ausenta con frecuencia y de manera definitiva.

En todo caso, el microcrédito ayuda a que el papel de la mujer se revalorice en el seno familiar porque ella complementa los ingresos, consigue créditos, cubre las necesidades básicas cuando no hay esposo o éste carece de empleo. Ello contribuye a que la mujer se enorgullezca de sí misma y desarrolle su autoestima.

El programa de microfinanzas de PRO MUJER, 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.

### 3.5.4 Historias de clientas de PROMUJER

#### 3.5.4.1 El caso de Ana Virginia, clienta del municipio de El Alto, La Paz

##### 1. Antecedentes personales:

- 27 años, con dos años de estudios universitarios.
- Casada y con un hijo.
- Inquilina, pero es propietaria de un lote de terreno.

##### 2. Estrategia de sobrevivencia:

- Esposo: vidriero. Ella vende dulces y teje chompas desde la adolescencia.

##### 3. Destino del crédito y de los ahorros acumulados:

- Vidrios y mesa para el negocio del esposo.
- Herramientas de trabajo para su papá.
- Ropa para ella y su esposo.
- Vitrina, televisión, cocina y licuadora para la casa.

##### 4. Empoderamiento femenino:

###### a) Toma de decisiones:

- Toma de decisiones en la compra de una prenda de vestir: "El (decide)...un día hemos ido por la feria y hemos visto una chamarra y hemos comprado los dos, porque también los dos hemos pagado y a la fuerza nos pertenecía a los dos".
- Toma de decisiones al destinar el crédito para compra de herramientas para el papá de la clienta: "Yo ya no quería sacar. Me han exigido los dos".
- Antes del crédito: "Yo no compartía con la vidriería. Yo solamente estaba en la casa, tampoco iba a vender y el 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 PROMUJER".

###### b) Retos personales

- "Mejorar y seguir aumentando el capital del negocio". "Construir en el terreno que tengo"

###### c) Participación social:

- "El *apthaphi* me gusta me gusta porque todos compartimos juntos, comemos y hablamos, reímos y jugamos".

###### d) Racionalidad empresarial:

- "Los clientes aumentan a veces. El capital de trabajo ha aumentado".
- Planifica el manejo del dinero gracias a la capacitación: "a un lado para mi cocina, a un lado para pagar".

##### 5. Satisfacción del cliente con la institución:

Lo positivo: La capacitación y las reuniones.

Sugiere: Clases de tejido para ampliar su actividad económica.

#### 3.5.4.2 El caso de Elisa, clienta del municipio de El Alto, La Paz

##### 1. Antecedentes personales:

- 23 años, concluyó el ciclo medio.
- Casada con 2 hijas.
- Vive en la casa del suegro.

##### 2. Estrategia de sobrevivencia:

- Esposo: chofer propietario. Ella teje buzos para venta en época de mucho frío. Cocina chicharrón y vende en la calle en bolsas en época de clases.

##### 3. Destino del crédito y los ahorros acumulados:

- Compra de lana al por mayor y en colores surtidos.
- Paga deudas pendientes de otros.
- Complementa al crédito obtenido de un pariente para compra de una máquina de tejer y de un taxi.

##### 4. Empoderamiento femenino:

###### a) Toma de decisiones:

"Si yo no hubiera entrado aquí, hubiera estado en la casa. Yo económicamente con problemas hubiera estado en mi casa. Por ejemplo, yo voy a vender y siempre compro para mis hijas... Yo para la comida saco y él maneja los ahorros... compartimos con mi esposo cuánto vamos a gastar".

###### b) Liderazgo:

Es presidenta del curso de su hija.

#### Retos personales

- "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 ya...Pero quizá mi taxi no puedo vender porque trabaja mucho."
- "Para mi negocio... seguir haciendo buzos (de venta estacional) o hacer chompas tengo que aprender....y se vende todo el año eso".

## Análisis cuantitativo ampliado

### 4.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS EN POBREZA

*"La pobreza es un concepto económico relacionado a las posibilidades de acceso de las personas a recursos, bienes y servicios, destinados a satisfacer las necesidades básicas. Se considera como una necesidad básica aquella cuya insatisfacción puede poner en riesgo el desarrollo físico de uno o más miembros del hogar. Es la carencia de recursos familiares que aseguren la satisfacción de las necesidades básicas y/o la insuficiencia de recursos públicos destinados a financiar el gasto social" (Morales, 2002).*

Mencionando algunos datos sobre la pobreza en Bolivia se tiene que de la población boliviana, más de 8 millones de habitantes, el 58,6% es pobre. Se tiene que tan solo un 16,6% logra cubrir sus necesidades básicas, 24,8% vive alrededor del umbral de la línea de pobreza, 34,2% es considerada como pobre moderada, 21,7% es indigente y el restante 2,7% vive en una situación de marginalidad. Como es bien sabido, la proporción de gente pobre y especialmente la proporción de gente extremadamente pobre es más alta en el área rural que en la urbana. Por otro lado, el PIB per cápita anual asciende a 933 dólares (77,7 dólares promedio por mes por persona)<sup>3</sup>.

En el presente estudio utilizamos el método de la línea de pobreza para su evaluación, donde se tomó en cuenta, inicialmente, el ingreso promedio mensual por persona y luego a nivel del hogar. Además, toma en cuenta las variables del ciclo económico y los ingresos de la población calculándose así la pobreza coyuntural. Para esta metodología se hace la comparación de los ingresos de los hogares con el costo de una canasta básica. Es decir, dada una situación de precios y la posibilidad de acceder a un mercado de consumo que son los ingresos monetarios de las familias los que permiten separar a los hogares entre los no pobres o que pueden acceder a la compra de los satisfactores básicos, y los hogares considerados pobres, que son los hogares que no cuentan con

3. Instituto Nacional de Estadística. Datos según censo 2001

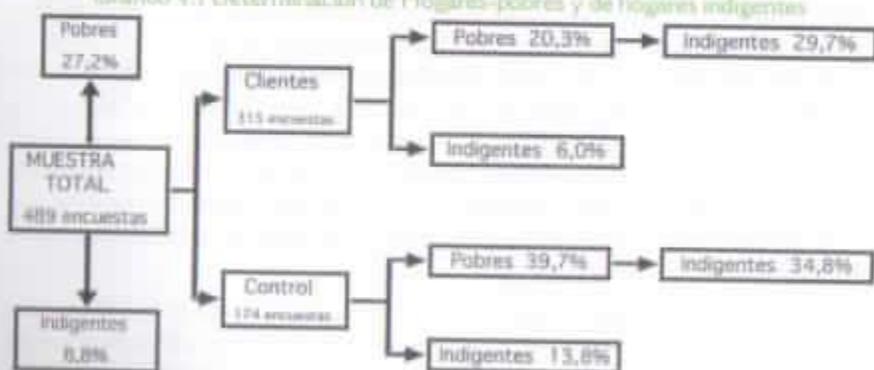
suficientes ingresos para conseguir esos satisfactores. Entonces, si los ingresos obtenidos por el hogar están por debajo del costo de la canasta básica, es considerado como pobre puesto que no puede acceder a los mínimos satisfactores. Los indigentes son aquellos cuyos ingresos no son suficientes para adquirir una canasta mínima de alimentos. El costo de la canasta lleva a definir la línea de indigencia.

Uno de los problemas de esta metodología es que para su cálculo considera un número fijo de miembros del hogar promedio y no cuenta con la heterogeneidad existente en cuanto a estructura y tamaño del hogar<sup>4</sup>.

Pero, debido a que no se cuenta con la información suficiente para la clasificación de los entrevistados entre pobres y no pobres con otras metodologías (solo se cuenta con ingresos familiares) utilizaremos la línea de pobreza por hogar para el análisis de los datos.

Para la obtención de la "línea de pobreza por hogar" a marzo del 2002, se consideró un tamaño promedio del hogar de 5,47 miembros<sup>5</sup> y luego se realizaron los cálculos para ajustar los datos del ingreso por la inflación. De esta manera, se determinó como que los hogares no-pobres son aquellos cuyo ingreso supera a 161,8 dólares mensuales. Los hogares-pobres son aquellos con ingresos menores o iguales a dicho monto y los hogares indigentes son aquellos con ingresos menores o iguales a 88,45 dólares mensuales. Seguidamente se determinó el índice de hogares pobres, el índice de hogares indigentes y el índice de hogares no-pobres<sup>6</sup>.

Gráfico 4.1 Determinación de Hogares-pobres y de hogares indigentes



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

4. Datos a Noviembre 2001. La Unidad de Análisis de Políticas Económicas y Sociales del Instituto Nacional de Estadística, toma en cuenta que la población que supera los 275,94 bolívianos (40,52 dólares) se considera como no pobre y la población que logra obtener ingresos mensuales por persona por debajo de 150,86 bolívianos (22,15 dólares) se considera como indigente.

5. Instituto Nacional de Estadística - Unidad de Análisis de Políticas Económicas y Sociales. Datos a marzo 2002, no publicados.

6. El índice de hogares pobres (IHP) está definido como el cociente entre el número de hogares pobres ( $p$ ) y el total de hogares ( $n$ ). Es decir:  $IHP = p/n$ . Donde  $0 < IHP < 1$ . Este índice refleja la magnitud de la pobreza, es decir, la cantidad de hogares pobres en una población. En este sentido, crecerá si se mantendrá constante si el promedio general de los ingresos ( $y$ ) disminuye o si la línea de pobreza ( $z$ ) aumenta, se mantendrá constante cuando la situación de los hogares pobres mejora pero no hasta el punto en que sus ingresos aumenten por encima de la línea de pobreza. El índice de hogares indigentes (IHI) muestra el número de hogares indigentes en una población y es calculado con la fórmula:  $IHI = i/n$ . El índice de hogares no-pobres (INP) es calculado por:  $INP = (n-p)/n$ , donde  $n$  es la población y  $p$  es la población pobre.

Como se aprecia en el Gráfico 4.1, comparando los Índices de hogares-pobres y de hogares indigentes de la muestra de clientes de PRO MUJER y del grupo de control, se determinó que el 20,3% de los hogares de clientes encuestados están clasificados como pobres, contra el 39,7% en el caso del grupo de control. Al tomar en cuenta la línea de indigencia de 88,45 dólares, se tiene que en el grupo de control el 13,8% de los hogares son indigentes, mientras que, en la muestra de clientes sólo el 6% lo son. La participación de hogares indigentes sobre el total de hogares-pobres, es de 29,7% en la muestra de clientes de PRO MUJER y de 34,85% en el caso del grupo de control. Por último, el índice de hogares no-pobres en la muestra de clientes toma un valor de 79,7% y en el grupo de control llega a 60,3%. La información presentada evidencia que hay más hogares pobres en el grupo de control. En el caso de los hogares clasificados como indigentes se tiene que sobre la muestra total de cada grupo son menos los hogares indigentes en el grupo de clientes. Además, se tiene que la proporción de indigentes del grupo de clientes es inferior al del grupo de control.

En la muestra de clientes el 20,3% de los hogares encuestados son pobres o se encuentran por debajo de la línea de pobreza, en cambio en el grupo de control el porcentaje de pobres encuestados llega a 39,7%.

Al tomar la muestra de hogares encuestados clasificados anteriormente como pobres el porcentaje de indigentes para el grupo de clientes es de 29,7%, y para el grupo de control de 34,85%.

Con esta información, se evidenció que la participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER ha permitido que la mayoría de los hogares de sus clientes se ubiquen encima de la línea de pobreza, establecida por un ingreso familiar superior a 161,8 dólares mensuales. Aun cuando los hogares de la muestra de clientes y el grupo de control pertenecen a la misma zona geográfica y deberían tener un mismo nivel relativo de pobreza/riqueza o situación económica, se comprueba la existencia de diferencias entre ambos grupos, que se puede atribuir a su exposición o no-exposición al programa de microfinanzas de PRO MUJER.

Adicionalmente se evaluó la intensidad de la pobreza, calculada por la "Brecha de la Pobreza"<sup>7</sup> de cada hogar cuyo ingreso es menor a la línea de pobreza. Esta es la porción del ingreso mínimo o línea de pobreza no cubierta por el ingreso del hogar. Dicho de otra manera, es la distancia entre los ingresos que están por debajo de la línea de pobreza ( $z$ ) y el correspondiente ingreso que la determina. Para el caso de las clientes de PRO MUJER se tiene la brecha de pobreza promedio llega a 31,95% en cambio para el grupo de control asciende a 36,68%. Vale decir, que los ingresos de las clientes clasificados como pobres se acercan más que los ingresos familiares de los hogares del grupo de control.

7. La Brecha de Pobreza denominada Poverty Gap. La cual se calcula a través de la fórmula:  $Bp = (z - Y_i) / z$  Para todo  $Y_i < z$ . Donde  $Y_i$  son los ingresos y  $z$  es el ingreso determinado como línea de pobreza.

Por último, se calculó el Déficit Global de los ingresos de los hogares pobres<sup>8</sup>. Teniéndose para las clientes de PRO MUJER ingresos promedio de hogares no pobres que ascienden a 449,29 dólares por mes e ingresos familiares promedio mensuales de los hogares de clientes clasificados como pobres que llegan a tan solo 110,11 dólares mensuales. Para el caso del grupo de control los valores son de 404,92 y 102,46 respectivamente. Luego, encontramos que la relación entre los ingresos de los hogares no-pobres cubrirán 21,81 veces el déficit de ingresos de los hogares de las clientas pobres (de forma inversa se tiene que el déficit de ingresos de los considerados pobres representa tan solo el 4,58% del excedente de los hogares considerados como no pobres en la muestra de clientes. Para el caso del grupo de control se tiene una relación de 6,23 veces, lo que implica que el excedente del grupo de control solo podrá cubrir 6 veces su déficit. Dicho de otro modo, el déficit de ingresos de los hogares del grupo de control corresponde al 16,03% del excedente de los hogares no-pobres del mismo grupo. Esto quiere decir que en la muestra de clientes existe menor incidencia de pobres, en promedio, y existen mayores excedentes de ingresos para el grupo de hogares no-pobres. Con ello se puede concluir que es el acceso a los programas de micro finanzas el que determina que el nivel de vida del grupo de clientes sea mayor que del grupo de control.

## 4.2 ANÁLISIS DE COMPARACIÓN DE MEDIAS

Para la comparación de las medias y las medianas de los variables investigadas en la muestra de clientes y el grupo de control, se utilizarán las pruebas de diferencia de medias U-Test de Mann-Whitney y el t-test de muestras independientes<sup>9</sup>. El procedimiento estadístico de decisión consistirá en formular una hipótesis sobre la población, elegir la prueba estadística adecuada para contrastar dicha hipótesis y, aplicar la prueba sobre la muestra observada<sup>10</sup>. En nuestro caso se tiene la hipótesis nula ( $H_0$ ) que sostiene que no hay diferencias significativas entre ambas muestras. Se la compara con la hipótesis alterna ( $H_1$ ) que sostiene que existen diferencias significativas entre las muestras<sup>11</sup>. Como se aprecia en el Cuadro 4.1, son 11 las variables continuas que tienen diferencias estadísticamente significativas al compararse el valor de sus medias en la muestra de clientas de PRO MUJER y su grupo de control.

8.  $D = \mu^p(x) - \mu^n(x)$  y el Excedente Global de ingresos de los no pobres:  $E = (n-p) * (\mu^n(x) - x)$ . Donde  $\mu^p$  y  $\mu^n$  corresponden a los ingresos promedio de los hogares pobres y no pobres respectivamente. La relación ( $E/D$ ) entre el excedente global de los ingresos de los no pobres ( $E$ ) y el déficit global de los ingresos de los pobres ( $D$ ), muestra el grado en que los excedentes de ingresos por encima de la línea de pobreza ( $x$ ) puede financiar el déficit de ingresos de los pobres.

9. El primero test se utiliza para determinar si la diferencia entre el número de veces en que el valor de la variable de un grupo es mayor al del otro y el número de veces en que en que es menor, es estadísticamente significativo. Esta prueba pertenece al grupo de pruebas no-paramétricas que son menos estrictas en sus supuestos que las pruebas paramétricas. El segundo test, que pertenece al grupo de pruebas paramétricas, es usado para comparar las medias de variables entre dos grupos diferentes.

10. La hipótesis que se desea contrastar se denomina "hipótesis nula:  $H_0$ ". Esta hipótesis, aunque si puede ser rechazada, nunca se considera probada, en este sentido solo puede ser demostrada con un análisis de todos los posibles elementos de la población. En general estas hipótesis son enunciadas acerca de las distribuciones de probabilidad de las poblaciones.

11. Para determinar si las muestras de clientes y del grupo de control no cumplen estos supuestos se aplicarán el test de Levene que determina la homogeneidad de las varianzas. Es decir, que se estaría testeando estadísticamente la probabilidad que los datos vengán del mismo grupo o no. Así mismo decidimos hacer la comparación de medias solo con las variables cuantitativas debido a que para las variables cualitativas esta medida de tendencia central no es muy explicativa.

Cuadro 4.1 PRO MUJER: Variables con diferencias estadísticamente significativas de acuerdo al test de diferencias de medias muestrales

Variables	Nivel de Análisis
Edad del entrevistado	Personal
Número de personas que conforman el hogar	Unidad Familiar
Personas que tienen edades de 6 a 18 años	Unidad Familiar
Monto total de bienes del hogar (Activos del hogar)	Unidad Familiar
Cuántas habitaciones tiene su vivienda	Unidad Familiar
Cuántas de estas habitaciones utiliza como dormitorio	Unidad Familiar
Cuántas otras actividades realiza (Diversificación de ingresos del negocio)	Actividad Económica
Hace cuántos años inicio su actividad económica	Actividad Económica
Monto total de gastos	Actividad Económica
Monto de ingreso familiar (Ingresos del hogar)	Actividad Económica
Monto total de bienes del negocio (Inversión en el negocio)	Actividad Económica

Fuente: PINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

*Según el test de diferencias de medias muestrales, los principales impactos económicos del programa de PRO MUJER recaen sobre la diversificación de ingresos, y la inversión de los negocios de sus clientas y sobre los ingresos y los activos de los hogares de sus clientas.*

Otra alternativa para la comparación de medias y evaluación o verificación de las diferencias de las variables es tomar en cuenta las pruebas no paramétricas. En este caso, utilizaremos la prueba de Mann-Whitney. Esta prueba compara las medianas de las variables seleccionadas. Convierte los valores continuos de las variables en rangos o categorías a través de ambos grupos. Entonces, evalúa si los rangos de ambos grupos difieren. La hipótesis nula que se plantea para cada variable a ser evaluada es si entre el grupo de clientes y de control existe diferencia significativa en el valor de la variable. Dicho de otro modo, si para el grupo de clientes y del grupo de control difieren en los valores encontrados para la variable analizada.

Para nuestros datos tenemos que son 12 las variables que difieren de forma estadísticamente significativa entre ambos grupos comparados. Si bien se tienen las mismas 11 seleccionadas con la prueba t-test, aparece el monto de ventas como variable con diferencia estadísticamente significativa de sus promedios entre los grupos de clientes y de control. Esto se debe a que esta prueba es menos rigurosa que la anterior. Entonces, se puede suponer que la participación en programas de micro finanzas permite conseguir diferencia con la población que no tiene esa experiencia crediticia. Si bien se tienen algunas variables que cumplen con un p-valor menor al de significancia que nos permite decir que

12. El cual representa la proporción de la varianza de la variable dependiente que es explicada por la variable independiente y mide la magnitud de la diferencia estadísticamente significativa de las medias de las variables entre los grupos. Estos valores de  $F_{stat2}$  se ubican en un rango de 0 a 1, donde valores de 0,01 representan efectos pequeños, 0,06 son efectos moderados y 0,14 son grandes efectos o diferencias, y se lo calcula por:  $F_{stat2} = (t^2) / (t^2 + N1 + N2 - 2)$ . Donde:  $t^2$  es el valor obtenido del t-test elevado al cuadrado, N1 es el número de observaciones de la primera muestra y N2 es el número de observaciones de la segunda muestra.

su diferencia es estadísticamente significativa, la relación de la participación crediticia no tiene ninguna relación en esa diferencia, como es el caso del número de personas que conforman el hogar, personas con edades entre 6 y 18 años, edad del entrevistado, y posiblemente el número de cuartos que se utiliza en la vivienda, a menos que los recursos del crédito hayan sido dirigidos a la ampliación de la vivienda, acción que no se observa en los datos.

Con las variables tiempo de inicio de la actividad y la diversificación de actividades, que tienen cierta relación teórica y práctica con la experiencia crediticia, se puede decir que el haber obtenido créditos de PRO MUJER ha permitido fortalecer la actividad económica y diversificar las actividades a las que se dedicaban las clientes. También se tiene que la experiencia con los programas crediticios de PRO MUJER ha permitido que sus clientes presenten valores mayores de las variables relacionadas a su actividad económica como en los montos de ventas, gastos, así como en la tenencia de activos cuando se habla del monto de los bienes del negocio, pero también en el ámbito familiar dado que se presentan diferencias estadísticamente significativas en los ingresos familiares y en el monto de bienes del hogar.

El mayor número de variables que presentan diferencias estadísticamente significantes entre los grupos de clientes y control están clasificadas en el nivel de análisis de la actividad económica, son pocas las que corresponden al nivel social o familiar y, a escala personal se tiene la edad del entrevistado que no tiene relación con las variables del programa micro financiero.

### 4.3 ANÁLISIS DE CORRELACIÓN

Para el análisis de la información recabada en las encuestas se utiliza la metodología tradicional o clásica utilizada para la investigación empírica en economía y campos relacionados. En este sentido, se analizan las correlaciones entre las variables de estudio<sup>13</sup>. Se debe tomar en cuenta que este coeficiente es una medida de asociación lineal o de dependencia lineal solamente, por lo que su uso en relaciones no lineales no tiene sentido. Además, este coeficiente no necesariamente implica alguna relación causa-efecto o la inexistencia de otro tipo de relación.

13. El coeficiente de correlación ( $r$ ) calculado, toma valores comprendidos entre uno positivo y negativo (-1 o +1), es un indicador adimensional del signo y del grado de relación entre 2 variables. Entonces, se tiene que los valores próximos a +1 indican un alto grado de relación entre las variables y, por su lado, el signo determinará si esta relación es directa (positiva) o inversa (negativa). Una correlación de cero no necesariamente significa independencia entre las variables, puede ser un conjunto de variables relacionadas de forma no lineal.

#### 4.3.1 Análisis de correlación entre variables del programa de microfinanzas e indicadores de impacto<sup>14</sup>

Se realizó el análisis de correlaciones entre las siguientes 3 variables del programa de microfinanzas de PRO MUJER: antigüedad de la cliente, monto del crédito y número de préstamos recibidos, y todas las demás indicadores contenidos en la base de datos. Con ello se obtuvieron 7 variables con correlaciones significativas explicativas del nivel económico, 11 en el ámbito familiar y 5 en el ámbito personal totalizando 23 variables representativas, cuyas correlaciones si eran significativas.

En el caso de las variables económicas, la variable del programa de microfinanzas con mayor correlación es el monto del crédito. Las correlaciones del monto de crédito con el resto de las variables que son significativas y positivas se presentan con: el monto del capital de trabajo, el tamaño de la fuerza laboral de la actividad, el monto total de las ventas y el monto de gastos. Es decir, que a mayor monto del crédito se esperaría que estas variables también incrementen sus valores.

Con respecto al tiempo de experiencia crediticia presenta correlación estadísticamente significativa con la antigüedad del negocio. Con lo que se podría creer que gracias a la obtención del primer crédito se inició la actual principal actividad económica. Asimismo, la antigüedad del negocio y el número de créditos recibidos tienen correlación significativa, por lo que se puede decir que con la mayor participación crediticia con PRO MUJER las encuestadas han fortalecido su actividad económica.

Con las variables sociales o las de evaluación en el ámbito familiar se tiene que las más fuertemente correlacionadas, positivamente, con el monto del crédito recibido son el monto de bienes del hogar y los ingresos familiares. Es decir, que a medida que el monto de los créditos aumente se espera que los activos e ingresos familiares también lo hagan. Con el tiempo de experiencia crediticia solo correlacionan el tipo de propiedad de la vivienda y si se realizaron ampliaciones en esta en los 2 últimos años. Con ello se esperaría que a mayor tiempo de experiencia crediticia con PRO MUJER la familia se establece en una casa propia y realiza ampliaciones. Para el número de créditos recibidos se tiene que correlacionar el tamaño de la familia y si se realizaron ampliaciones en la vivienda. Es decir, que a medida que se tienen más créditos se pueden realizar ampliaciones en la vivienda para abastecer al mayor tamaño de la familia.

14. Para este análisis se utilizarán los coeficientes de correlación de Pearson y de Spearman. El primero mide el grado de relación lineal entre dos variables medidas en escala de intervalo o de razón. El coeficiente de correlación de Spearman es una variante del coeficiente de correlación de Pearson en la que, en lugar de medir el grado de asociación lineal a partir de los propios valores de las variables, se mide a partir de la asignación de rangos a los valores ordenados. Es una medida cuyos valores se interpretan exactamente igual que los del coeficiente de correlación de Pearson.

Las correlaciones estadísticamente significativas entre las variables del programa micro financiero con las variables del nivel personal son la percepción de mejoras en los ingresos personales y mejoras en las habilidades empresariales. Es decir, que en la medida que sea mayor el tiempo de experiencia crediticia las clientes mejoraron sus habilidades empresariales al llevar registros contables (anotar sus ingresos y gastos de la actividad económica), aumentan la participación en las decisiones familiares y se tienen metas o planes para el futuro cercano, por lo que se cree que mejoran la autoestima y empoderamiento.

Por último, dado que en PRO MUJER se combina el crédito con el ahorro, es entendible que exista cierta correlación positiva entre el tiempo, número y monto de los créditos recibidos con el ahorro. En este sentido, a mayor tiempo de experiencia con PRO MUJER, mayor número de créditos y mayores montos del préstamo, se espera que el ahorro también sea mayor. Esto se explica por la metodología de tener un porcentaje del crédito recibido de PRO MUJER como ahorro obligatorio.

#### 4.3.2 Análisis de correlación entre indicadores de impacto y una variable proxy de la situación de la unidad económica

Dada la decisión de llevar a cabo un análisis con énfasis en el impacto de los programas micro financieros en las clientes y la comparación entre la situación del grupo de clientes encuestados con la del grupo de control se seleccionaron las dos sub-muestras de la base de datos general de PRO MUJER. Muestras con 315 y 174 observaciones para clientes y grupo control respectivamente.

Una variable proxy del estado de situación de la unidad económica es el monto total del capital de trabajo utilizado en la principal actividad económica de la encuestada. Se decidió tomar al capital de trabajo como variable dependiente porque se supone que la mayor parte de los créditos están dirigidos al incremento del capital de trabajo de la principal actividad económica, con el objetivo de mejorar y expandir el negocio y así el nivel de vida del hogar, además porque las instituciones micro financieras toman en cuenta esta variable para el cálculo de la capacidad de pago de cada uno de las clientes.

La elaboración de un modelo de regresión lineal con el monto de capital de trabajo como variable dependiente se utilizará como proxy de la situación de la actividad económica. Con ello se intenta mostrar la diferencia en el nivel que esta alcanza y las variables que la explican. Además, pretende ver las implicancias de participar en un programa microfinanciero y más aún el contar con una experiencia crediticia de 2 o más años contra la situación comparativa del grupo de control, que según la hipótesis nula tiene un nivel menor de actividad económica y de vida. En este sentido, se elaboraron las correlaciones entre el Monto Total de Capital de Trabajo medido en dólares con las demás variables de la base de datos, tanto en forma conjunta, como para el grupo de clientes y para el grupo de control.

Para comparar la situación actual entre el grupo de clientes y el de control construiremos un modelo de regresión lineal múltiple para cada base independiente. En este sentido, cabe ver la relación económica entre las posibles variables independientes y sus correlaciones con la variable dependiente, en nuestro caso la situación de la principal actividad económica medida con una variable proxy como el monto de capital de trabajo. Así tenemos que para el grupo de clientes son 31 las variables con correlaciones significativas. La variable Monto de Ganancias no será tomada en cuenta en el modelo de regresión, a pesar de tener una alta correlación, esto se debe a que no se cuenta con una percepción personal de la entrevistada acerca de su ganancia, sino un cálculo nuestro de ventas menos gastos.

Viendo las relaciones económicas que tienen las variables correlacionadas con la situación de la principal actividad económica tenemos que el estado civil de la encuestada no es una variable que directamente explique las variaciones que puede tener el nivel del capital de trabajo y así el nivel o la situación del negocio. Por otro lado, también se tiene el número de habitaciones y el número de dormitorios utilizados en el hogar como variables correlacionadas con nuestra variable proxy pero económicamente no tienen mucha relación por lo que se decidió no tomarlas en cuenta para la estructuración de los modelos econométricos. Por último, el que la encuestada haya realizado alguna mejora en la vivienda no es una variable que explique la situación de la actividad económica directamente por lo que tampoco es tomada en cuenta en el modelo del nivel de la actividad económica.

Cabe mencionar que las restantes variables correlacionadas presentan relaciones positivas con el monto de capital de trabajo y con el nivel de la actividad económica. Es decir, que a un incremento en cualquiera de ellas se espera que la situación de la principal actividad económica de la entrevistada también mejore. Desde este punto de vista, se concluye que en caso de incrementarse el monto de ventas, y/o se incremente el patrimonio del negocio o de la familia, o bien el monto del préstamo, los ingresos familiares, y/o el número de trabajadores el nivel de la principal actividad económica estará en mejor situación.

Las variables con mayor coeficiente de correlación son: el monto actual de ingreso familiar, el monto de ventas, el monto del préstamo actual, el número de personas que trabajan en la actividad económica y el monto de gastos.

Para el grupo de control se cuentan con 14 variables correlacionadas de las cuales tan solo 12 cuentan con cierto respaldo teórico económico para explicar su posible participación en las variaciones del capital de trabajo. Estas variables tienen relación positiva, es decir que a cualquier incremento de estas se esperaría que el capital de trabajo también se incremente y así el nivel o la situación de la actividad económica. Las variables con mayor correlación con el nivel de la actividad económica del entrevistado del grupo de control están el monto de

ingreso familiar, el monto de ventas, de ganancias y de gastos, así como el nivel de educación.

#### 4.4 DISEÑO DEL MODELO ECONOMÉTRICO

Se elaboraron 2 modelos econométricos para medir el impacto económico en el ámbito de la unidad económica, negocio o actividad económica de la entrevistada. Impactos que están referidos a los cambios generados por los programas de microfinanzas, ya sea de forma directa o indirecta, sobre las variables económicas de la unidad económica del cliente y compararlo con el modelo construido para el grupo de control<sup>15</sup>. Así, se busca tener un instrumento que pueda dar una aproximación a los cambios ocasionados por el programa de micro finanzas sobre el nivel de la actividad económica de los(as) clientes y compararlo con la situación del grupo de control. El objetivo fue la construcción de una ecuación o regresión lineal que explique el comportamiento de las unidades económicas de clientes de PRO MUJER y del grupo de control. Es decir, que al elaborar una ecuación lo que se pretende es ajustar los datos obtenidos en las encuestas estructuradas tomando como variable proxy de medición al monto del capital de trabajo.

Se decidió tomar como variable dependiente el Monto Total de Capital de Trabajo medido en dólares debido a que se cree que los recursos del crédito son mayormente dirigidos al fortalecimiento de la actividad económica a través del incremento del capital de trabajo. Además, porque es una variable proxy de la situación de la unidad económica que es lo que nos interesa evaluar en primera instancia. Así la función de regresión que se construyó fue del tipo:  $[Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e]$ . Donde:  $X_i$  es la variable independiente,  $\beta_i$  son los parámetros desconocidos de las variables independientes, estos son desconocidos y deben ser estimados con los datos observados. Por último,  $(e_i)$  es el término del error, es decir, la diferencia entre los valores predichos por la regresión y los valores reales.

En el presente trabajo presentamos dos modelos de regresión lineal. El modelo de regresión (A) fue elaborado con la información obtenida para el grupo de clientes donde la variable dependiente es el Monto de Capital de Trabajo Mensual en dólares ( $\ln KdeT_{clientes}$ ) y como variables explicativas si en el hogar hay mayores que asisten a centros de educación o capacitación ( $MayEduc_{clientes}$ ), el Monto Total de Ventas Mensuales ( $\ln Ventas_{clientes}$ ), los ingresos familiares ( $\ln IngFam_{clientes}$ ) realizados en dólares y el Monto Total de Bienes del Hogar ( $\ln BsHog_{clientes}$ ), también medidos en términos mensuales y en dólares, el número de personas que trabajaron en la actividad en el último año ( $\ln NumTrab_{clientes}$ ) y, por último, se cuenta como tercera variable explicativa con el Monto Actual del Crédito ( $\ln Crédito_{clientes}$ ). Por su parte el modelo de regresión (B) toma en cuenta la información del grupo de control. En esta situación también se cuenta con el Monto de Capital de Trabajo

Mensual en dólares ( $\ln KdeT_{control}$ ) como variable dependiente y como variables independientes al Monto Total de Ventas Mensuales ( $\ln Ventas_{control}$ ) y el Monto Total de Bienes del Hogar ( $\ln BsHog_{control}$ ), también medidos en términos mensuales y en dólares. Asimismo, el número de personas que trabajaron en la principal actividad económica ( $\ln NumTrab_{control}$ ) y el nivel máximo de educación del entrevistado ( $\ln NivEduc_{control}$ ).

$$(A) \ln KdeT_{clientes} = 0,342 MayEduc + 0,339 \ln NumTrab + 0,378 \ln Ventas + 0,267 \ln IngFam + 0,110 \ln BsHog + 0,444 \ln Crédito$$

$$(B) \ln KdeT_{control} = 0,369 NivEduc + 0,199 \ln NumTrab + 0,526 \ln Ventas + 0,292 \ln BsHog$$

En ambas regresiones no se toma en cuenta la constante o intercepto porque no es estadísticamente significativo. También tenemos que existe una relación positiva entre estas variables independientes y el nivel o la situación de la actividad económica medida con su variable proxy el capital de trabajo. Es decir, que a mayor monto de ventas o del monto de bienes del hogar y del número de trabajadores el capital de trabajo será mayor y por ende la situación de la actividad económica. En el caso de las clientas se tiene, además, que a mayor monto de crédito mayor es el monto del capital de trabajo. Entonces concluimos que la situación de la unidad económica se explica por el nivel de las ventas y del nivel del ingreso familiar tanto para la muestra de clientes como para el grupo de control. La diferencia radica en que la situación de la actividad económica de las clientas también es explicada por el monto del crédito recibido. Las proporciones explicativas de las variables independientes sobre la variable dependiente son diferentes.

Debemos mencionar, también, que se decidió por tomar al capital de trabajo como variable dependiente porque se percibió que la mayor parte de los créditos fueron destinados al incremento o fortalecimiento de este. Además porque sirve como un proxy de la situación de la actividad económica de los encuestados e indirectamente del nivel de vida de su hogar. En ambos modelos se tiene una información logaritmizada con el objetivo de suavizar o reducir las varianzas de los datos.

Dado que las variables, dependiente e independientes, se manejan en distintas medidas es necesario estandarizar los valores estimados para eliminar el efecto de las distintas unidades de medida. Con estos datos podemos ver la única contribución estadísticamente significativa de cada variable. Así tenemos que para el grupo de clientes la variable que más afecta al nivel de la actividad económica es el monto de ventas y luego el monto del crédito. Con valores en sus parámetros de 0,271 y 0,242 respectivamente. Para el grupo de control la variable con mayor contribución estadísticamente significativa es el monto de ventas con un parámetro de 0,453.

Observando los resultados de la construcción de las regresiones se tiene que existe una relación positiva entre el monto de capital de trabajo con el monto de ventas, el monto de bienes del hogar y en su caso con el monto del crédito. Es decir, que a medida que aumenten las variables independientes se

15. El diseño de un modelo (el análisis de la regresión) trata de estimar o predecir el valor promedio de una variable sobre la base de valores fijos de otras variables. Se debe mencionar que la regresión y el análisis de correlación se basan en la relación o asociación entre dos (o más) variables.

esperan incrementos de la variable dependiente, es decir del nivel o de la situación de la actividad económica del encuestado.

En el cuadro de ajuste del modelo (Cuadro 4.2) se muestran tres valores, el primero, R Múltiple, es el coeficiente de correlación de Pearson. Así vemos que los valores independientes de los modelos de regresión lineal logran explicar el 59% de la variación de la variable dependiente, nivel de la situación económica del negocio o de la principal actividad del grupo de clientes y el 63% en el caso de las del grupo de control. El segundo valor, R Cuadrado (R<sup>2</sup>), llamado también coeficiente de determinación es el cuadrado del R múltiple, es la medida del ajuste del modelo de datos. Se podría traducir como la proporción de la variable dependiente que es explicada por las variables independientes<sup>16</sup>.

En los modelos elaborados para las clientes de PRO MUJER encontramos que el R<sup>2</sup> calculado es de 0,351 y para el grupo de control asciende a 0,401. Con ello se puede decir que las variables independientes del modelo elaborado para el grupo de control explican de mejor forma la variación del nivel de la actividad económica. Por último, encontramos el R<sup>2</sup> corregido o ajustado, que no es más que el R<sup>2</sup> calculado con un ajuste al número de variables independientes del modelo. Para este coeficiente encontramos que en la regresión para las clientes las variables independientes explican el 33,8% la dinámica de la actividad económica y, en el caso del grupo de control este coeficiente llega al 38,7%.

Cuadro 4.2. PRO MUJER. Ajuste del modelo de regresión lineal

Modelo	Coefficiente de Correlación (R) Múltiple	R Cuadrado (R <sup>2</sup> )	R Ajustado	Error estándar de estimación	Durbin-Watson
Regresión Lineal del Grupo de Clientes	0,592	0,351	0,338	1,20	2,105
Regresión Lineal del Grupo de Control	0,633	0,401	0,387	1,34	2,338

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Analizando el estadístico de Durbin-Watson, que mide el grado de autocorrelación entre el residuo correspondiente a cada observación y la anterior. Dado que todos los valores son cercanos a 2 los errores están icorrelados, vale decir que no se tiene autocorrelación.

16. Además, se utilizará el coeficiente de determinación ( $r^2$ ), el cual es el cuadrado del coeficiente de correlación. Este coeficiente de determinación es la principal forma que se tiene para medir la fuerza o extensión de la asociación existente en una relación lineal entre variables. Este coeficiente se encuentra entre 0 y 1. En otros, un coeficiente cercano a la unidad indica una fuerte correlación, o que la variación de una variable dependiente es explicada fuertemente por las variaciones de la variable (o variables) independientes. Donde la variable (o variables) conocida se llama "variable independiente" y la variable que se trata de predecir se denomina "variable dependiente".

## Conclusiones

*Utilizando comparaciones entre una muestra de clientas de PRO MUJER con al menos 2 años de antigüedad como prestatarias y, un grupo de control conformado por personas que no han recibido crédito, pero tienen características similares de la clientela meta de la institución y bajo el supuesto de que las diferencias entre ambos grupos son atribuibles a su participación o no-participación en el programa de microfinanzas de PRO MUJER, la presente investigación arribó a las conclusiones descritas a continuación:*

### **IMPACTOS ECONÓMICOS DE PRO MUJER**

Los principales impactos económicos de PRO MUJER sobre sus clientas, considerados como tales por existir diferencias de mayor magnitud respecto al grupo de control, se evidenciaron en las siguientes áreas: 1) La inversión en los negocios de sus clientas, medida por: el valor de sus activos productivos y el incremento del capital de trabajo y la inversión en activos productivos ocurrida en el último año; 2) La diversificación de ingresos de los negocios de sus clientas, medida por el desempeño de más de una actividad económica; 3) Los ingresos de las unidades económicas de sus clientes, medidos por los montos de ventas y ganancias; 4) Los ingresos de los hogares de sus clientas, medidos por el monto del ingreso familiar, y, 5) Los activos de los hogares de sus clientas, medidos por el valor monetario de sus bienes muebles e inmuebles. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones.

- El nivel promedio de inversión en activos productivos de las unidades económicas de la muestra de clientas es 73% superior a la inversión promedio del grupo de control.
- Las unidades económicas que ejecutan dos actividades generadoras de ingresos simultáneas, representan al 42% de la muestra de clientes y tan sólo al 25% del grupo de control.
- El monto promedio de ventas de las unidades económicas de la muestra de clientas supera en 29% al monto promedio de ventas de las unidades económicas del grupo de control.

- El monto promedio del ingreso de los hogares de la muestra de clientes, supera en 36% al monto promedio de ingresos de los hogares del grupo de control.
- El valor monetario de los activos de los hogares de la muestra de clientes, supera en 82% al promedio evidenciado en los hogares del grupo de control.

## IMPACTOS SOCIALES DE PRO MUJER

Los principales impactos sociales de PRO MUJER sobre sus clientas, considerados como tales por existir diferencias de mayor magnitud respecto al grupo de control, recayeron en las siguientes áreas: 1) La educación de los hogares de sus clientas, medida por la asistencia de los miembros adultos a centros de educación o capacitación durante el último año; 2) Las condiciones de vivienda de los hogares de sus clientas, medida por las ampliaciones de vivienda producidas durante el último año; 3) La prevención de la salud de los hogares de sus clientas, medida por los controles médicos que los menores de edad y adultos recibieron durante el último año; y, 4) La seguridad alimentaria de los hogares de sus clientas, medida por los periodos de escasez de alimentos enfrentados durante el último año. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones

- Los hogares en los que, durante el último año, al menos un adulto asistió a centros educativos o de capacitación, representaron al 47% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 35% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares que en el último año mejoraron las condiciones de su vivienda mediante ampliaciones del espacio, representaron al 20% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 12% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares en los que durante el último año, todos los menores de edad recibieron un control médico de salud, representaron al 55% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 46% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares en los que durante el último año, al menos un adulto recibió un control médico de salud, representaron al 56% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 48% de los hogares del grupo de control.
- Los hogares que en el último año no enfrentaron periodos de escasez de alimentos por falta de dinero, representaron al 65% de los hogares de la muestra de clientas y tan sólo al 57% de los hogares del grupo de control.

## IMPACTOS DE PRO MUJER SOBRE EL EMPODERAMIENTO DE SUS CLIENTAS

Los principales impactos de PRO MUJER sobre el empoderamiento de sus clientas, recayeron sobre las siguientes áreas: 1) Las habilidades empresariales de sus clientas, medidas por el hábito de realizar registros contables básicos del movimiento de su unidad económica y el hábito de administrar de manera separada el dinero del negocio y el dinero del hogar; 2) La autoestima de sus clientas, medidas por su participación activa en organizaciones sociales, no sólo como miembros de base sino también como líderes o dirigentes; y, 3) El ingreso personal de sus clientas, medidas por el incremento del monto del ingreso personal producido durante el último año. Seguidamente se presentan algunos resultados que respaldan estas conclusiones:

- Las mujeres que administran de manera separada el dinero de su negocio y de su hogar, representan al 72% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 54% de las mujeres del grupo de control.
- Las mujeres que participan activamente en organizaciones sociales, representan al 31% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 13% de las mujeres del grupo de control.
- Las mujeres que en el último año elevaron su nivel de ingreso personal, representaron al 29% de las mujeres de la muestra de clientas y tan sólo al 18% de las mujeres del grupo de control.

## CONCLUSIONES DEL IMPACTO DESEDE LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

### Racionalidad empresarial

- En general el micro-crédito promueve la diversificación de la actividad empresarial, la reinversión e incorporación del trabajo remunerado, es decir, contribuye al desarrollo de una racionalidad empresarial.
- 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.
- El micro-crédito mejora 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.
- Pese a los impactos positivos, el avance de la unidad económica se frena por la competencia y la demanda insuficiente.
- En ese marco, salir adelante no conlleva con la formalización de la actividad económica. Los buenos resultados se alcanzan al margen de las conquistas laborales: jornada de ocho horas, seguro médico, etc.

- En casi todos los casos, el 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 ontratar empleados, el prestatario opta por el trabajo de menores, pago en dinero y especie, servicios eventuales o fuerza laboral remunerada a destajo.

#### Empoderamiento de la mujer

- Con el crédito y el trabajo la mujer se sustrae 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 posibilidades de participar, decidir, dirigir y emprender, ventajas que a veces se abren paso en medio de la doble jornada, las hijas-madres suplentes, el escaso tiempo para participar, la competencia intra-hogareña por dirigir y las limitaciones del entorno para enfrentar otros retos.
- A la hora de la toma de decisiones, los caminos que sigue el proceso de empoderamiento nos permite distinguir estas variantes: muchas clientas declaran que en sus hogares prevalece la toma de decisiones en pareja, pero en el test se percibe que en ese aparente consenso suele imponerse la voluntad del varón. A menudo cada uno 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.
- La instancia en que la mujer incuestionablemente decide por sí sola dentro de la unidad familiar nuclear es si el esposo no existe o se ausenta con frecuencia.
- En todo caso, el micro-crédito ayuda a que el papel de la mujer se revalorice en el seno familiar porque ella complementa los ingresos, consigue créditos, cubre necesidades básicas cuando no hay esposo o éste carece de empleo. Ello contribuye a que la mujer se enorgullezca de sí misma y desarrolle su autoestima.
- El microcrédito, en la medida en que incorpora a la mujer al trabajo, contribuye a flexibilizar modalidades patriarcales en la toma de decisiones y abre una puerta hacia el planteamiento de retos, generalmente relacionados con mejoras en las condiciones de vida personales y de su familia.

#### IMPACTOS DE PRO MUJER SOBRE LA REDUCCIÓN DE POBREZA

A través de distintos indicadores, se verificaron menores niveles de pobreza en hogares de clientas de PRO MUJER, en comparación a los hogares de individuos del grupo de control. Seguidamente se presentan algunos de los resultados hallados que respaldan esta conclusión:

- Considerando como línea de pobreza a un ingreso familiar igual a 167 dólares mensuales, se determinó que la proporción de hogares pobres es de 20% en la muestra de clientes y de 40% en el grupo de control.
- Considerando como línea de indigencia a un ingreso familiar igual a 88 dólares mensuales, se determinó que la proporción de hogares indigentes es de 6% en la muestra de clientes y de 14% en el grupo de control.
- El ingreso promedio de los hogares pobres de la muestra de clientes, es 10% superior al ingreso promedio de los hogares pobres del grupo de control.

#### RESULTADOS CUANTITATIVOS AMPLIADOS

##### Resultados del test de diferencias de medias muestrales.

De acuerdo a este test, los principales impactos económicos de PRO MUJER recaen sobre: 1) los activos de los hogares de sus clientes, medidos por el valor de sus bienes muebles e inmuebles; 2) los ingresos de los hogares de sus clientes, medidos por el monto del ingreso familiar; 3) la diversificación de ingresos de las unidades económicas de sus clientes, medida por el desempeño de más de una actividad generadora de ingresos; y, 4) la inversión en las unidades económicas de sus clientes, medida por el valor de los activos utilizados en el negocio.

##### Resultados del test de diferencias de medias y medianas muestrales.

De acuerdo a este test, los principales impactos económicos de PRO MUJER incluyen también a: 1) los niveles de empleo de las unidades económicas de sus clientes, medidos por el tamaño de la fuerza laboral total encargada de su funcionamiento y el tamaño de la fuerza laboral dependiente remunerada; 2) los ingresos de las unidades económicas de sus clientes, medidos por los montos de ventas y ganancias; y 3) la inversión en las unidades económicas de sus clientes, medida por el monto del capital de trabajo.

##### Resultados de los tests de correlaciones.

Utilizando estos tests se determinaron las siguientes relaciones estadísticamente significativas entre las variables de impacto analizadas y el monto del préstamo de PRO MUJER, la antigüedad del cliente como participante del programa de la institución y el número de préstamos recibidos.

- El monto del préstamo de PRO MUJER, influye sobre impactos económicos, sociales y de empoderamiento de mujeres ocasionados por la institución. Se evidenciaron correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre el monto del crédito y la inversión, los ingresos y el Empleo del negocio de la clienta; el Ingreso Familiar, los Activos y la Educación de los miembros adultos del hogar de la clienta; y, la Autoestima de la clienta, medida por el planteamiento de retos personales. Por tanto,

la relación "a mayor crédito, mayor inversión, ingresos y empleo en el negocio de la clienta" es estadísticamente significativa, al igual que, la relación "a mayor crédito, mayor ingreso familiar, inversión en activos y nivel de instrucción de adultos en el hogar de la clienta; y, mayor autoestima en la propia clienta".

La antigüedad de la clienta de PRO MUJER, influye sobre impactos sociales y de empoderamiento de mujeres ocasionados por la institución. Se evidenciaron correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre la antigüedad de la clienta y: las Condiciones de Vivienda, la Prevención de la Salud de menores de edad y la Seguridad Alimentaria del hogar de la clienta; y, el Ingreso Personal, las Habilidades empresariales y la Autoestima de la clienta. Por tanto, la relación "a mayor antigüedad de la clienta, mejores condiciones de vivienda, hábitos de prevención de salud de menores y mayor seguridad alimentaria en el hogar de la clienta", es estadísticamente significativa, al igual que, la relación "a mayor antigüedad de la clienta, mayor autoestima, ingreso personal y mejores habilidades empresariales en la clienta".

El número de préstamos recibidos por la clienta de PRO MUJER, influye también sobre impactos sociales y de empoderamiento de mujeres ocasionados por la institución. Se evidenciaron correlaciones positivas y estadísticamente significativas entre el número de préstamos recibidos por la clienta y: las Condiciones de vivienda, la Asistencia escolar de menores de edad y la Seguridad Alimentaria del hogar de la clienta; y, Habilidades empresariales y Autoestima de la clienta. Por tanto, la relación: "a mayor número de préstamos recibidos por la clienta, mayor seguridad alimentaria, asistencia escolar de menores y mejores condiciones de vivienda para el hogar de la clienta" es estadísticamente significativa, al igual que, la relación "a mayor número de préstamos recibidos por la clienta, mayor autoestima y mejores habilidades empresariales".

#### Resultados del modelo econométrico

Se construyeron dos modelos econométricos, uno para cada muestra, utilizando el monto de capital de trabajo como variable proxy de la situación de la unidad económica. Los modelos generados fueron los siguientes:

La situación de las unidades económicas de las clientas de PRO MUJER está explicada por las siguientes variables: 1) el monto del préstamo de la institución, con un peso de 0,24; 2) el monto de ventas de la unidad económica, con un peso de 0,27; 3) el monto del ingreso familiar, con un peso de 0,14; y 4) el monto de los activos del hogar, con un peso de 0,15; 5) el tamaño de la fuerza laboral de la unidad económica, con un peso de 0,13; y 6) el nivel de instrucción del cliente y otros adultos de su hogar, con un peso de 0,12.

La situación de las unidades económicas de los individuos del grupo de control está explicada por las siguientes variables: 1) el monto de los activos del hogar, con un peso de 0,17; 2) el monto de ventas de la unidad económica, con un peso de 0,45; 3) el tamaño de la fuerza laboral de la unidad económica, con un peso de 0,14; y 4) el nivel de instrucción del propietario de la unidad económica, con un peso 0,23.

#### PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES EN CUANTO A LOS IMPACTOS DE PRO MUJER

La mayoría de las clientas de la institución, tiene opiniones favorables acerca de los cambios que se produjeron en su unidad económica, su unidad familiar y su persona gracias a su participación en el programa de PRO MUJER. Desde su perspectiva, los principales impactos de PRO MUJER se produjeron sobre: el capital de trabajo y nivel de ingreso de sus negocios, el nivel de ingreso familiar y el fortalecimiento de la cooperación en sus hogares; y, en su autoestima y habilidades empresariales. Seguidamente se presentan algunos de los resultados hallados que respaldan estas conclusiones:

- El 55% de las clientas opina que gracias a su participación en PRO MUJER la situación de su unidad económica ha mejorado, frente a un 8% de clientas con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER, se vincularon al incremento de ingresos y al incremento del capital de trabajo, con participaciones porcentuales de 29% y 34% de la muestra respectivamente.
- El 56% de las clientas opina que la situación de su unidad familiar ha mejorado gracias a su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 3% con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER se vincularon al incremento del ingreso familiar y el fortalecimiento de la cooperación entre los miembros del hogar, con participaciones porcentuales de 42% y 30% de la muestra respectivamente.
- Finalmente, el 60% de las clientas de la institución opinan que su situación personal ha mejorado gracias a su participación en PRO MUJER, frente a sólo un 4% con una opinión contraria. Las principales mejoras propiciadas por PRO MUJER se vincularon al incremento de la autoestima y al mejoramiento de las habilidades y destrezas en el manejo del negocio, con participaciones porcentuales de 36% y 43% de la muestra respectivamente.

Basados en los estudios de caso realizados a clientes de PRO MUJER, se extrajeron los resultados cualitativos presentados seguidamente.

#### USOS DE LOS CRÉDITOS Y AHORROS

- El uso principal que las clientas de PRO MUJER otorgan a los préstamos de la institución, es la inversión en capital de trabajo para su negocio.

Cuando las clientas acceden a mayores montos de préstamo, la inversión en activos productivos en mobiliario para su negocio se convierte en otro uso principal del crédito de PRO MUJER, al igual que la inversión en vivienda o la inversión en bienes de consumo para su hogar. También existen usos no deseables del crédito, traducidos en el crédito que beneficia a la pareja de la clienta o a sus familiares de sexo masculino; el crédito que se utiliza para el pago de otras deudas; y gastos de emergencia.

- Los usos principales que las clientas de PRO MUJER otorgan a los ahorros que logran acumular gracias a su participación en las asociaciones comunales, son el gasto de consumo de su hogar y el gasto de entretenimiento de su hogar. Cuando se logra acumular ahorros de mayor monto, la inversión en activos para su negocio así como la inversión en vivienda o bienes de consumo para su hogar, se convierte en otro destino principal de los ahorros. Independientemente de su monto, los ahorros son utilizados para financiar gastos de emergencia del hogar y déficits en el pago de deudas.

### IMPACTOS INESPERADOS DE PRO MUJER

En cuanto a impactos, no considerados dentro de las hipótesis de investigación planteadas, se verificaron los siguientes impactos inesperados de PRO MUJER sobre:

#### La Unidad Económica

- 1) Incremento de la Productividad de la actividad económica
- 2) Estabilización de ingresos y suavización de déficits estacionales de ingresos, y
- 3) Disminución de costos de inversión

#### La Unidad Familiar

- 1) Incremento del gasto familiar mejorando un bienestar ya ganado
- 2) Incremento del gasto familiar superando una situación previa de crisis

#### El individuo

- 1) Creación o incremento del capital social
- 2) Fortalecimiento de la comunicación de mujeres con los miembros de su hogar
- 3) Mayor participación de mujeres en el sostenimiento de su hogar

## ACTORES DEL SERVICIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

### EQUIPO DE TRABAJO DEL SERVICIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

Lic. Reynaldo Marconi  
Ing. Irina Aliaga Romero  
Lic. Sonia Saperón de Zapata  
Lic. Gustavo Mederos Urioste  
Ing. Mauricio Chamas  
Miguel Cloure

### PRIMERAS ENTIDADES USUARIAS DEL SERVICIO

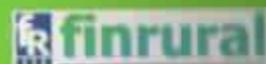
CRECER  
DIACONIA FRIF  
FADES  
PRO MUJER  
FFP FIE S.A.  
FFP ECO FUTURO S.A.  
CAC TRINIDAD Ltda.  
CAC COMATAPA Ltda.

### ORGANISMOS PATROCINADORES DEL SERVICIO

Fundación Ford a través del Programa Imp-Act  
Organización Intereclesiástica para el Desarrollo (ICCO)  
Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROPSF)

### ASESOR ACADÉMICO DEL SERVICIO

Profesor Paul Mosley de la Universidad de Sheffield  
Reino Unido  
Miembro del Equipo de Académicos del Programa  
Imp-Act



**Imp-Act**



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 que 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"* que permitiría establecer el impacto agregado 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.

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. También se generó el informe de los impactos agregados de las ocho entidades, el cual fue presentado a varios actores de la industria de las microfinanzas en el marco de un Taller *Servicios de Evaluación de Impactos y sus Resultados*, realizado en el mes de Abril.

Este primer año de trabajo del Servicio, concluye con la edición de una serie de ocho publicaciones para su difusión al público en general. Seis publicaciones presentan un resumen del estudio de impacto de las entidades: CRECER, DIACONIA-FRIF, PRO MUJER, FADES, FPP FIE y FPP ECO FUTURO y, las otras dos, presentan los resultados de la evaluación de impactos agregados y sistematización metodológica de la evaluación de impactos promovida por FINRURAL. El presente documento forma parte de esta serie de publicaciones.

