

Empoderamiento de la mujer a través de las microfinanzas

Susy Cheston y Lisa Kuhn

Según el *Informe 2001 de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito*, 14.2 millones de las mujeres más pobres¹ del mundo actualmente tienen acceso a servicios financieros mediante instituciones microfinancieras (IMF) especializadas, bancos, organizaciones no gubernamentales (ONG) y otras instituciones financieras no bancarias. Estas mujeres constituyen casi un 74% de los 19.3 millones de personas con más bajos recursos del mundo que ahora reciben servicios por parte de instituciones de microfinanzas. La mayoría de estas mujeres tienen acceso al crédito para invertir en negocios propios que ellas mismas operan. La gran mayoría de ellas tiene un excelente registro de pago, a pesar de las carencias diarias que enfrentan. Contrario al saber convencional, ellas han demostrado que es una muy buena idea otorgar préstamos a los pobres y a las mujeres.

Así, dadas estas impresionantes estadísticas, ¿podemos congratularnos por nuestro servicio a las mujeres pobres y asumir que el empoderamiento de la mujer y otros asuntos de género se resolverán por sí solos?

Aunque el acceso de la mujer a los servicios financieros se ha incrementado sustancialmente durante los pasados 10 años, su habilidad de beneficiarse de este acceso a menudo está todavía limitada por las desventajas que sufren debido a su género. Algunas IMF están ofreciendo un porcentaje cada vez menor de préstamos a las mujeres, aun cuando estas instituciones crecen y ofrecen nuevos productos crediticios. Otras han encontrado que, en promedio, los montos de préstamos a mujeres son más pequeños que aquellos para hombres, aun cuando pertenezcan al mismo programa de crédito, a la misma comunidad y al mismo grupo de prestatarios. Algunas diferencias en el monto de los préstamos pueden ser el resultado de la mayor pobreza de las mujeres o la más limitada capacidad de las empresas de las mujeres para absorber el capital. Pero pueden también indicar una más amplia discriminación social hacia la mujer, la cual limita las oportunidades disponibles para ellas, cuestionando si los programas de desarrollo a través del microcrédito debieran esforzarse más en abordar estos temas. Y cuando observamos el liderazgo de muchas IMF vemos muy pocas mujeres. Sus contribuciones—ya sea para establecer la visión de una mesa directiva, diseñar productos y servicios o implementar programas—hacen falta. Así, a medida que la industria adquiere mayor sofisticación en el desarrollo de productos y servicios enfocados, tiene sentido prestar atención tanto al enfoque en la mujer como al empoderamiento de la mujer.

Los programas de microfinanzas tienen el potencial de transformar las relaciones de poder y otorgar poder a los pobres—tanto a hombres como a mujeres. En programas de microfinanzas bien administrados existe una relación de respeto entre el proveedor y el cliente que es inherentemente fortalecedora. Esto es verdad sin importar la metodología o estilo (si la institución sigue un método minimalista para la entrega de servicios financieros o uno más completo o integral). Como consecuencia, las microfinanzas se han convertido en un componente central de las estrategias para asuntos de género, alivio a la pobreza y desarrollo comunitario de muchas agencias donantes. Sin embargo, varios estudios y las experiencias de varias IMF han demostrado que simplemente poner recursos financieros en las manos de mujeres pobres no es suficiente para generar el empoderamiento y mejorar el bienestar social.

En este artículo demostramos que aunque las microfinanzas no abordan todas las barreras para el empoderamiento de la mujer, los programas de microfinanzas, cuando están diseñados adecuadamente, pueden contribuir de manera importante al empoderamiento de la mujer. Empezamos por examinar algunas de las teorías y suposiciones sobre el enfoque hacia la mujer de los programas de microfinanzas y las resultantes implicaciones para el empoderamiento. A partir de los estudios y experiencias de instituciones microfinancieras en África, Asia y América Latina, el documento busca descubrir lo que se sabe acerca del

impacto en la mujer, tanto en términos de bienestar social como de empoderamiento. Aunque se reconoce que no existe un conjunto de indicadores de empoderamiento que pueda aplicarse universalmente a través de distintas culturas y regiones, presentamos evidencia sobre varios tipos de transformaciones que son relevantes e importantes para el empoderamiento a través de varias culturas. La parte central del artículo es un estudio de caso detallado sobre el impacto en la mujer que logró Sinapi Aba Trust (Fideicomiso Sinapi Aba) (SAT), una institución socia de *Opportunity International* en Ghana. Con base en ese estudio y las experiencias de otras IMF, identificamos varios factores programáticos y estrategias que pueden hacer una contribución positiva al empoderamiento de la mujer y a su transformación integral, incluyendo la capacitación en negocios, discusión de temas sociales, apoyo y consejo para el equilibrio entre los negocios y la familia, experiencia en la toma de decisiones, liderazgo, propiedad y control de la institución de crédito. También analizamos el papel que juega en el empoderamiento de la mujer la contribución económica que ella hace al hogar y la comunidad. Luego observamos algunas de las estrategias utilizadas por las IMF para que sus servicios lleguen a las mujeres y las empoderen, así como los resultados de dichas estrategias, identificando algunas de las más prometedoras.

Nuestras lecturas, investigación y experiencia han descubierto valiosos ejemplos de empoderamiento, pero también han hecho surgir muchas preguntas que sugieren algunas áreas importantes de trabajo futuro. Por lo tanto, concluimos haciendo un llamado a la acción por parte de instrumentadores y donantes, para que pueda realizarse el tremendo potencial de las microfinanzas para el empoderamiento de la mujer.

Este artículo no tiene el propósito de presentar de manera extensa y exhaustiva todo lo que se sabe acerca del tema de las microfinanzas y el empoderamiento de la mujer. Buscamos tomar como base el creciente cuerpo de investigaciones sobre el tema, mezclar las perspectivas y experiencias de académicos e instrumentadores y alentar una mayor exploración y diálogo sobre el tema. A lo largo del documento proporcionamos referencias para que aquellos interesados en explorar aspectos específicos del empoderamiento puedan encontrar información. Otras áreas relacionadas con el empoderamiento ameritan más investigación, pero no se abordaron por estar fuera del alcance de este documento; éstas incluyen indicadores de empoderamiento y técnicas de medición, la contribución de los micro-seguros y ahorros al empoderamiento, la transferencia tecnológica mediante IMF's, la relación entre la participación en los programas de microfinanzas, el empoderamiento y la planificación familiar y los efectos de normas culturales, particularmente la religión, en la habilidad de los programas de microfinanzas para empoderar a la mujer.

Enfoque en la mujer

Los donantes internacionales, gobiernos, académicos y otros expertos en desarrollo han prestado mucha atención a las microfinanzas como una estrategia capaz de beneficiar a las mujeres e incluirlas en el proceso de desarrollo. La industria microfinanciera ha dado grandes pasos hacia la identificación de barreras al acceso de las mujeres a los servicios financieros y ha desarrollado maneras de saltar dichas barreras. Un estudio realizado en 2001 por la Unidad Especial para las Microfinanzas del Fondo de Desarrollo de Capital de las Naciones Unidas (SUM/UNCDF) de 29 instituciones microfinancieras, reveló que aproximadamente 60% de los clientes de estas instituciones eran mujeres. Seis de las 29 se enfocaban únicamente en las mujeres. Entre las 23 restantes, el 52% de los clientes eran mujeres.² No obstante, el estudio mostró también que aquellos programas que ofrecen solamente préstamos individuales o montos de crédito mínimo relativamente altos, tendían a tener un menor porcentaje de clientes mujeres. Estos hallazgos afirman la importancia de diseñar productos adecuados para las mujeres.

De acuerdo al Informe de Resultados de la Microempresa (*Microenterprise Results Report*) de USAID para 2000, aproximadamente 70% de los clientes de las IMF apoyadas por USAID eran mujeres. Sin embargo, se observó considerable variación entre regiones, con porcentajes de clientes mujeres desde el 27% en el Cercano Oriente hasta 87% en Asia. En Europa Oriental, donde USAID tradicionalmente ha apoyado programas de préstamos individuales, el porcentaje de clientes mujeres cayó hasta un 48% en 1994³ antes de

subir a 54% en 2000, cuando USAID comenzó a apoyar más programas de préstamo a grupos que ofrecían cantidades más pequeñas.⁴ Aunque el estudio de UNCDF encontró que los programas más grandes tiende a tener porcentajes menores de clientes mujeres, los datos reunidos por la Campaña de la Cumbre del Microcrédito no encontraron una correlación estadísticamente significativa entre el número de clientes muy pobres⁵ servidos por cada institución y el porcentaje de estos clientes que eran mujeres.

Las instituciones microfinancieras alrededor del mundo han sido bastante creativas en la creación de productos y servicios que evitan las barreras que tradicionalmente detienen el acceso de la mujer a los servicios financieros formales, tal como los requisitos de garantía, de tener un aval varón o asalariado, requisitos de documentación, barreras culturales, movilidad limitada y alfabetismo. No obstante, en varios países y áreas hay pocas o ninguna institución que ofrezca servicios bajo términos y condiciones favorables para la mujer. En su conjunto, estos hallazgos confirman que el tipo de productos ofrecidos, sus condiciones de acceso y la distribución de la cartera de una institución entre sus diferentes productos y servicios, afectan el acceso de la mujer a los servicios financieros. Sugieren también que puede hacerse mucho más para servir a las mujeres pobres en ciertos contextos culturales y económicos.

Por qué enfocarse en la mujer? Teorías, suposiciones y realidad

Pueden ofrecerse muchas razones distintas para darle prioridad al mayor acceso de la mujer a los servicios microfinancieros.

Género y desarrollo

Investigaciones realizadas por UNDP, UNIFEM y el Banco Mundial, entre otros, indican que las desigualdades de género en las sociedades en desarrollo inhiben el crecimiento económico y el desarrollo. Por ejemplo, un reciente informe del Banco Mundial confirma que las sociedades que discriminan con base al género, pagan el costo de una mayor pobreza, un más lento crecimiento económico, gobierno más débil y un nivel de vida más bajo de sus ciudadanos.⁶ El UNDP encontró una muy fuerte correlación entre su medida de empoderamiento de género e índices de desarrollo relacionados con el género y su Índice de Desarrollo Humano. En general, se está acumulando la evidencia de que el mejoramiento de la igualdad de géneros es un componente crítico de cualquier estrategia de desarrollo.

Las microfinanzas han venido a jugar un papel importante en muchas de las estrategias de desarrollo y género de estos donantes, debido a su relación directa tanto con el alivio de la pobreza como con la mujer. Como CIDA reconoce en su política de géneros, “la atención a la igualdad de géneros es esencial para la práctica sólida del desarrollo y está en el corazón del progreso económico y social. Los resultados del desarrollo no pueden maximizarse y sostenerse sin una atención explícita a las diferentes necesidades e intereses de mujeres y hombres.”⁷ Como parte de su prioridad de reducir la pobreza, CIDA apoya programas que proporcionan un “acceso cada vez mayor a los bienes productivos (especialmente tierra, capital y crédito), procesos y herramientas de mercado para la mujer.”⁸ Al dar a la mujer acceso al capital de trabajo y capacitación, las microfinanzas ayudan a movilizar la capacidad productiva de la mujer para aliviar la pobreza y optimizar los resultados económicos. En este caso, el derecho de la mujer a los servicios y financiamiento para el desarrollo y a los derechos equitativos, descansa principalmente en su contribución potencial a la sociedad, en lugar de en sus derechos intrínsecos como seres humanos y miembros de esa sociedad.⁹

Las mujeres son las más pobres entre los pobres Generalmente se reconoce que las mujeres están desproporcionadamente representadas entre las personas más pobres del mundo. En su Informe sobre el Desarrollo Humano, la UNDP reportó que 70% de los 1.3 miles de millones de personas que viven con menos de \$1 dólar diario son mujeres.¹⁰ De acuerdo a la base de datos estadísticos sobre género del Banco Mundial, la tasa de desempleo es más alta entre las mujeres que entre los hombres en prácticamente todos los países.¹¹ En general, las mujeres comprenden también la mayoría de quienes reciben menores ingresos y forman los sectores informales no organizados de la mayoría de las economías. Estas estadísticas se emplean

para justificar la prioridad otorgada a dar a la mujer mayor acceso a los servicios financieros, con base en que la mujer tiene una desventaja en relación con el hombre.

Aunque muchos estudiosos y agencias del desarrollo han notado una tendencia aparente hacia la “feminización de la pobreza,” la medición del grado en el cual esto está ocurriendo presenta muchos desafíos. Ya que la mayoría de los métodos para medir la pobreza evalúan el nivel de pobreza del hogar en su conjunto, es probable que la pobreza que la mujer experimenta como resultado de la discriminación en su contra *dentro* de sus hogares no se reporte en gran medida. Además, Baden y Milward notan que “aunque las mujeres no siempre son más pobres que los hombres, debido a la base más débil de sus derechos, ellas son, por lo general, más vulnerables y, si son pobres, pueden tener menos opciones en términos de escape.”¹² Al proporcionar acceso a financiamiento para actividades remunerativas, las instituciones microfinancieras pueden reducir significativamente la vulnerabilidad de las mujeres a la pobreza. Dicha reducción puede en ocasiones también traducirse en el empoderamiento, si la mayor seguridad financiera permite a la mujer convertirse en una persona más segura en el hogar y en los asuntos de su comunidad.

La mujer emplea una mayor proporción de ingresos en su familia Se ha demostrado que las mujeres utilizan más de sus ingresos en sus hogares; por lo tanto, cuando a la mujer se le ayuda a aumentar sus ingresos, el bienestar de toda la familia mejora. En su informe sobre los hallazgos de su estudio, la Unidad Especial para las Microfinanzas de UNCDF explica que “el éxito de la mujer beneficia a más de una persona. Varias instituciones confirmaron el bien documentado hecho de que las mujeres son más propensas que los hombres a gastar sus ganancias en el hogar y necesidades familiares. Por lo tanto, ayudar a la mujer genera un efecto multiplicador que agranda el impacto de las actividades de instituciones.”¹³ El Fideicomiso para el Desarrollo del Carácter Emprendedor de la Mujer (*Women’s Entrepreneurship Development Trust Fund—WEDTF*) en Zanzíbar, Tanzania, reporta también que “mayores ingresos para la mujer benefician a los niños, particularmente en cuanto a educación, dieta, cuidado de la salud y prendas de vestir.” De acuerdo a un informe de WEDTF, el 55% del aumento de ingresos de la mujer se utiliza para comprar artículos del hogar, 18% se dedica a la educación y 15% se emplea en ropa. En su investigación sobre el nivel de pobreza de hogares encabezados por mujeres, Sylvia Chant, una investigadora de la London School of Economics, cita varios estudios en América Latina que otorgan credibilidad a la creencia común de que las mujeres gastan un mayor porcentaje de sus ingresos en sus hogares, en comparación con los hombres. Ella escribe que “en Guadalajara, México, por ejemplo, González de la Rocha nota que los hombres generalmente contribuyen sólo el 50% de sus salarios al fondo colectivo del hogar. En Honduras, esto promedia un 68% y mi propio estudio en las ciudades mexicanas de Puerto Vallarta, León y Querétaro en 1986, muestra que la asignación equivalente es del 67.5%. Las mujeres, por otro lado, tienden a no guardar nada para ellas mismas, dando como resultado que el dinero en hogares encabezados por mujeres está generalmente disponible para gastos del hogar.”¹⁴ Asimismo, Naila Kabeer escribe que “existen razones sólidas por las cuales es probable que se atiendan mejor los intereses de la mujer invirtiendo esfuerzos y recursos en el bienestar colectivo del hogar y no en el beneficio personal de la mujer.” Pero Kabeer también advierte que es importante reconocer que esos incentivos pueden cambiar cuando la mujer sea empoderada y tenga nuevas opciones.¹⁵ Las mujeres empoderadas tendrán el poder de tomar decisiones en sus vidas que son mejores para ellas mismas y, aunque muchas mujeres en esta situación elegirán invertir en sus familias, las instituciones de desarrollo deben estar preparadas para la posibilidad de que algunas no lo harán.

Eficiencia y sostenibilidad Se han formulado argumentos a favor y en contra del enfoque en la mujer, con base en la eficiencia y sostenibilidad. Quienes proponen el enfoque en la mujer con base en la sostenibilidad, citan los registros de pago de préstamos de las mujeres y la cooperación. Ha surgido un saber colectivo que dice que las tasas de pago de las mujeres son típicamente muy superiores a las de los hombres. Las menores tasas de pagos pendientes y pérdidas de préstamos han tenido un efecto importante en la eficiencia y sostenibilidad de las instituciones. Muchos programas han descubierto también que las mujeres cooperan más y prefieren trabajar con ellas por esta razón. La experiencia de Sinapi Aba Trust, un socio de

Opportunity International en Ghana, demuestra una clara diferencia entre los registros de pago de hombres y mujeres en el programa de Bancos de Confianza, una metodología de préstamo a grupos similar a los bancos comunales.¹⁶

Experiencia con Préstamo a Grupos Masculinos: Sinapi Aba Trust, Ghana

Sinapi Aba Trust empezó la formación de un programa de Banco de Confianza para hombres en 1998 luego de haber manejado con éxito el programa de Banco de Confianza para mujeres. A partir del segundo ciclo de crédito, los programas masculinos estaban dando resultados inferiores a los obtenidos por los femeninos en términos de los atrasos de pagos. A mediados del 2000, los atrasos en los pagos de préstamos del programa para hombres constituían el 20% del total de atrasos del programa de Banco de Confianza, a pesar de que los hombres representaban menos del 8% del total de los clientes de los Bancos de Confianza; la proporción de atrasos de los programas masculinos era 2.5 veces mayor a la de los Bancos de Confianza femeninos. El personal de Sinapi Aba citó como causa de estos atrasos el hecho de que los clientes hombres están constantemente en competencia directa el uno con el otro y son más propensos a tomar riesgos como el de dar sus productos a crédito. El personal reportó también que los grupos masculinos son más difíciles de controlar y no tienen una actitud positiva en lo referente a la asistencia a reuniones. También reportaron que los hombres no tienen un compromiso con la garantía mutua del grupo, a pesar de haberles hecho ver la importancia de esto. Como resultado, Sinapi Aba discontinuó los programas de Banco de Confianza masculinos y ahora trabaja con los hombres principalmente como minoría entre los grupos mixtos de Bancos de Confianza y a través de su programa de préstamos individuales.

A pesar del gran número de instituciones que sirven exclusiva o predominantemente a la mujer y que mantienen altos niveles de sostenibilidad financiera, algunas personas argumentan que las instituciones que dan prioridad al servicio a la mujer tienen también una tendencia a colocar las metas sociales por encima de la eficiencia, lo cual las lleva a un desempeño financiero más pobre. Con base en su experiencia en MicroRate, Damian von Stauffenberg ofrece una hipótesis al respecto: “Es nuestra experiencia que, en promedio, del 60% al 70% de los prestatarios de las IMF son mujeres. Algunas veces observamos más altos porcentajes de mujeres prestatarias, pero en esos casos la calidad de la cartera tiende a sufrir. El porqué no está completamente claro, pero una de las hipótesis es que las IMF que se concentran exclusivamente en las mujeres pueden poner las metas ideológicas por encima de la capacidad técnica. Si esto es verdad o no todavía está por demostrarse.”¹⁷ Aunque es verdad que algunas instituciones con motivación social pueden elegir ofrecer servicios sociales adicionales a sus clientes, eso puede hacerlas menos rentables que aquellas que se enfocan solamente en la entrega de servicios financieros rentables; no parece haber una razón por la cual la calidad de la cartera deba sufrir o que los objetivos sociales y la capacidad técnica no puedan ir a la par. De hecho, un entendimiento más profundo del contexto y fuerzas sociales en los que operan las microfinanzas puede permitir un mejor manejo de riesgos y un diseño de productos y procesos más apropiados que a la larga mejoren la calidad de la cartera. Sin embargo, SUM/UNCDF no encontró en su estudio ninguna clara conexión entre la difusión hacia las mujeres y la autosuficiencia financiera. El informe afirma que “si acaso, en esta muestra muy limitada, las instituciones con más altos niveles de autosuficiencia, proporcionalmente daban más servicio a mujeres que las instituciones menos autosuficientes.”¹⁸

Una creencia relacionada es que los programas de préstamo a grupos que benefician a mujeres y a clientes de más bajos recursos, son menos sostenibles que las instituciones que sirven a clientes de niveles más altos con préstamos individuales, pero a esto ha respondido con detalle Gary Woller en su análisis comparativo de las instituciones de bancos comunales y las de préstamos individuales, en el boletín del micro-banco (*MicroBanking Bulletin*). Su conclusión es que la respuesta a la pregunta “¿pueden las instituciones de bancos comunales llegar a ser autosuficientes? es ‘¡Sí!’ y no sólo eso, estas instituciones pueden alcanzar niveles de autosuficiencia logrados por grupos de solidaridad y prestadores individuales.”¹⁹

Los programas que dan servicio a un número significativo de hombres tienen más probabilidades de emplear metodologías que requieren garantía y procedimientos de monitoreo más extensos que ayuden a reducir el riesgo de falta de pago, mientras que los programas diseñados para servir principalmente a las mujeres tienden a reemplazar el monitoreo formal con las garantías sociales. Generalmente las IMF son capaces de equilibrar los procedimientos más costosos con préstamos más grandes, mientras que muchas instituciones que se enfocan en la mujer han confiado en la capacidad del cliente de llevar un auto-monitoreo y cooperación para servir a mujeres que de otra manera podrían haber sido excluidas debido a la pequeña cantidad de capital que requieren.

Perspectiva de los derechos de la mujer El derecho igualitario de la mujer a los recursos financieros es un tema de derechos humanos. Porque el acceso al crédito es un mecanismo importante para reducir la pobreza de la mujer, ha sido un objetivo explícito de una variedad de instrumentos de derechos humanos. Tanto la Convención para la Eliminación de Todas las Formas de Discriminación contra la Mujer como la Plataforma de Acción de Beijing abordan el acceso de la mujer a los recursos financieros. Por ejemplo, la Plataforma incluye 35 referencias acerca de permitir a las mujeres pobres el acceso al crédito. Los instrumentos internacionales y nacionales que establecen el derecho de la mujer al crédito, promueven la responsabilidad de los gobiernos para cumplir los compromisos hacia los derechos de la mujer.²⁰

Empoderamiento de la mujer Finalmente, pero no menos importante, una de las razones frecuentemente articuladas para el apoyo de las microfinanzas y el enfoque en la mujer de los programas microfinancieros es que las microfinanzas son un medio efectivo o punto de entrada para empoderar a la mujer. Al poner los recursos financieros en las manos de las mujeres las IMF ayudan a nivelar el campo de acción y promover la igualdad de géneros.

¿A qué nos referimos cuando hablamos sobre el empoderamiento?

La mayoría de nosotros tenemos bastante dificultad definiendo el término *empoderamiento*. La palabra ni siquiera se traduce literalmente a muchos idiomas. Sin embargo, la mayoría de nosotros sabemos reconocer el empoderamiento cuando lo vemos.

Muestras del Empoderamiento

- Nury, una clienta analfabeta del Banco de Confianza en AGAPE, Colombia, que solía ser demasiado tímida como para hablar con extraños, se convirtió en la tesorera de su Banco de Confianza.
- Un grupo de viudas en Bali recibió préstamos de WKP para dar inicio a proyectos sencillos de crianza de cerdos. Con el tiempo aumentó su confianza y solidaridad y se expandieron a una cooperativa de alimento para cerdos que se convirtió en la mayor proveedora de la aldea.
- Hanufa, una socia de CODEC en Bangladesh, defendía su derecho en contra de un divorcio ilegal pero decidió al final que está mejor por su cuenta. "Ahora puedo caminar con mis propios zapatos."

Un oficial de crédito de Sinapi Aba Trust en Ghana definió *empoderamiento* como “permitir a cada persona alcanzar el potencial que Dios le ha dado.” Algunos clientes han empleado el término *autodependencia* y *autorrespeto* para definirlo. De acuerdo a UNIFEM “adquirir la habilidad de generar opciones y ejercitar el poder de negociar,” “desarrollar un sentido de autoestima, creer en la habilidad de ella misma para asegurar los cambios deseados y el derecho de controlar su propia vida” son elementos importantes del empoderamiento de la mujer.²¹ El empoderamiento es una meta implícita, o a veces explícita, de un gran número de instituciones microfinancieras alrededor del mundo. El empoderamiento se refiere al *cambio*, *decisión* y *poder*. Es un proceso de cambio mediante el cual los individuos o grupos que tienen poco o ningún

poder adquieren el poder y la habilidad para tomar decisiones que afectan sus vidas. Las estructuras de poder—quién lo tiene, cuáles son sus fuentes y cómo se ejercita—afectan directamente las decisiones que las mujeres pueden tomar en sus vidas.²² Los programas de microfinanzas pueden tener un impacto tremendo en el proceso de empoderamiento si sus productos y servicios toman en cuenta estas estructuras.

Para que una mujer adquiera empoderamiento, ella necesita acceso a los recursos materiales, humanos y sociales necesarios para hacer elecciones estratégicas en su vida. Las mujeres han estado no sólo en desventaja históricamente en cuanto al acceso a los recursos materiales como el crédito, la propiedad y el dinero, sino que también han sido excluidas de recursos sociales como la educación o el conocimiento a fondo de algunos negocios.

Sin embargo, el acceso a los recursos por sí solo no se traduce automáticamente en empoderamiento o igualdad, ya que la mujer debe también tener la habilidad de utilizar los recursos para cumplir sus metas. Para que los recursos puedan empoderar a la mujer, ella debe poder emplearlos para un propósito de su elección. Naila Kabeer usa el término *agencia* para describir el proceso de toma de decisiones, negociación y manipulación requeridas para que la mujer pueda emplear los recursos efectivamente. Las mujeres que han sido excluidas de la toma de decisiones casi toda sus vidas con frecuencia carecen de este sentido de agencia que les permite definir metas y actuar efectivamente para lograrlas. Pero estas metas también pueden ser fuertemente influenciadas por los valores de la sociedad en la cual viven estas mujeres, por lo que en ocasiones pueden replicar, en lugar de desafiar, las estructuras de injusticia. El peso de la socialización lo expresa elocuentemente una mujer activista de Prishtina, Kosovo: “Hay educación en la familia: primero, no debes hablar porque eres una mujer, luego más adelante no debes hablar porque nadie se va a casar contigo, más tarde no debes hablar porque eres una recién casada. Finalmente, tal vez tengas la oportunidad de hablar, pero no lo haces porque te has olvidado de cómo hacerlo.”²³

La influencia de la sociedad sobre el rango y ejercicio de las decisiones también significa que si buscamos promover el empoderamiento, debemos al mismo tiempo considerar los factores que afectan el estatus y derechos de las mujeres como grupo. Aunque muchos programas de microfinanzas promueven la solidaridad social hasta cierto grado, la mayoría de las instituciones de microfinancieras tienden a enfocar su atención en promover cambios a un nivel individual—una mujer que, por ejemplo, ahora puede enviar a sus niños a la escuela, negociar precios más bajos por los materiales de su trabajo o incluso tener sueños más grandes para ella misma, su familia y su negocio. Los logros de mujeres individuales pueden tener un impacto poderoso en la manera en que las mujeres son percibidas y tratadas en sus comunidades, pero los niveles de empoderamiento individual que las mujeres pueden adquirir usualmente son limitados si ellas, como grupo, son en general desempoderadas. Por tal razón muchas instituciones incluyen también elementos diseñados a elevar a la mujer y las comunidades colectivamente y no sólo como individuos. Algunos ejemplos:

- Un Banco de Confianza en Colombia se organizó para traer electricidad a su barrio.
- En Nepal, un grupo de mujeres luchó contra la violencia doméstica después de aprender acerca de sus derechos en sus centros de préstamo.
- El Foro para Mujeres que Trabajan, en India, organizó a mujeres tejedoras para que rompieran el monopolio de acceso a materiales de trabajo que disfrutaban las cooperativas de tejedores hombres apoyadas por el gobierno.

En Opportunity International, el empoderamiento es una parte crítica de nuestra visión sobre la transformación integral. Buscando permitirle al pobre convertirse en agente de cambio en su comunidad, nuestro método abarca el empoderamiento social, económico, político y espiritual del individuo, dentro del hogar, negocio y comunidad. En la mayoría de los casos hemos encontrado que estos procesos se refuerzan mutuamente. El empoderamiento de la mujer a nivel individual ayuda a construir una base para el cambio social. Los movimientos que buscan el empoderamiento de las mujeres como un grupo, aumentan las

oportunidades disponibles a mujeres individuales y el empoderamiento económico puede aumentar el status de las mujeres en sus familias y sociedades. Hablando prácticamente, la interconexión entre los diferentes aspectos del empoderamiento y entre éste y el desarrollo hace que sea muy difícil avanzar en cualquier área sin que haya cambios correspondientes en otras áreas. Tarde o temprano la falta de empoderamiento retrasará el desarrollo económico y político, de igual forma que una falta de progreso en el cumplimiento de las necesidades básicas de la gente limitará el empoderamiento, porque la pobreza en sí debilita.

¿Por qué deben las IMF preocuparse por el empoderamiento de la mujer?

“El empoderamiento de la mujer y la igualdad de géneros son prerequisites para lograr la seguridad política, social, económica, cultural y ambiental de todas las personas.”²⁴

Como lo ha demostrado esta frase de la Cuarta Conferencia Mundial sobre la Mujer de las Naciones Unidas y mucha de la evidencia presentada hasta ahora en este artículo, el empoderamiento de la mujer es un parte crítica del desarrollo sostenible. No obstante, el gran potencial de las microfinanzas para empoderar a las mujeres de bajos recursos, con frecuencia y en gran medida queda sin realizarse. Aunque los estudios muestran que las microfinanzas *pueden y logran* empoderar a la mujer, tienen el potencial de empoderar a muchas más y aún más intensamente.

Objeciones a un enfoque en el empoderamiento de la mujer

Dado el entusiasmo que muchos donantes y agentes microfinancieros han mostrado hacia el potencial de empoderamiento que tienen las microfinanzas, ¿por qué hay tantas IMF que se resisten a enfocarse en el empoderamiento de la mujer al diseñar sus sistemas y programas? Sus razones varían desde la creencia de que el empoderamiento sucederá naturalmente como resultado de un buen programa microfinanciero hasta la preocupación de que prestar atención al empoderamiento distraerá a las IMF y sus dirigentes impidiendo que administren sus instituciones de manera sostenible. En esta sección exploramos algunas de estas preocupaciones.

¿El acceso al crédito lleva automáticamente al empoderamiento? La teoría básica es que las microfinanzas empoderan a las mujeres al poner capital en sus manos y al permitirles ganar ingresos independientes y contribuir económicamente a sus hogares y comunidades. Se espera que este empoderamiento económico genere una mayor autoestima, respeto y otras formas de empoderamiento en las mujeres beneficiarias. La participación en actividades remunerativas exitosas debe traducirse en un mayor control y empoderamiento. Un escrutinio más a fondo nos muestra, sin embargo, que esta educación no siempre resulta verdadera y que la complacencia de estas suposiciones puede conducir a que las IMF pasen por alto tanto las oportunidades de empoderar a las mujeres más profundamente, como las fallas en el empoderamiento.

La habilidad de una mujer para transformar su vida mediante el acceso a servicios financieros depende de muchos factores—algunos de ellos vinculados a su situación y habilidades personales, y otros dependientes de su ambiente y el status de las mujeres como grupo. El control de capital es sólo una dimensión del complejo y siempre cambiante proceso por el cual los ciclos de la pobreza y la falta de poder se replican a sí mismos. Las mujeres también enfrentan desventajas en el acceso a información, redes sociales y otros recursos que ellas necesitan para tener éxito en los negocios y en la vida. Sólo evaluando las necesidades de las mujeres, las IMF serán capaces de maximizar su potencial de empoderamiento.

Los programas que buscan ser financieramente sostenibles no pueden arriesgar enfocarse en el empoderamiento de la mujer Algunos practicantes de microfinanzas se resisten a adoptar el empoderamiento de la mujer como un enfoque central de sus programas porque temen que esto va a

interferir con la eficiencia y profesionalismo de sus operaciones financieras. Temen que un enfoque intencional en el empoderamiento de la mujer puede llevarlos a realizar actividades adicionales que emplearán recursos y energía que podrían dedicar al objetivo de su negocio que es ofrecer servicios financieros a los pobres de manera sostenible. Sin embargo, nosotros sí encontramos que ha “metodos empoderadores” para entregar servicios microfinancieros tradicionales que con frecuencia son compatibles y no más costosos que otras maneras de lograr la eficiencia institucional. Un método empoderador con frecuencia se observa en instituciones que tienen un compromiso de excelencia y, particularmente, de un excelente servicio al cliente. Por ejemplo, FORA en Rusia pone una alta prioridad en reducir el tiempo entre la aprobación de un préstamo y el desembolso del mismo y un estudio de 1997 sobre el Sinapi Aba Trust en Ghana descubrió que el aspecto más empoderador de sus distintos programas era el respeto con que los empleados de todos los niveles de la institución trataban a los clientes. Estas prácticas dan empoderamiento sin ser costosas.

Conocer y entender al cliente actual y potencial es una parte importante que asegura que los productos y servicios empoderan a estos clientes. María Otero, Presidenta y Oficial Ejecutiva en Jefe de ACCION International, nos recuerda cuáles fueron los elementos básicos del diseño de productos para mujeres que abrieron nuevos caminos hace solamente 20 a 30 años. Ella escribe: “una institución sostenible que empodera a la mujer puede hacerlo primeramente prestando atención a lo siguiente: 1) entender las características de las actividades económicas de las mujeres (por ejemplo, negocios más pequeños que los del hombre, mejor flujo de efectivo, más probable que llegue a un mercado pequeño); 2) conocer las habilidades y restricciones de tiempo de las mujeres (menos alfabetismo, menos habilidades remunerativas, responsabilidades con el hogar y los hijos).”²⁵ Este tipo de conciencia del cliente ayuda a las IMF a ofrecer préstamos y otros productos que sean apropiados e impartan empoderamiento. Un afiliado de ACCION en México, Sofol-Compartamos, ha creado exitosamente este círculo de retroalimentación por parte del cliente al reunir al gerente general, los oficiales de crédito y algunos clientes para discutir las características de los productos actuales, así como de los productos a los cuales los clientes quisieran tener acceso en el futuro. Sofol-Compartamos—una compañía financiera regulada y completamente sostenible financieramente, ha crecido hasta servir a más de 100,000 clientes respondiendo al mismo tiempo a las necesidades de los mismos. CETZAM, On Socio de Opportunity en Zambia, estima que una disminución de sólo uno por ciento en cuentas pendientes como resultado de mejoras en el programa, pagaría el costo de su impacto y el monitoreo de la satisfacción del cliente.

Frecuentemente se asume que los servicios “suaves,” como la educación en salud, alfabetización, capacitación en los negocios o discusión y apoyo a grupos sobre temas como la violencia doméstica o los derechos del divorcio, son costosos y carentes de resultados y productos claros y fácilmente medibles.²⁶ No obstante, como Christopher Dunford declara elocuentemente en su artículo “Construyendo vidas mejores,” pueden existir poderosas sinergias entre el ofrecimiento de servicios financieros y algunos servicios no financieros como la educación. Los programas con objetivos de desarrollo pueden lograr “economías de diversificación” al “combinar dos o más servicios para disminuir al mínimo los costos de entrega y administración y para maximizar la variedad de beneficios para las múltiples necesidades y deseos de la gente.”²⁷ Y en un ejemplo innovador de la incorporación de servicios no financieros de una manera costo-efectiva, los programas de bancos comunales invierten en el desarrollo del liderazgo de los clientes a cambio de ahorros en costos, ya que los clientes toman algunas de las responsabilidades de administración de pagos y otras transacciones de sus grupos de crédito.

Otra razón de la falta de atención al empoderamiento de la mujer en las microfinanzas comunes es que las IMF temen que la incorporación de elementos de empoderamiento en sus programas amenazarán sus tasas de sostenibilidad financiera y limitará su acceso a fondos de agencias bilaterales y multilaterales mayores. Los criterios de muchas agencias para donar fondos se enfocan principalmente en la difusión y la sostenibilidad institucional y no “recompensan” a programas que pueden demostrar un impacto mayor y más sostenible en sus clientes. Las estructuras de incentivos conducen a muchas IMF a considerar la

inclusión de elementos intencionalmente empoderadores de la mujer como “extras” o “lujos” en lugar de cómo una parte integral del diseño y metas de sus programas.

Pero muchas IMF con un fuerte enfoque en el empoderamiento mantienen muy altos niveles de sostenibilidad operativa y financiera, sugiriendo que puede hacerse bastante para mejorar el empoderamiento de la mujer aun dentro de las restricciones de la sostenibilidad financiera. Por ejemplo, el Foro para Mujeres que Trabajan (*Working Women's Forum*), en India, es completamente sostenible financieramente y ofrece un rango de servicios no financieros, incluyendo la organización de mujeres dentro del sector comercial informal para lograr mejores salarios y condiciones de trabajo. El Foro también empodera a mujeres pobres a través de su estructura institucional, capacitándolas para actuar como promotoras de salud y oficiales de crédito en sus barrios.

Varios afiliados al Banco Mundial de la Mujer (*Women's World Banking*) también logran mantener un balance entre fuertes estándares de desempeño financiero y el empoderamiento. Por ejemplo, ADOPEM, en la República Dominicana, tiene más de 28,000 clientes y una proporción de sostenibilidad financiera del 127% y está en proceso de convertirse en una institución financiera regulada. No obstante, ADOPEM, cuya misión es incorporar a las mujeres y sus familias en el sistema económico y financiero mediante el crédito y la capacitación y fortalecer la posición de las mujeres empresarias con negocios “micro,” pequeños y medianos, proporciona más que simplemente préstamos a sus clientes. ADOPEM no sólo ofrece capacitación en los negocios para sus clientes, sino que también ofrece capacitación en otras áreas, como los procesos democráticos y la participación en la sociedad civil, diseñados a motivar el empoderamiento y liderazgo de la mujer. Además, ADOPEM apoya a la Asociación de Mujeres en la Pequeña y Microempresa (*Association of Women in Small and Microenterprise*), la cual proporciona acceso a información sobre eventos de capacitación y temas legislativos y ha dado a las mujeres una oportunidad de participar en grupos de trabajo organizados por el gobierno sobre temas que afectan a la microempresa.²⁸

El empoderamiento de la mujer es un concepto “occidental” Ha surgido la pregunta, no sólo en las microfinanzas sino también en el más amplio campo del desarrollo internacional, de si es ético y apropiado para las instituciones de desarrollo promover el empoderamiento de la mujer. El empoderamiento o desempoderamiento de la mujer y otros grupos en cada sociedad, está estrechamente vinculado a la cultura de esa sociedad. La promoción del empoderamiento de la mujer implica la lucha por el cambio cultural y social, que algunos temen que sea una imposición de los valores “occidentales” en otras sociedades.

No obstante, aun si por un momento hacemos a un lado los valores culturalmente relativos y miramos objetivamente al bienestar humano, podremos ver que las desigualdades de género y la discriminación de la mujer contribuyen directamente a perpetuar la pobreza en muchas naciones. Muchas organizaciones independientes y nativas de diferentes partes del mundo han contribuido al desarrollo de sus países encabezando batallas prolongadas y exitosas por el empoderamiento de la mujer. Organizaciones como SEWA y el Foro para Mujeres que Trabajan en India han organizado y movilizado cientos de miles de mujeres indias para trabajar por el empoderamiento y derechos de la mujer con poca o ninguna ayuda o influencia externa. Por ejemplo, en áreas donde los contratistas explotan la pobreza de mujeres enrolladoras de cigarrillos, llamadas “beedi-rollers,”²⁹ llevándolas a menudo al endeudamiento permanente y a la hipoteca o esclavitud de sus niños, WWF organizó efectivamente a las mujeres para que demandaran salarios más altos y la liberación de sus niños.³⁰ Además, en algunos casos los países pobres han sobrepasado a los desarrollados en términos de la representación de la mujer, la existencia de maquinarias femeninas y ratificación de instrumentos y convenciones. Esto ilustra la conciencia del gobierno de la necesidad de abordar el empoderamiento de la mujer. Aunque los resultados y metas deseadas para el empoderamiento son culturalmente relativos, el empoderamiento en sí *no* es un concepto occidental.

Evidencia del empoderamiento

Aunque el proceso de empoderamiento varía de una cultura a otra, se consideran relevantes varios tipos de cambios en un amplio rango de culturas. Algunos de estos cambios incluyen una mayor participación en la toma de decisiones, un estatus más equitativo de la mujer en la familia y comunidad, mayor poder y derechos políticos y mayor autoestima. Aunque la mayoría de las instituciones microfinancieras pueden compartir evidencia anecdótica del empoderamiento, muy pocas han estudiado los efectos de sus programas en el empoderamiento. La información y evidencia disponibles nos presentan una imagen mixta, mostrando éxito y también algunas limitaciones.

Impacto en la toma de decisiones

La habilidad de las mujeres para influenciar o tomar decisiones que afectan sus vidas y sus futuros se considera uno de los principales componentes del empoderamiento por la mayoría de los estudiosos. Pero es mucho menos claro qué tipo de decisiones y qué grado de influencia debe clasificarse como empoderamiento en distintos contextos.

A pesar de las dificultades, algunas instituciones microfinancieras están encontrando maneras de evaluar su impacto en la toma de decisiones de la mujer. El Programa para el Empoderamiento de la Mujer en Nepal, por ejemplo, realizó un estudio que mostró que un promedio de 89,000 de 130,000 o 68% de las mujeres de su programa, experimentó un aumento en su papel de toma de decisiones en las áreas de planificación familiar, matrimonio de los hijos, compra y venta de propiedades, y la educación de sus hijos—todas siendo áreas de decisión normalmente dominadas por los hombres.³¹ El Centro para el Desarrollo de la Auto-Ayuda (*Centre for Self-Help Development—CSD*) también reportó que las mujeres fueron capaces de hacer compras pequeñas de artículos necesarios, como los de despensa, de manera independiente. Pero las compras mayores y las personales, como joyería, siempre requerían el consentimiento del esposo, lo cual representó un progreso incompleto hacia el empoderamiento en esta área.³² World Education, el cual ofrece alfabetización y otro tipo de educación a grupos existentes de ahorro y crédito, encontró que la combinación de educación y crédito colocó a las mujeres en una posición más fuerte para asegurar igual acceso de las niñas a los alimentos, educación y cuidados médicos.³³ TSPI, un socio de Opportunity en las Filipinas, encontró que el porcentaje de mujeres que reportaron ser principales administradoras de los fondos familiares, aumentó dramáticamente de 33 a 51 por ciento después de su participación en el programa. En el grupo comparativo sólo 31% de las mujeres hicieron lo mismo. De igual forma, el porcentaje de mujeres que administraban los fondos de su empresa aumentó casi al doble, de 44 a 87 por ciento. Sólo uno por ciento de las clientes abandonaron el control administrativo de fondos de empresas, y sólo cinco por ciento de ellas dejaron de administrar los fondos familiares en ese periodo.³⁴

A través de entrevistas a fondo con 13 clientes, URWEGO, un socio de World Relief en Ruanda, encontró que el 54% de las clientes experimentaron un aumento en su habilidad de controlar o influenciar las decisiones comerciales, 38% aumentaron la toma de decisiones en sus familias, 38% en sus comunidades y 54% en sus iglesias.³⁵ El impacto de URWEGO en la toma de decisiones, si bien lejos de ser universal, es significativo porque el programa tenía sólo 18 meses de edad al momento de la evaluación.³⁶

Muchas instituciones microfinancieras dirigen su atención al uso que las mujeres dan a sus préstamos y la habilidad para tomar decisiones en sus negocios, como el impacto más directo de sus programas. Nirdhan Utthan Bank, Ltd. en Nepal encontró que la mayoría de sus clientes mujeres estaban tomando decisiones sobre inversiones en sus negocios junto con sus esposos, lo cual representa un paso hacia adelante porque antes estas mujeres habrían dejado la decisión a los esposos.³⁷ CSD encontró que la mayoría de las mujeres sí opinan en la utilización y administración de sus préstamos, aunque en ocasiones los hombres presionan a CSD a que otorgue préstamos a sus esposas para que ellos puedan usar el dinero. También hallaron que una buena cantidad de préstamos finalmente se invierten en actividades “masculinas” como los *ricksaws* o taxis-bicicleta, para lo cual es difícil determinar el grado de control e influencia que las mujeres puedan tener.³⁸ En su estudio del Programa para el Desarrollo de la Pequeña Empresa (*Small Enterprise Development Program—SEDP*) en Bangladesh, Naila Kabeer encontró que aunque el empoderamiento y los beneficios de

bienestar general aumentaron considerablemente cuando las mujeres controlaban sus préstamos y los utilizaban para sus propias actividades remunerativas, el simple acto de traer recursos económicos a su hogar, a manera de crédito, era suficiente para asegurar por lo menos algunos beneficios para la mayoría de las mujeres en su estudio.³⁹

Impacto en la auto-confianza

La auto-confianza es una de las áreas de cambio más cruciales para el empoderamiento, pero es también una de las medidas más difíciles de evaluar. La auto-confianza es un concepto complejo relacionado tanto con la percepción de la mujer de sus propias capacidades, como de su nivel real de aptitudes y capacidades. Se relaciona con el concepto de *agencia* de Kabeer, que permite a las mujeres definir y lograr metas, así como el sentido de poder que las mujeres tienen dentro de ellas mismas. El estudio de Jeffrey Ashe y Lisa Parrott acerca del Proyecto para el Empoderamiento de la Mujer en Nepal, mostró que el aumento en la auto-confianza y la expansión de esferas de influencia eran los dos retos principales reportados por 200 grupos de muestra.⁴⁰ URWEGO en Ruanda encontró que el mayor impacto de su programa en el empoderamiento se relacionaba con la autoestima, con 69% de las clientes reportando un aumento en su autoestima. La autoestima y la auto-confianza se relacionan estrechamente con el conocimiento. Cincuenta y cuatro por ciento de las clientes de URWEGO reportaron un aumento en su nivel de conocimiento sobre temas que las afectan a ellas mismas y a sus familias, y 38% de las clientes reportaron aumento en su conocimiento sobre negocios.⁴¹

Impacto en el estatus de la mujer y las relaciones de género dentro del hogar

Se asume que el acceso a crédito y la participación en actividades remunerativas fortalecen la posición de negociación de la mujer dentro del hogar, permitiéndole así influenciar un mayor número de decisiones estratégicas. El más fuerte dominio del hombre sobre la mujer ocurre en el hogar, principalmente en comunidades pobres. Como lo indica Naila Kabeer, “muchas feministas reconocen que los hombres pobres son casi tan débiles como las mujeres pobres en cuanto al acceso a recursos materiales en ámbitos públicos, pero mantienen privilegios dentro de la estructura patriarcal de la familia.”⁴² En algunas sociedades, el ser visto por los vecinos teniendo control sobre su familia y su mujer es un elemento clave del prestigio social del hombre—particularmente en comunidades pobres, donde son muy pocos los símbolos de estatus de los cuales los hombres pueden alardear. En Costa Rica, por ejemplo, ninguna de las mujeres clientes de ADAPTE entrevistadas reportaron el sentimiento de que su género limitaba sus opciones ocupacionales. Una mujer incluso comentó que ella pensaba que le iba mejor en los negocios *debido* a ser mujer. Tales respuestas parecen indicar que estas mujeres costarricenses disfrutaban bastante libertad de elección en sus ocupaciones. Pero muchas de las respuestas de los esposos de clientes de ADAPTE reflejaban una profunda ambivalencia y resistencia hacia la nueva independencia económica de sus esposas. Un esposo comentó que él apreciaba la habilidad de su esposa de ganar su propio ingreso, para que ella pudiera comprar las cosas que quería sin pedirle dinero a él. Le gustaba la independencia de su mujer porque “aunque ella no me da nada, tampoco me pide nada.” Él considera el crecimiento del negocio de ella como generalmente positivo, pero agrega que no ha sido fácil para él acostumbrarse a ello. Cuando se le preguntó cómo se sentía con respecto a la creciente independencia de su esposa y la tendencia cada vez mayor de que ella tomara decisiones por su cuenta, él explicó “debido a mi machismo yo veo [los cambios] como negativos, pero en el fondo yo sé que son positivos para ella.”⁴³

A pesar de la dificultad que algunos hombres tienen para acostumbrarse al nuevo papel de sus esposas, la mayoría de las mujeres indican que han mejorado las relaciones con sus esposos y familias. Sin embargo, la evidencia de cambio en los papeles de los géneros dentro del hogar es limitada. World Education reportó que aunque los esposos, parientes políticos y niños ayudan en la casa mientras las mujeres atienden las reuniones del programa, la carga de trabajo aumenta para la mujer cuando empiezan a utilizar más sus préstamos. Además, al trabajar en Nepal CSD encontró que el papel económico de las mujeres continuaba

restringido a la administración de los préstamos y complementación del ingreso familiar para cumplir con los gastos del hogar, pero no conducía a cambios sustanciales en las relaciones entre géneros dentro de la mayoría de los hogares.

Impacto en las relaciones familiares y la violencia doméstica

Aunque se han realizado algunos estudios⁴⁴ que afirman que la participación de la mujer en las microfinanzas lleva a un aumento en la violencia doméstica, la mayoría de los agentes microfinancieros han reportado la experiencia opuesta. Surgen preocupaciones sobre el “efecto de rebote” que puede ocurrir como resultado de que las mujeres desafíen las normas del género y afirmen sus derechos. Los programas de microfinanzas pueden fortalecer la autonomía económica de la mujer y darles los medios para buscar actividades no tradicionales. En algunos casos las mujeres que empiezan a reafirmarse a sí mismas y sus opiniones en el hogar, despiertan la ira de sus esposos, quienes perciben que su autoridad y algunas veces su reputación están en peligro por causa del comportamiento de sus esposas.

Aunque existen muchas buenas razones para que las IMF estén al pendiente del aumento de violencia en los hogares, la mayor parte de la evidencia y experiencia acumuladas hasta hoy parece apuntar a la conclusión de que la participación en las microfinanzas fortalece y mejora las relaciones familiares, en lugar de destruirlas. La pobreza, la escasez y los sentimientos de impotencia dañan sin lugar a dudas las relaciones personales. Muchos agentes microfinancieros han visto que las relaciones familiares pueden fortalecerse cuando el hogar se convierte en un lugar más cómodo donde vivir, y cuando cada miembro de la familia se siente seguro en su habilidad de contribuir productivamente a la familia. Por ejemplo, las mujeres de Sinapi Aba Trust en Ghana, atribuyeron claramente el aumento de respeto por parte de sus esposos y la reducción de discusiones a su contribución económica y a la menor escasez de recursos. El estudio de Naila Kabeer acerca de SEDP muestra que las mujeres hacen una conexión causal directa entre su contribución al hogar y la reducción de abusos. Por ejemplo, una cliente de SEDP a quien Kabeer menciona, dice:

Él me valora más desde que tomé el préstamo. Lo sé porque ahora él me da todas sus ganancias. Si yo no hubiese asistido a la reunión, tomado un préstamo, o aprendido el trabajo, no recibiría el valor que tengo, tendría que continuar pidiéndole a mi marido cada centavo que necesitara... Antes, mi esposo acostumbraba golpearme cuando le pedía dinero, ahora, aun si él no gana lo suficiente cada día, yo puedo trabajar, no tenemos que sufrir.⁴⁵

Balbina, una cliente de ASPIRE, el socio de Opportunity en la República Dominicana, describió la frustración que ella y su esposo sintieron debido a su pobreza e inaptitud para trabajar productivamente y cambiar su situación. Eso cambió cuando ella utilizó su primer préstamo para invertir en un negocio de venta de *chicharrones* (botanas de puerco) junto con su esposo. Ella habló de la diferencia dentro de su hogar como resultado de contar con trabajo productivo y más bienes: “Estábamos combatiendo con uñas y dientes porque mi esposo no tenía empleo y no teníamos nada que hacer. Ahora trabajamos juntos y cada uno tiene algo productivo que hacer y una manera de usar nuestra energía.”⁴⁶

Hashemi et al. encontraron menos casos de violencia contra la mujer entre mujeres que pertenecían a instituciones de crédito que entre la población en general. Aunque el temor a la crítica pública claramente jugó un papel en la reducción de violencia, existe considerable evidencia anecdótica de que las mujeres atribuyen la reducción de abusos directamente a su acceso al crédito a su contribución económica en el hogar. Otro estudio realizado por Schuler et al. sugiere que el nivel de contribución económica de la mujer en la familia, puede también ser significativo.⁴⁷

La evidencia sugiere que la participación en programas de microfinanzas puede dar a las mujeres los medios para escapar de las relaciones abusivas. El Foro para Mujeres que Trabajan encontró que 40.9% de sus socias con experiencias de violencia doméstica detuvieron esta violencia gracias a su empoderamiento personal, mientras que 28.7% de ellas fueron capaces de detenerla mediante acción de grupo.⁴⁸ CSD en Nepal notó también una mayor resistencia de sus clientes a ser golpeadas y caer en el alcoholismo.⁴⁹ Y en

Bangladesh, donde la presión social de permanecer casadas es alta, Kabeer encontró que varias mujeres que estaban en relaciones abusivas fueron capaces de establecer esferas de autonomía para sí mismas dentro de su matrimonio para depender de sus esposos lo menos posible.⁵⁰

También existe evidencia verbal de la reducción de violencia doméstica hacia los niños. Por ejemplo, Sabina Cutiba, una cliente de ADEMCOL, el socio de Opportunity en Bogotá, Colombia, había sufrido una vida llena de relaciones de abuso, pero aprendió una nueva manera de interactuar con sus hijos como resultado de su programa de Banco de Confianza. “Acostumbraba pelear, quejarme mucho, ser negativa. Me quejaba con mis amigas y expresaba a gritos mi frustración... Esta señora que ha estado dando conferencias y hablando conmigo realmente me ha fortalecido. He realizado un cambio total... Antes yo le pegaba a mis niños. Les pegaba mucho. Pero ya no lo hago—ahora soy una persona distinta.”

A pesar del temor de algunos que creen que otorgar préstamos a las mujeres podría dañar el orden social y destruir familias,⁵¹ existe poca evidencia de que esto ocurra. En su estudio de clientes hombres y mujeres de SEDP, Naila Kabeer encontró que las mujeres eran mucho más propensas a buscar el fortalecimiento de su posición relativa dentro de una relación de interdependencia con sus esposos, que a buscar su independencia y autonomía.⁵²

Impacto en la participación y estatus de la mujer en su comunidad

Varios programas de apoyo mediante microfinanzas y microcrédito han observado mejoras en el estatus de la mujer en su comunidad. La contribución con recursos financieros a la familia o comunidad confiere mayor autenticidad y valor a las opiniones de las mujeres y les confiere más derechos de los que tendrían de otra manera. Los estudios de la clientela de varias instituciones de microfinanzas alrededor del mundo muestran que las mujeres mismas muy a menudo perciben que reciben más respeto por parte de sus familias y comunidades—particularmente de los miembros masculinos—del que recibían antes de unirse al programa de microfinanzas. Donde la mujer tiene la libertad de ser vista en público, su éxito en los negocios con frecuencia es muy visible en la comunidad. Este éxito puede abrir el camino que lleve a la mujer a convertirse en un miembro respetado y valorado por la sociedad. Por ejemplo, en Zanzíbar, Tanzania, las mujeres de uno de los grupos de crédito de WEDTF disfrutaban un prestigio y empoderamiento considerables como resultado de su exitoso negocio conjunto de venta de keroseno:

Antes de tener el apoyo del crédito nunca íbamos siquiera al mercado. Dependíamos completamente de nuestros esposos. Ahora, las actividades de grupo y la intensiva capacitación en el esquema han abierto nuestros ojos. Sabemos ahora que somos mejores que los hombres para los negocios. Éramos las únicas mujeres que vendíamos keroseno en el pueblo. La comunidad entera admiraba nuestra determinación. Hemos alentado a nuestras compañeras mujeres a que se quiten el velo. Algunas han iniciado sus propias actividades remunerativas.—Halima Juma Hamadi.⁵³

La mayoría de los estudios se han basado en las percepciones de las mujeres de cómo otros las tratan y perciben, por lo que es posible que sus respuestas se vieran afectadas tanto por su propia creciente autoestima y auto-confianza, como por los cambios reales en la manera en que se les percibía en la comunidad. Sin embargo, algunas mujeres sí mencionan ejemplos específicos de cómo sus interacciones en la comunidad han cambiado y cómo se manifiesta el mejoramiento de su estatus. Una mujer en Ghana comentó que los hombres ya no le hablan de manera irrespetuosa, sino que se dirigen a ella más como a un igual. Otras mujeres notaron que se les ha invitado a participar y hablar en reuniones comunitarias, mientras que antes eran ignoradas o excluidas. De manera similar, un estudio que realizó Freedom from Hunger acerca de su programa en Ghana, notó que significativamente más participantes que no participantes daban consejos a la comunidad—especialmente en temas que ellas habían estudiado en sus grupos de crédito. Ochenta y siete por ciento de las clientes de Crédito con Educación habían dado consejos de negocios durante los últimos seis meses cuando se hizo el estudio, en comparación con 35% de no participantes y 50% de las integrantes de comunidades control. El estudio de Freedom from Hunger también mostró que

considerablemente menos (44%) de estas mujeres habían dado consejos sobre negocios en los seis meses anteriores a su inscripción en el programa tres años antes.⁵⁴

En el programa CSD, las mujeres socias son dueñas de las casas de su centro de crédito que ofrecen el espacio para las reuniones. Estas casas son un símbolo de su unidad, fortaleza y contribución positiva a su comunidad y son una fuente de orgullo para las mujeres.⁵⁵ En las comunidades de CSD la percepción del papel económico de la mujer está cambiando poco a poco. Las mujeres están adquiriendo respeto por su trabajo, el cual tradicionalmente no se valora. El creciente papel económico de la mujer está mejorando su posición en la sociedad al permitirles demostrar sus habilidades económicas. La conciencia de que su papel económico es importante ha dado a algunas mujeres la confianza de alejarse de las prácticas conservadoras de la *purdah* que confinaba sus actividades al interior del hogar.

Como hemos mostrado en esta sección, las mujeres *están* ganando respecto. Sin embargo, CSD no encontró un cambio notorio en las relaciones tradicionales de género y papeles y normas sociales prescritos—particularmente en el ámbito de hogar. La movilidad de la mujer ha incrementado, pero sólo en lo que se refiere a actividades remunerativas. Aunque los centros de CSD han tenido éxito en la creación de un espacio para que la mujer adquiera experiencia en la toma de decisiones y actúe de acuerdo a esas decisiones, se continúa relacionando un estigma social con la movilidad de la mujer, el cual no ha cambiado significativamente desde que CSD inició operaciones.⁵⁶ CSD concluyó que estas limitaciones se debían en parte al enfoque central del programa en la creación de oportunidades para generar ingresos a mujeres que nunca antes los habían tenido y a que “el empoderamiento de la mujer requiere mucho más que opciones de acceso. El programa necesita considerar algunos cambios estratégicos o estructurales e incorporar acciones de la corriente principal de los géneros con el fin de avanzar hacia el empoderamiento general de la mujer.”⁵⁷

Sin embargo, muchos programas no motivan a las mujeres de los bancos comunales, grupos de autoayuda, centros de préstamo y bancos de confianza a que se organicen para hacer surgir el cambio social o resolver en grupo los problemas de la comunidad. Las socias de bancos de confianza de AGAPE, el socio de Opportunity en Barranquilla, Colombia, se organizaron para traer electricidad a su comunidad. Los bancos de confianza de ADEMCOL, el socio de Opportunity en Bogotá, a menudo organizan ferias de la salud para sus familias y comunidades, trayendo los servicios de médicos, dentistas y psicólogos para un fácil acceso a ellos por las comunidades pobres que carecen de servicios de salud propios. Ellas organizan también servicios de guardería infantil y eventos sociales. La organización de tales eventos ha demostrado ser una importante experiencia de aprendizaje en sí misma, porque para muchas mujeres es su primer contacto con las autoridades locales. Para obtener el permiso y apoyo de realizar eventos, las mujeres deben aprender a navegar a través de las burocracias que afectan sus vidas diarias.

Impacto en el empoderamiento político de la mujer y en los derechos de la mujer

Un extenso empoderamiento político constituye un resultado poco común para la mayoría de los programas de microfinanzas. Aunque éstos ofrecen servicios y productos que pueden mejorar las habilidades individuales de la mujer para participar efectivamente en la política, pocas instituciones microfinancieras buscan explícitamente la movilización política o estructuran sus programas de tal forma que intencionalmente nutran la acción colectiva. No obstante, muchos ejemplos atestiguan que la participación de la mujer en los centros y grupos de crédito aumenta su conocimiento de los partidos y procesos políticos y de los canales de influencia. Las clientes mujeres del Opportunity Microfinance Bank en Filipinas han adquirido experiencia en liderazgo y confianza como líderes de sus bancos de confianza y han sido elegidas como líderes dentro de sus *barangays*.⁵⁸ Las clientes de lo que ahora es FORA en Rusia, organizaron campañas para la democracia durante las recientes elecciones rusas. Esmeralda Castaños, una anterior líder de un banco de confianza de IDH, socio de Opportunity en Honduras, recientemente participó como candidata a alcalde del pequeño pueblo de San Mateo. Y varios bancos de confianza de AGAPE en Barranquilla, Colombia, ayudaron a organizar una marcha de protesta por la falta de mejores sistemas de alcantarillado en sus comunidades.

Algunos programas, como BRAC, ofrecen capacitación con el objetivo específico de crear conciencia social y política. En un estudio que comparó los efectos empoderadores de la participación en los programas microfinancieros del Banco Grameen y BRAC, Hashemi, Schuler, y Riley encontraron que la participación en BRAC tenía un efecto más fuerte en la participación en campañas políticas y protestas políticas que la de Grameen. Ellos creen que “esto puede deberse a que BRAC ofrece más oportunidades para que sus socias participen en programas de capacitación, los cuales les dan la oportunidad de viajar fuera de sus pueblos, y al mayor énfasis en la creación de conciencia en temas sociales y políticos.”⁵⁹

Otros programas, como el Foro para Mujeres que Trabajan (WWF) de la India, son muy activos políticamente. WWF tiene una unión y una rama de abogacía, así como un programa de crédito, y ha tenido éxito movilizandando grandes números de mujeres para el cambio legal y político, quienes apoyan los derechos y oportunidades para la mujer. De acuerdo a WWF, más del 89% de sus socias han tomado acciones políticas relacionadas con problemas urgentes en sus barrios, demostrando así que las microfinanzas y el empoderamiento político pueden ser procesos complementarios.⁶⁰ Y el grupo Iniciativas de Desarrollo Humano de Nigeria (HDI) ha combinado con éxito la educación de mujeres viudas en temas de herencia, derechos legales y de propiedad, con la capacitación en habilidades para negocios y microfinanzas. La educación ha permitido a algunas viudas reclamar la propiedad de sus esposos y adquirir acceso a sus cuentas bancarias. Los servicios de apoyo moral y meditación de HDI también las han ayudado a resolver conflictos con las familias de sus esposos.

Incluso los programas que no abordan explícitamente los derechos y participación política de la mujer han tenido cierto impacto en el empoderamiento político y legal. Al contribuir al conocimiento y autoconfianza de la mujer y al ampliar sus redes sociales, muchos programas de microfinanzas proporcionan a las mujeres las herramientas y habilidades que ellas necesitan para participar más efectiva y exitosamente en la política formal y para influenciar de manera informal las decisiones y políticas que afectan sus vidas.

Por ejemplo, World Education, que se concentra en alfabetismo en lugar de en capacitación sobre derechos políticos, ha encontrado que las mujeres que han pasado por su programa de alfabetización son más propensas a competir por puestos electivos, tales como representantes de distrito o miembros de comités de salud. Un estudio de las clientes de Crédito con Educación de Freedom from Hunger en Bolivia, encontró que era significativamente más probable que las clientes hubieran sido candidatas a puestos públicos o socias del sindicato de la comunidad, que las no clientes.⁶¹ La candidatura a puestos públicos puede ser un buen indicador del empoderamiento político; sin embargo, es importante conocer las condiciones políticas más amplias que afectan su candidatura y papel una vez elegidas. Por ejemplo, en Nepal, 96 mujeres del programa CSD fueron elegidas en comités de desarrollo comunitario y distrital, pero el estudio mostró también que la tendencia de estas mujeres era no tener influencia significativa en las decisiones después de haber sido elegidas.⁶²

Impactos negativos en la mujer y limitaciones para el empoderamiento

Tanto hombres como mujeres asumen riesgos cuando toman un préstamo—el cual es una deuda con todas las presiones y responsabilidades que la acompañan. Además, algunos estudios del impacto de los programas de microfinanzas han indicado problemas legítimos relacionados con el impacto negativo potencial que los programas pueden tener en las mujeres, particularmente en ambientes altamente restrictivos. Un problema que se reporta a menudo es que los esposos u otros miembros de las familias de las clientes toman control del préstamo, pero es la cliente misma quien retiene la responsabilidad de pagarlo, lo cual aumenta su nivel de presión y dependencia.⁶³

Helen Todd, Editora, CASHPOR

Helen Todd estudió el impacto del Banco Grameen en las prestatarias a largo plazo de Tangali, Bangladesh. Descubrió que "las familias con mayor éxito entre nuestro pequeño grupo de muestreo eran aquellas en

donde los esposos y las esposas trabajaban juntos, en donde ambos eran actores principales en la economía..." También encontró que de las 40 prestatarias que entrevistó, 10 de ellas carecían de control sobre los préstamos. "Estaban únicamente recibiendo el dinero para transferírselo al esposo, a un hijo, al suegro, o a algún otro hombre de la familia—incluso a veces a algún hombre ajeno a la familia, lo que resultaba en una situación de explotación aún mayor." El estudio realizado por Goetz y Sen Gupta demostró que los porcentajes de mujeres que tenían muy poco o ningún control sobre los préstamos iban desde el 10 % en el Banco Grameen hasta el 63% en RD-12, un programa de crédito gubernamental. El promedio general de los cuatro programas estudiados fue del 39% [World Development, January 1996].

En una entrevista con la Campaña de la Cumbre del Microcrédito, Todd comenta: "La gente está usando este estudio...para argumentar que el beneficio de abrir oportunidades de microcrédito para mujeres es menor que lo que dicen los 'evangelistas' ...Esta no es forma de interpretar el estudio. Que el 39% tenga poco o ningún control significa que el 61% tiene control parcial o total. Esto es mucho mayor a la situación de carencia de poder en la que las mujeres comienzan.

"Existe otra manera más útil de ver estas cifras. Si en un país y dentro de una sola cultura—Bangladesh—existen este tipo de inmensas variaciones en términos del empoderamiento, entre el 10 y el 63 %...entonces debemos observar cómo es que están diseñados para tratar de entender qué procesos y mecanismos están usando esos programas para apoyar o desincentivar en las mujeres el uso de su propio préstamo."

Tomado de Countdown 2005 Newsletter, Campaña de la Cumbre del Microcrédito, septiembre de 1998. CASHPOR, red de réplicas del Banco Grameen, provee capacitación, asistencia técnica e información a sus socias y promueve la creación de nuevas réplicas.

Otros estudios cuestionan el éxito de los programas de microfinanzas para causar un cambio duradero en el bienestar económico y empoderamiento de la mujer.⁶⁴ Algunos estudiosos, como Linda Mayoux, argumentan que las instituciones microfinancieras (IMF) no pueden tener más que un impacto limitado en el empoderamiento de la mujer, a menos que haya cambios en las más extensas desigualdades de género dentro de los contextos sociales y económicos más amplios en los cuales funcionan estas instituciones.⁶⁵ En vista de estas limitaciones, Mayoux recomienda que las IMF aborden intencionalmente el empoderamiento de la mujer como parte de sus metas, objetivos, operaciones y diseño de productos. Además del tema de la violencia doméstica que se discutió anteriormente, otros problemas comunes incluyen la creciente carga que las actividades microempresariales ponen en el tiempo de la mujer, con lo que las IMF refuerzan, en lugar de combatir, las desigualdades de género y la posibilidad de que los niños permanezcan fuera de la escuela para ayudar en el negocio de sus mamás. Estos estudios formulan preguntas importantes que examinaremos a continuación.

¿Cómo afecta la participación de la mujer en los programas y empresas microfinancieras el uso de su tiempo? Los programas de microfinanzas pueden afectar el uso que las mujeres dan a su tiempo mediante dos rutas principales: el tiempo que pasan en reuniones y el tiempo que dedican a su actividad comercial. La mayoría de las metodologías que se enfocan en la mujer dependen de que las mujeres puedan reunirse para aprender sobre administración financiera efectiva y para pagar y desembolsar préstamos. Aunque el tiempo es precioso y escaso para muchas mujeres pobres, es uno de los recursos que la mayoría de ellas pueden utilizar para obtener acceso a servicios financieros. Es un factor clave en la facilitación de la entrega de servicios con balance de costo y eficiencia. Sin embargo, es motivo de preocupación que las IMF estén aumentando la carga de trabajo de la mujer al involucrarla en reuniones que consumen tiempo y actividades remunerativas sin tomar acciones para reducir sus responsabilidades tradicionales.

Muchas mujeres indican que han aumentado su carga de trabajo y responsabilidades como resultado de sus préstamos. Se han reportado varios casos de mujeres que sufren enfermedad y agotamiento como resultado del trabajo excesivo. Pero en otros casos las mujeres informan que son más felices cuando asumen el trabajo adicional, debido al respeto, la satisfacción personal y el mejor estándar de vida que experimentan

como resultado de sus actividades remunerativas. En su estudio del Small Enterprise Development Program en Bangladesh, Naila Kabeer encontró que la mayoría de las mujeres que experimentaron una mayor carga de trabajo estaban satisfechas y sentían que los beneficios superaban los costos de su participación. En las palabras de una mujer de Bangladesh que fue entrevistada:

Mi trabajo ha aumentado, mi esposo también puede ver eso... Tengo menos tiempo para hacer las cosas usuales, por lo que él es más tolerante. Mi trabajo ha aumentado, pero eso significa que estamos mejor. Se necesita trabajar. Ahora hemos adquirido un préstamo y lo hemos puesto a trabajar, si tenemos que trabajar más duro eso a mí no me afecta, lo hacemos con gusto. El placer es que hago el trabajo y tendré un poquito más de dinero. Esto no ocurría antes. El problema antes era que yo a veces necesitaba unas 500 takas para algo, pero ¿de dónde obtendría el dinero? Tendríamos que pedirlo prestado. Ahora estamos en posición de prestar.⁶⁶

Varias mujeres entrevistadas en Ghana también afirmaron que a pesar de su mayor carga de trabajo y responsabilidades, ellas sentían mucho más orgullo y satisfacción personal al poder hacer una contribución económica importante en sus hogares.⁶⁷

En algunos casos, los estudios han revelado que otros miembros de la familia aumentan considerablemente su participación tanto en el negocio como en las labores del hogar. Un estudio por parte del socio de Oportunidad en Filipinas, TSPI, reveló que el porcentaje de mujeres cuyas hijas participaban en sus negocios aumentó en 88%. Sorprendentemente, más hijos varones empezaron a ayudar con el trabajo de la casa después de que sus madres se unieron al programa.⁶⁸ Estos hallazgos sugieren que puede ser importante evaluar el impacto de la microempresa no sólo en las clientes mujeres mismas, sino también en sus hijos adultos y pequeños.

Mientras que las implicaciones de las microfinanzas para las demandas del tiempo de la mujer varían considerablemente de acuerdo a cada situación individual, las IMF necesitan darse cuenta que sus programas sí afectan el tiempo de las mujeres, no siempre de manera positiva, y deben estar preparadas para ayudarlas en la negociación de un equilibrio razonable y sostenible entre la vida y el trabajo.

¿Dependen las buenas tasas de pago del crédito, parcialmente, en la condición desempoderada de la mujer? Quienes apoyan las microfinanzas alegan que los grupos solidarios, los grupos de auto-ayuda y los bancos comunales ayudan a construir el capital social de las comunidades. A otros estudiosos y expertos en desarrollo, sin embargo, les preocupa que al utilizar el capital social existente en las comunidades para asegurar el pago del crédito, las IMF estén introduciendo nuevas presiones en la vida de la comunidad y puedan dañar relaciones de apoyo importantes. Observan que las IMF pueden deber gran parte de sus altas tasas de recuperación a la falta de alternativas y de empoderamiento de su clientela base. Se ha documentado bien que las microfinanzas figuran en las estrategias de manejo de riesgo de las mujeres pobres y que el acceso continuo al crédito es un incentivo principal para el pago.⁶⁹ Pero, en este sentido, los incentivos para el pago no son muy diferentes a aquellos de los mercados financieros formales. Nadie quiere un mal registro de crédito que pueda impedirle el acceso a servicios en el futuro. La diferencia es que las mujeres pobres tienen aún menos opciones y alternativas, por lo que el incentivo es más fuerte. Ya que la mayoría de los métodos microfinancieros se crearon para trabajar con mujeres en su condición desempoderada, las instituciones necesitan estar preparadas para cambiar y crear a medida que las mujeres y comunidades a quienes dan servicio cambian, adquieren empoderamiento y más opciones.

¿Refuerzan las IMF los papeles tradicionales de la mujer en lugar de promover la igualdad de géneros? Algunos críticos han dicho que la mayoría de los programas de microfinanzas están estructurados de tal forma que su impacto principal consiste en ayudar a que la mujer desempeñe mejor sus papeles tradicionales. Argumentan que al enfatizar los beneficios recibidos por las familias de mujeres gracias al acceso al crédito y al ayudarlas a ganar ingresos de manera tal que eso no interfiera significativamente con sus deberes tradicionales, las IMF pueden estar reforzando los papeles y relaciones tradicionales de género,

en lugar de alterarlos. El hecho de que muchas de las necesidades prácticas de la mujer están estrechamente vinculadas a los papeles, responsabilidades y estructuras sociales tradicionales de su género, contribuye a crear tensión entre satisfacer las necesidades prácticas de la mujer a un corto plazo y promover el cambio estratégico a largo plazo.

No obstante, al ayudar a las mujeres a satisfacer sus necesidades prácticas y a aumentar su eficacia en papeles tradicionales, los programas microfinancieros pueden ayudarlas a ganarse respeto y lograr más en sus papeles tradicionales, lo cual a su vez puede llevar al aumento de su autoestima. Aunque mejorar la habilidad de la mujer para realizar sus papeles tradicionales no es suficiente para asegurar su empoderamiento, puede ser una precondition necesaria. Mejorar el sentido de eficacia y seguridad financiera de la mujer puede contribuir decididamente a su habilidad y voluntad de desafiar las injusticias sociales y los sistemas discriminativos que debe enfrentar. En la experiencia de ENDA Inter-Arabe en Tunisia, es a menudo una crisis económica como el divorcio o la pérdida o enfermedad de una persona que gana ingresos lo que amenaza la habilidad de una mujer para cuidar a su familia, la saca de su papel de sumisión y dependencia y la conduce a tomar acciones que van más allá de las expectativas que otros tienen de ella. ENDA Inter-Arabe observa que la generación y control de ingresos marcan el punto inicial de otras formas de empoderamiento.⁷⁰ “La autonomía financiera trae consigo la *dignidad*. Su recién adquirido conocimiento y capacidad de tomar e influenciar decisiones les brinda *autoconfianza*.”⁷¹ Armadas con el mayor acceso al conocimiento que ofrece el programa, en combinación con su nuevo sentido de autoconfianza y dignidad, muchas de las clientes de ENDA Inter-Arabe tienen la voluntad y capacidad de dar el siguiente paso y participar en reuniones públicas, unirse a partidos políticos y asumir papeles de liderazgo en sus comunidades.

Como lo hemos mostrado en esta sección, aunque las microfinanzas han ayudado a empoderar a muchas mujeres de muchas maneras distintas, el empoderamiento no es un resultado automático para todas ellas. Una observación más cercana al papel que los programas microfinancieros juegan en el empoderamiento y éxito en los negocios de las mujeres, nos permitirá empezar a comprender las causas de los resultados positivos y negativos y a crear programas que puedan mejorar lo positivo y reducir al mínimo el riesgo y el índice de resultados negativos.

¿Qué papel juegan las microfinanzas en el empoderamiento de la mujer? Un estudio del caso de Sinapi Aba Trust, Ghana

En noviembre de 2001, Opportunity International realizó una investigación cualitativa con su socio Sinapi Aba Trust en Ghana para saber cómo y bajo qué circunstancias la participación en el programa SAT conducía a una transformación y empoderamiento significativos. En esta sección usamos los hallazgos de este y otros estudios de impacto realizados con el Sinapi Aba Trust para analizar más a fondo cuáles son los medios y los procesos por los cuales los programas de microfinanzas pueden empoderar a la mujer.

Primero se realizaron discusiones de grupos de enfoque con oficiales de crédito de SAT para identificar los indicadores de transformación y empoderamiento y para aprender de sus observaciones cómo el programa de SAT afectaba el proceso de transformación de las clientes mujeres. Luego se realizaron entrevistas a fondo a 10 clientes y 11 esposos de clientes. Las clientes se seleccionaron con base en el tiempo que tenían en el programa y el grado significativo de cambio que se observó en ellas. Se preguntó a las mujeres que habían participado en el programa durante dos a seis años acerca de los cambios en sus vidas con relación a sus negocios, hogares, aspectos personales y la comunidad. Se hizo un esfuerzo especial por reunir información sobre cambios en las relaciones, condición económica o bienestar, papeles de los géneros e igualdad, destrezas y capacidades, vida espiritual, servicio comunitario y ética. Los 11 esposos se entrevistaron acerca de sus opiniones del programa y la participación de sus esposas. Se les pidió también que discutieran cambios en sus hogares, comunidades, negocios y carácter de sus esposas, y las creencias

personales que habían surgido desde que sus esposas se unieron al programa. Los hombres que se eligieron para el estudio provenían de las mismas comunidades de las mujeres entrevistadas, pero sólo se entrevistó a tres parejas de esposo y esposa.

La primera ronda de investigaciones, aunque incluyó sólo a unas pocas clientes y no se aplicaba a la clientela total, ofreció gran introspección acerca de los procesos de transformación y el papel particular de SAT en la habilitación de las mujeres para transformar sus vidas. Estos hallazgos cualitativos se emplearon para orientar estudios posteriores cualitativos y cuantitativos más extensos usando versiones especialmente adaptadas de todas las herramientas de evaluación de clientes de AIMS.⁷² Los estudios de seguimiento se enfocaron en las áreas de empoderamiento (41 clientes), uso del crédito y ahorro (56 clientes), impacto general (320 clientes, 270 no-clientes), razones de salida (178 ex-clientes), y satisfacción del cliente (19 grupos de 8 a 10). En total se entrevistó a más de 1,200 personas en la segunda ronda de investigaciones.

El programa de bancos de confianza del Sinapi Aba Trust

SAT opera un total de 16 sucursales en todas las 10 regiones de Ghana. Hasta el 31 de marzo de 2002, Sinapi Aba Trust estaba beneficiando a 22,765 clientes, 93% de los cuales eran mujeres, con una autosuficiencia operativa del 199% y una autosuficiencia financiera de 140%. Su metodología principal para préstamos consiste en Bancos de Confianza. Los Bancos de Confianza de SAT están compuestos, en promedio, de 20 a 30 mujeres pobres y muy pobres⁷³ que viven o trabajan en la misma comunidad y con frecuencia trabajan en el mismo sector. Líderes de la comunidad, tales como las “reinas” del mercado y los líderes y miembros de bancos de confianza existentes en la zona con frecuencia ayudan a los oficiales de crédito en el reclutamiento de nuevos socios. Todas las socias tienen por lo menos una poca experiencia en los negocios antes de unirse al programa. En Ghana, las mujeres están fuertemente involucradas en el comercio de productos tales como el plátano, casava, tomates o naranjas. La mayoría de las mujeres han hecho algún tipo de comercio o han tenido un negocio de servicios para ayudar a cubrir las deficiencias de salario de sus esposos o la contribución de éstos al hogar.

Las mujeres que se unen a los bancos de confianza participan en una extensa orientación antes de recibir sus primeros préstamos. Las líderes de grupo son elegidas y juegan un papel importante en la administración del desembolso y pago de préstamos, así como en la organización del programa y las reuniones semanales. Los préstamos a individuos son garantizados por los otros miembros del grupo y los pagos se hacen cada semana. Además de las actividades de administración de préstamos, se realiza un programa educativo en cada reunión. Las mujeres reciben capacitación en habilidades comerciales tales como atención al cliente, determinación de precios, mercadeo y ventas a crédito, y tienen la oportunidad de intercambiar entre ellas consejos clave para los negocios. También discuten temas sociales y comunitarios. Se presta atención particular a los tópicos que ayudarán a las mujeres a manejar expectativas, responsabilidades y retos que encontrarán como generadoras de ingresos, madres y esposas. Ocasionalmente se invita a personas fuera del programa a que hablen de temas especiales, especialmente temas de salud.

Sinapi Aba Trust, como otros socios de Opportunity International, está interesada en promover la transformación total de las vidas de sus clientes. Por esta razón su programa de bancos de confianza está diseñado para ir más allá de la promoción del crecimiento en los negocios y compartir habilidades, ideas y estrategias que puedan empoderar a sus clientes para que jueguen un papel importante y benéfico en sus familias y comunidades.

Impacto en los negocios

Ya que los beneficios más directos y anticipados del microcrédito tienen que ver con los negocios de los clientes, empezamos con una discusión sobre los efectos de los programas de SAT en esta área.⁷⁴ El desempeño de un negocio exitoso no sólo contribuye al mejoramiento del bienestar de la mujer, sino que contribuye también directa e indirectamente a su empoderamiento. Los estudios mostraron que a través del programa SAT los negocios de las mujeres fueron más exitosos en las siguientes maneras: hubo un aumento

del capital de trabajo, mejoraron las relaciones con los proveedores y clientes, hubo planificación y precios más estratégicos, y las líneas de productos se diversificaron y expandieron para ser más rentables.

El aumento del capital de trabajo es particularmente importante para el empoderamiento de la mujer. Aunque la mayoría de los principales mercados de Ghana tienen sistemas altamente desarrollados para el crédito en especie, las cuentas usualmente deben cerrarse diariamente y la disponibilidad de crédito en efectivo es todavía poco común. Como resultado, cuando las mujeres cuentan con su propio capital o tienen acceso a crédito en efectivo, ellas adquieren considerablemente más poder y prestigio en el mercado. Las 10 mujeres que participaron en el estudio de noviembre y 76% de las mujeres en estudios subsiguientes, indicaron que sus capitales de trabajo habían aumentado gracias a sus préstamos de SAT. Para la mitad de ellas, los préstamos y ganancias habían sido suficientes para romper su dependencia del crédito del proveedor, y el resto fueron capaces de comprar más materiales empleando una combinación de efectivo y crédito. Un estudio cuantitativo reveló que 42.9% de las clientes con mayor tiempo en el programa pueden ahora comprar directamente de mayoristas y productores, en comparación al 31% de las no-clientes. En casi todos los casos, el aumento en capital ha dado a las mujeres más opciones y mayor control de sus negocios—y de sus vidas. Nana Addai, una cliente de un banco de confianza de SAT desde 1999, compartió la experiencia de empoderamiento que vivió al pasar de la venta de uniformes escolares usados que obtenía a crédito, a la administración de su propio negocio de ropa usada.⁷⁵

Las mujeres que participaron en SAT también adquirieron una reputación de ser confiables y responsables, lo cual mejoró sus relaciones con proveedores y clientes, así como sus negocios. A medida que las mujeres usaban sus préstamos, la capacitación comercial y consejos recibidos de SAT para extenderse a líneas comerciales más rentables y formar su base de clientes, ellas reportaron sentir que tanto los hombres como las mujeres las respetaban más. Noventa y tres por ciento de las mujeres entrevistadas para el estudio del empoderamiento indicaron sentir que ahora reciben mucho respeto y son más aceptadas en sus comunidades. De muchas maneras estas mujeres han podido capitalizar con el mayor respeto que han recibido como mujeres de negocios exitosas y que se ganan la vida para aumentar su influencia en la comunidad y en los asuntos del hogar.

Impacto en la familia y las relaciones familiares

Todos los hombres entrevistados dijeron que desde el principio apoyaron que sus esposas se unieran al programa. Aquellos que dijeron tener reservaciones sobre la participación de sus esposas, principalmente temían que ellas no fueran capaces de pagar el dinero y que ellos quedarían atrapados por la deuda, perseguidos por las cortes o de alguna manera deshonrados como familia, debido a su ineptitud para cumplir con sus obligaciones. La mayoría piensa que las mujeres deberían ganar ingresos si pueden hacerlo y expresaron aprecio por las contribuciones financieras de sus esposas al hogar. Como consecuencia, ellos agradecían cualquier programa, tal como SAT, que pudiera ayudarles a ser más exitosos y ganar más ingresos.

En Ghana, la completa apropiación de los préstamos de las mujeres por parte de los hombres es bastante rara y las mujeres típicamente controlan los ingresos de su propio negocio. Aunque algunos hombres reportaron haber ayudado a sus esposas con las cuentas, planificación u otros aspectos del negocio, hubo un solo caso en el que el esposo entrevistado parecía ser el administrador principal del negocio. El estudio subsiguiente de uso de los préstamos confirmó una ausencia casi completa de interferencia masculina en la decisión del uso del préstamo. Solo una mujer indicó que su esposo había decidido cómo debía utilizarse su primer préstamo, pero que ella había intervenido en las decisiones siguientes.

Pero la creciente independencia económica de la mujer puede llevar a otros problemas. Las discusiones de grupos de enfoque con oficiales de crédito revelaron que en varios casos la contribución del hombre al hogar disminuyó una vez que la esposa comenzó a ganar más ingresos y a cubrir más de los gastos familiares. Ocasionalmente el esposo retiró su apoyo al grado que la mujer se vio forzada a gastar su préstamo principalmente para las necesidades de consumo, en lugar de invertirlo en su negocio,

ocasionando dificultades de pago más tarde. Los oficiales de crédito reportaron que algunas mujeres escondían de sus esposos sus préstamos y a veces hasta sus negocios para proteger sus ingresos e inversiones. Aunque el grado en el cual esconder los préstamos es un problema difícil de resolver entre las clientes de SAT, la investigación de seguimiento reveló que la mitad de las clientes de SAT estaban escondiendo sus préstamos por temor a que sus esposos retiraran el apoyo económico que ellos aportaban.

Aunque la mayoría de las mujeres en Ghana tienen influencia en cómo se gasta cierta porción del ingreso familiar, muchas están todavía en una posición de dependencia y tiene poca influencia sobre la cantidad que ellas reciben para gastar o cómo sus esposos gastan el resto del dinero ganado. Típicamente las mujeres reciben de sus esposos dinero para manutención y necesidades básicas del hogar. Pero a menudo el dinero no es suficiente, por lo que las mujeres se ven forzadas a pedirles a sus esposos más dinero o a encontrar la manera de generar algún ingreso ellas mismas para compensar la falta.

Ya que las mujeres tradicionalmente son responsables de proporcionar comida, ropa, mesadas para los hijos, y artículos de limpieza y cocina, el hecho de que una mujer gane un poquito de dinero para cubrir gastos del hogar no le merecerá necesariamente más respeto a los ojos de su esposo. Sin embargo, si ella gana suficiente como para ayudar a cubrir gastos típicamente a cargo del hombre, como mensualidades escolares, renta, muebles y transporte, entonces su poder de decisión generalmente aumenta en gran medida.

Las mujeres entrevistadas se sentían particularmente orgullosas de su contribución financiera a la educación de sus hijos, no sólo porque les ayudaba a ganarse el respeto de sus esposos, sino también porque les daba la oportunidad de asegurar la mejor educación posible tanto para sus hijas como para sus hijos. Sus esposos, por otro lado, apreciaban este apoyo y decían que valoraban las opiniones de sus esposas sobre educación y otras decisiones importantes. Los oficiales de crédito de SAT recalcaron la importancia de la educación femenina durante las reuniones de bancos de confianza y guiaron discusiones orientadas a convencer a las mujeres que sus trabajos y actividades no deberían verse limitados por ser mujeres. Las mujeres están poniendo en práctica lo que han aprendido al educar tanto a sus hijas como a sus hijos, tratándolos como iguales y evitando discriminar entre el trabajo de los hijos y las hijas. Algunas mujeres están incluso enviando a sus hijas a la universidad y escuela de negocios, y otras han enseñado a sus hijos a cocinar y hacer labores del hogar. Así, ellas están expandiendo las oportunidades de sus hijas y transformando las normas de género para generaciones futuras.

La mayoría de los hombres expresaron la creencia de que cocinar, cuidar a los niños y lavar eran responsabilidades de la mujer, a pesar de su creciente respeto por ellas como generadoras de ingresos y administradoras de negocios. No obstante, varios de ellos compartieron las responsabilidades domésticas con sus esposas. Lavar parecía ser la contribución más común y generalmente aceptada del hombre en el hogar, pero algunos también reportaron cuidar a los hijos y ayudar a cocinar cuando sus esposas estaban fuera. Aunque unos cuantos esposos ocasionalmente ayudaban antes, la mayoría comentó que sentía que era un deber ayudar a sus esposas porque ellas estaban ahora ayudando a cumplir las obligaciones financieras de la familia. Un hombre comentó que justo había estado lavando la ropa de la familia antes de venir a esta entrevista. Él explicó que como su esposa estaba en el mercado, ella no tenía tiempo de hacerlo, así que él ayudaba. En otra entrevista, su esposa confirmó esto diciendo: “mi esposo sabe que estoy muy ocupada, así que él lava y cocina para nosotros y yo pienso que es porque yo estoy ayudándole económicamente.”⁷⁶

Empoderamiento a través del incremento de capital—Nana Addai

"Antes de unirme a SAT, no tenía mucho dinero, así que tenía que obtener bienes de alguien más, venderlos, y darle a ella las ganancias antes de que ella me diera algo...Cada semana tenía que rendirle cuentas al proveedor—qué había sido comprado, qué sobraba, etc. Antes de que me diera más bienes para vender...Debido a que ahora tengo mi propio dinero, soy capaz de negociar para obtener buenos precios y...si lo que los proveedores están vendiendo no me gusta, puedo ir a otra tienda para comprar lo que creo que la gente va a comprar...El tiempo que invierto en mi negocio se ha reducido porque ahora tengo mi

propio dinero, no como en el pasado, cuando estaba trabajando para alguien y tenía que vender durante todo el día para que ella me diera mi parte de la ganancia. Así que siempre estaba yo cansada y apurada asegurándome de pasar más tiempo en el negocio para que la gente comprara. Pero ahora tengo mi propio negocio y dinero y puedo organizarme mejor para poder tener tiempo para descansar".

Todos los hombres y mujeres entrevistados dijeron que sus relaciones con sus parejas habían mejorado o permanecido positivas desde que la esposa se había unido a SAT. Las mujeres dieron una alta prioridad al hecho de poder proveer adecuadamente a sus hijos. Reportaron que sus hijos las respetaban más ahora que eran capaces de satisfacer sus necesidades y debido a su participación en funciones sociales, aun cuando ahora pueden pasar menos tiempo con ellos. Varias mujeres comentaron también que la capacidad de proveer a sus hijos les dio más confianza para involucrarse más en las vidas de ellos. Las mujeres pensaban que su contribución financiera les había ayudado a ganarse más respeto tanto por parte de sus esposos como de sus hijos. Ambos, hombres y mujeres, mencionaron que la mayor causa de disputas en el hogar se debía a que las mujeres tenían que pedir dinero a los hombres. En todos los casos, estas disputas habían disminuido o desaparecido por completo una vez que la mujer comenzó a ganar un ingreso substancial por sí misma. Noventa y ocho por ciento de las mujeres del estudio de seguimiento se consideraban económicamente independientes y capaces de satisfacer sus necesidades personales usando sus ingresos propios.

Varias mujeres comentaron que sus esposos algunas veces les pedían dinero prestado o que ellas pagan por gastos que normalmente ellos pagaban. Los hombres también hablaron sobre el dinero que sus esposas les prestaban y sentían alivio al saber que sus esposas podían ayudar a cubrir los gastos de la casa cuando el ingreso de ellos no era suficiente. Entre los entrevistados, este acuerdo parecía basarse en camaradería y responsabilidad compartida. Muchas de las mujeres estaban felices de haber no sólo disminuido su dependencia de sus esposos, sino también contentas de poderles ayudar. Tanto hombres como mujeres mencionaron que hacían planes juntos, especialmente hacia la meta de comprar un terreno y construir una casa. Los hombres vieron la ayuda de las mujeres con los gastos del hogar como algo que les permitiría ahorrar más, pero también respetaban la necesidad que ellas tenían de capital para sus negocios. Aunque las mujeres estaban contentas de ayudar a sus esposos económicamente, los esposos dijeron que para ellos era importante pagarles a ellas el dinero prestado siempre que fuera posible.

SAT hace un esfuerzo consciente de proporcionar a la mujer las habilidades y el consejo que les permitirá enfrentar las presiones paralelas de sus responsabilidades domésticas y sus negocios. También trabaja con ellas en las aptitudes de comunicación y relaciones. La mayoría de las mujeres entrevistadas indicaron que habían aprendido a comunicar sus sentimientos, pensamientos y opiniones más efectivamente. Unas cuantas comentaron que cuando se unieron al banco de confianza eran extremadamente tímidas y casi no hablaban con nadie. Ahora ellas hablan libremente y contribuyen a las discusiones y decisiones del grupo. También se involucran más activamente en la toma de decisiones en su hogar y en las reuniones con familiares.

Debido a que en Ghana no se ve como socialmente correcto que una mujer se queje, discuta o contradiga algo abiertamente, una parte muy importante del empoderamiento es el aprendizaje de técnicas efectivas de comunicación que les permita expresar sus opiniones de tal forma que sean escuchadas, pero sin caracterizarlas como combativas. Las estrategias que se enseñan en los bancos de confianza—tanto por los oficiales de crédito de SAT como por las mismas socias—parecen ser efectivas para reducir al máximo la resistencia y efectos negativos en contra de la mujer a nivel del hogar y de la comunidad. Varios de los hombres comentaron que, en contra del saber convencional—que dice que las mujeres se vuelven orgullosas y desdeñosas cuando se hacen más independientes económicamente—las actitudes y comportamiento de sus esposas continuaron siendo de cooperación y consideración.

Tanto las mujeres casadas como las viudas reportaron tener una mejor relación con sus familiares y suegros, con mayor respeto por parte de ellos. La familia propia y política constituye una importante red de apoyo social en Ghana y las viudas, en particular, han tenido que pedir su apoyo en tiempos de necesidad,

tensionando las relaciones. Pero a través de SAT, ellas han podido ahorrar un poco para sobrellevar las emergencias y no tener que pedir prestado o sufrir escasez. Unas cuantas mujeres recordaron incidentes específicos que ellas piensan que ayudaron a elevar su estatus en la familia. En la mayoría de los casos, la mujer adquirió respeto resolviendo una crisis familiar gracias a que contaba con recursos financieros y la confianza de actuar, a menudo cuando los hermanos y tíos estaban ahí, inseguros de qué hacer. Una cliente, Margaret Asare, describió muy claramente el respeto recientemente otorgado a ella por su familia: “Al principio los miembros de mi familia no me contaban como digna de ser consultada cuando había un problema o decisión a tomar, pero ahora, a través de SAT, me cuentan en la categoría de ser humano.” Las viudas tanto como las mujeres casadas, todas sintieron que las lecciones que aprendieron de SAT sobre el cuidado de sus hijos y el equilibrio entre sus responsabilidades domésticas y comerciales, les habían ayudado a cuidar mejor a sus hijos y a mejorar su relación con ellos.

Impacto en la comunidad y en el papel y estatus de la mujer dentro de la misma

Aunque las habilidades de liderazgo, autoconfianza y solidaridad juegan un papel importante en la transformación del papel y estatus de la mujer en la comunidad, el éxito económico de la mujer juega un papel modelando las percepciones que la comunidad tiene sobre las mujeres. En varias comunidades, las socias de SAT se han hecho bien conocidas por sus éxitos en los negocios y su trabajo duro. Varias de las mujeres, particularmente las viudas, notaron que los hombres generalmente las respetaban más porque veían que ellas tenían seriedad en sus negocios y, en el caso de las viudas, eran capaces de mantener por sí mismas a sus familias. Cinco de los esposos entrevistados comentaron que sus esposas eran ahora bien respetadas en la comunidad debido a sus negocios y a su liderazgo dentro de SAT. Un hombre, cuya esposa es líder de un banco de confianza y una “reina” del mercado local, declaró orgullosamente, “ella es respetada y ha traído la gloria a la familia.”⁷⁷ Una mujer declaró que todos sus vecinos la respetaban porque habían visto lo que ella era capaz de hacer y ahora ellos consideran a su familia como “de buena posición.” Varias de las mujeres han sido invitadas a participar en reuniones de la comunidad porque ahora están en posición de contribuir y también ahora pueden contribuir para los funerales, un gran símbolo de estatus social entre los Asante.

Las mujeres empiezan a dar consejo a sus vecinas en lo que se refiere a negocios, familia, salud y asuntos comunitarios. El estudio de impacto cuantitativo reveló que casi la mitad de las clientes de SAT están dando consejos a otras personas—esto en comparación con el 29% de las mujeres que reportaron ser demasiado tímidas para asociarse con otros en el mercado o la comunidad antes de unirse a SAT. Una mujer entrevistada se había incluso convertido en agente de la Asociación de Paternidad Planificada de Ghana de su comunidad y daba pláticas regulares sobre temas de salud y reproducción. El que las mujeres brinden consejos es otro signo positivo de empoderamiento por varias razones. Primero, las mujeres están aprendiendo y poniendo en la práctica lo que aprenden. Además, están compartiendo su conocimiento y ayudando a otras, lo cual significa que los beneficios educativos del programa están teniendo un impacto más allá de las socias. Segundo, las mujeres tienen suficiente autoconfianza para ofrecer consejos y ayuda a otras. Dar consejo también genera respeto de la comunidad por las mujeres que lo hacen, y así se inicia un ciclo positivo de autoestima y respeto en la comunidad. Noventa y ocho por ciento de las mujeres entrevistadas durante el estudio de empoderamiento subsiguiente expresaron que ahora ellas se sienten con capacidad adecuada para hacer todo lo que otros hacen.

El aumento de autoconfianza parece extenderse también hacia la participación de las mujeres en la comunidad. Todas las mujeres entrevistadas en el estudio de noviembre juegan papeles activos en sus comunidades. Aunque no se encontró una diferencia estadísticamente significativa entre las clientes y las no-clientes en términos de la participación en actividades voluntarias, casi la mitad de todas las mujeres que reportaron tener ahora puestos de liderazgo, afirman haber aprendido esas aptitudes a través de SAT. Ellas dicen que han aprendido a ser pacientes y a manejar y motivar a la gente; también han adquirido habilidades de organización mediante los bancos de confianza. Estas habilidades las han ayudado a tomar puestos de

liderazgo fuera de los bancos de confianza y algunas mujeres se han convertido entonces en oficiales de sus iglesias o miembros de asambleas comunitarias y partidos políticos. Una mujer que ha ayudado a más de 100 mujeres a inscribirse en bancos de confianza de SAT, dice que su ayuda aconsejando y organizando bancos de confianza es su principal contribución a la comunidad. Ella observa que está ayudando a que más personas trabajen y expandan sus negocios. Algunas de las personas a quienes ha ayudado están ahora dando empleo a otros en la comunidad. Otras mujeres están empleando las habilidades de liderazgo que han aprendido mediante los bancos de confianza para organizar grupos femeninos en sus iglesias, campañas de limpieza en la comunidad y otros proyectos. Prácticamente todas las mujeres contribuyen ahora ya sea con recursos financieros o con trabajo a los proyectos de desarrollo comunitario y alientan a otras a que hagan lo mismo. Sus actividades y contribuciones han traído a las socias de SAT el reconocimiento como grupo por ser trabajadoras, confiables, responsables y generalmente de buen carácter—todos rasgos muy valiosos en la sociedad ghaniana.

Las clientes tienen una actitud claramente positiva acerca de sus papeles y estatus cambiantes en la comunidad:

“Antes, la gente no me conocía, pero ahora me dicen mi nombre en cualquier lugar al que voy. ¡Líita Maggie!”—Margaret Asare.

“Mucha gente me conoce y dondequiera que estoy y necesito ayuda, recibo ayuda, por eso y por ser parte de SAT me siento muy feliz.”—Mary Forkuo.

“Algunas personas hasta se maravillan de lo que SAT ha hecho por nosotras. Si tu estás en un banco de confianza de SAT, no hay cabida para sentirte inferior.”—Victoria Owusu Ansah.

Contribuciones al empoderamiento y limitaciones

Con base en las experiencias compartidas por los hombres y mujeres entrevistados, el programa de bancos de confianza de Sinapi Aba Trust ha contribuido claramente al empoderamiento de la mujer en muchas formas. El acceso al crédito y a la capacitación en los negocios ha ayudado a las mujeres a expandir y mejorar sus negocios, conduciendo a un mayor respeto y poder de decisión en el hogar y la comunidad. Los consejos y apoyo de otras, han ayudado a las mujeres a manejar su papel triple de madre, esposa y mujer de negocios. La educación y la experiencia en el liderazgo han ayudado a la mujer a ganar confianza y convertirse en una líder capaz. Es importante notar que estas evidencias substanciales de empoderamiento han sido expuestas en el contexto de una institución altamente sostenible que está experimentando un rápido crecimiento y está en el camino a convertirse en una institución de crédito y ahorro regulada.

Sin embargo, el estudio reveló también algunos resultados mixtos. Aunque el mensaje de SAT de que la mujer debe continuar realizando sus labores tradicionales y ser “respetuosa y sumisa” hacia su esposo limita los efectos negativos y promueve la unidad familiar, puede también limitar el alcance del empoderamiento de la mujer. En muchas maneras, los estereotipos y expectativas del género continúan sin alterarse. Por ejemplo, aunque las mujeres han aumentado considerablemente su poder de toma de decisiones—especialmente con respecto a la compra de bienes de hogar—y se les consulta más frecuentemente durante el proceso de toma de decisiones, los hombres todavía tienden a tener la última palabra en decisiones importantes. Muy pocos hombres mostraron algún signo de cambio de creencias con respecto a los papeles de los géneros, y todos estaban bastante satisfechos con el “carácter” de sus esposas y el desempeño de sus labores tradicionales de esposa y madre. Un hombre hasta comentó que algunos ahora estaban poniendo a sus mujeres como “ejemplo” de lo que las esposas deberían hacer. “Ella está contribuyendo a las finanzas familiares, pero no se ha hecho arrogante o mostrado ningún signo de ‘mal carácter.’”⁷⁸ Los hombres consideraron todos estos resultados como positivos, pero se demostró también que todavía se espera que la

mujer se conforme a las normas de género aun si están buscando también papeles no tradicionales para ellas mismas.

Las respuestas de entrevistados mostraron también un consenso entre los hombres y mujeres de que las mujeres tiene un papel importante que desempeñar organizando a otras *mujeres*, pero ninguno de los hombres consideró la posibilidad de que las mujeres pudieran organizar y dirigir a los *hombres*, y un par de mujeres incluso dijeron que ellas debían abandonar su papel de líderes en la iglesia o comunidad si un hombre fuera a involucrarse. No obstante, las mujeres están adquiriendo experiencia guiando a los hombres en muchos de los bancos de confianza mixtos de SAT y esta experiencia puede finalmente darles el poder de guiar a los hombres en otros espacios públicos.

Lecciones de la experiencia:

Factores programáticos clave que pueden contribuir al empoderamiento

El desarrollo de un programa que logre un balance para maximizar el empoderamiento, el bienestar, el desarrollo económico y la sustentabilidad, puede ser un gran reto. No existe un programa que se adapte a todos los ambientes y poblaciones y ninguna estrategia tendrá resultados idénticos en todos los clientes potenciales. Naila Kabeer resume bien este reto y explica: “Los diferentes aspectos del desempoderamiento de la mujer, y por lo tanto del empoderamiento, están estrechamente relacionados de tal forma que las iniciativas relacionadas con un aspecto pueden desencadenar cambios en otros aspectos, aunque no de maneras fácilmente predecibles.”⁷⁹ Las estrategias de programa más efectivas serán creadas cuando el personal de las IMF escuche a los clientes y evalúe claramente su base de recursos, sus fortalezas y vulnerabilidades, para que así la institución pueda desarrollar productos y servicios basados en fortalezas y recursos existentes. Como lo expresa Noni S. Ayo, directora administrativa de ARDCI en Filipinas: “Todos los esfuerzos por mejorar el impacto de las IMF en las mujeres se reducen a comprender realmente las necesidades de la mujer, sus predicamentos y sus aspiraciones. Aun antes de que todas las preguntas puedan responderse, la pregunta básica que debe responderse primero es quién es ella.”⁸⁰

Al inicio de nuestra investigación nosotros esperábamos encontrar evidencia de los impactos de distintas estrategias de programas intencionalmente diseñadas para empoderar a la mujer. Esperábamos poder determinar no sólo cuáles elementos de un programa marcaban la mayor diferencia en el empoderamiento de la mujer, sino también cuáles eran los de mejor balance costo-efectividad. Sin embargo, descubrimos que es difícil encontrar datos objetivos.

No obstante, basándonos en nuestra propia experiencia con Opportunity y las experiencias de muchas otras IMF, en esta sección presentamos algunas prometedoras prácticas de programas que han logrado buenos resultados en su contexto particular o a lo largo de varios países—muchas de estas prácticas tienen un bajo crecimiento de costos y muchas se aplican igualmente a programas minimalistas o integrales.

Capacitación en los negocios

La capacitación en los negocios puede beneficiar a mujeres empresarias pobres cuando esta capacitación está diseñada cuidadosamente para complementar sus actuales aptitudes y resolver sus necesidades más urgentes. Con la ayuda de la investigación de mercado y otras herramientas que aseguren la relevancia del cliente, la capacitación en los negocios puede ser un componente valioso de los programas de micropréstamo. En Sinapi Aba Trust, la mayoría de las mujeres entrevistadas comentaron que su habilidad para planificar, calcular y proyectar ganancias, y administrar dinero, han mejorado considerablemente como resultado de la capacitación que recibieron durante su orientación y reuniones del banco de confianza. Varias de estas mujeres apreciaron particularmente la capacitación en “atención al cliente” que recibieron en sus bancos de confianza, porque ellas piensan que les ha ayudado a vender sus productos más rápidamente, a retener a sus clientes y a reducir su trabajo. En Costa Rica, la mayoría de los esposos de clientes de ADAPTE indicaron que la capacitación que sus esposas recibieron de ADAPTE fue el aspecto más

importante del programa. Las entrevistas con clientes de ADAPTE revelaron que ellas valoran ambas cosas, la capacitación y el crédito recibido, y en una reciente ronda de discusiones en grupos de enfoque sobre la satisfacción del cliente, las clientes de SAT indicaron que estarían dispuestas a pagar aún más por una capacitación más extensa.

La experiencia de Opportunity integrando la capacitación comercial a sus grupos de bancos de confianza se discute en el artículo: “*Bundling Microfinance and Business Development Services: A Case Study from ADEMCOL in Colombia*” (Agrupación de los servicios de microfinanzas y desarrollo comercial: Un estudio de caso de ADEMCOL en Colombia).⁸¹ El artículo señala que “los oficiales de crédito de ADEMCOL han encontrado también que aquellos clientes que han recibido servicios de capacitación comercial y se han quedado en ADEMCOL son a menudo los mejores clientes.” Diana Rojas, una costurera que es socia de un banco de confianza de ADEMCOL y están en su quinto ciclo de crédito, atribuye su creciente habilidad para retener y satisfacer a sus clientes a su propia participación en la capacitación comercial ofrecida por ADEMCOL. Ana Moreno Ruiz, una vendedora que ha sido cliente de ADEMCOL por tres años, ha participado en varios módulos de capacitación, incluyendo los de relaciones humanas, costos, mercadeo y contabilidad y dice que “con la capacitación que he recibido, he aprendido a trabajar mejor con la gente y esto me ha permitido aumentar mis ventas. He retenido a mis clientes.” Desde la introducción de una capacitación en negocios más avanzada, la tasa de retención de clientes de ADEMCOL ha aumentado significativamente, lo que significa que más mujeres permanecen en el programa por más tiempo—y se presume que están disfrutando beneficios por su participación.

También en SAT, 66.5% de las clientes actuales dijeron que la capacitación en los negocios es el tema que disfrutaron más. El 85% de las clientes actuales entrevistadas empleando la herramienta del empoderamiento dijeron que ahora tienen una mejor relación con sus clientes y proveedores como resultado de la capacitación en el trato y retención de clientes, planificación y buenos precios y pago por adelantado a los proveedores. Varias de las entrevistadas mencionaron también que ahora ellas tienen la confianza de compartir habilidades e ideas sobre negocios con sus amigas y otras competidoras, ya que no le temen a la competencia. Esto es en comparación con el 24% de clientes que dijeron que antes de unirse a SAT sentían mucha timidez como para asociarse con otras comerciantes y competidoras en el mercado, porque pensaban que sus negocios no impresionaban y se burlaría de ellas el grupo de personas conocidas como “gente bien” en el mercado.

El Diálogo de Gestiones de ACCION Internacional, es un programa de capacitación con más de 40 módulos sobre temas que incluyen la capacitación en autoconfianza, habilidades de negociación, liderazgo, comerciales, y el aprendizaje de negocios nuevos—así como un módulo sobre género diseñado específicamente para abordar las necesidades de la mujer. Después de un proceso de desarrollo de tres años, el programa se está llevando a cabo en 11 países con 31 instituciones y ha capacitado a 158,000 clientes. ACCION ha encontrado que el programa es tan esencial, que se ofrece también de manera independiente a los programas de crédito; un estudio reciente encontró que 51% de las personas capacitadas también recibía crédito, pero 49% no tenía crédito al momento de la capacitación.⁸²

Educación general y alfabetismo de las mujeres

“Como se dice con frecuencia, el conocimiento para el pobre es poder. Esto es lo que da poder a la gente pobre del medio rural en los proyectos de VAWA.”⁸³

La educación y alfabetismo general de la mujer son importantes para que ella alcance todo su potencial y adquiera empoderamiento. El analfabetismo crea una situación de dependencia en los demás, la cual puede limitar los prospectos individuales de empoderamiento. Muchas IMF han encontrado que el analfabetismo es una gran barrera para sus clientes. Algunas, como WEDTF, tratan de adaptarse asegurándose de que hay por lo menos una socia que sabe leer y escribir en cada grupo o que por lo menos una de ellas tiene un hijo que lo hace y puede ayudar al grupo. Muchas IMF emplean técnicas de capacitación participativa que no requieren alfabetismo para educar a sus clientes, pero muy pocas pueden ofrecer alfabetización, ya que la

mayoría de los métodos utilizados son relativamente caros y de tiempo intensivo tanto para los empleados como para las clientes. Aunque muchas empresarias analfabetas pueden llevar cuentas en su cabeza, su habilidad para interactuar con el sector comercial formal siempre estará limitada. Algunas ONG como *World Education* y el *Women's Empowerment Project* (WEP) de Nepal han creado métodos innovadores y de bajo costo para capacitar a las mujeres en alfabetismo, los cuales han mejorado considerablemente los beneficios de empoderamiento de los grupos de crédito y ahorro a los que pertenecen las clientes. Al usar grupos existentes de crédito y proporcionar materiales para que las mujeres se auto-eduquen, los programas de alfabetización han crecido rápidamente con un costo relativamente bajo en comparación con muchas iniciativas de alfabetización. Estos programas han demostrado que el alfabetismo y la educación contribuyen fuertemente al empoderamiento y complementan la independencia financiera que las microfinanzas proporcionan. En el caso de WEP, el índice de alfabetismo entre sus socias creció de 21 a 85% durante los primeros 30 meses del programa.

Helen Sherpa de World Education escribe: “En los grupos nuevos estas mujeres comienzan siendo ‘nadies’ que guían grupos sin dinero y que no reciben respeto. Los fondos de estos grupos crecen y ellas se hacen cada vez más autodependientes, rompiendo el control que los prestamistas y miembros familiares hombres tienen sobre las decisiones económicas. Esto eleva repentinamente el estatus de los grupos y de las socias y líderes individuales. Las líderes de los grupos se convierten en modelo a seguir, porque estas son ‘mujeres como ellas’—pobres y que han aprendido a leer y escribir tarde en sus vidas.”⁸⁴ Además, la educación de la mujer tiene beneficios adicionales para sus hijos. World Education ha documentado que las mujeres que atienden programas de educación aumentan drásticamente su compromiso con la educación de sus hijos y, particularmente, de sus hijas.⁸⁵ Debido a que la falta de dinero para cuotas escolares es la causa principal del abandono de estudios en Nepal, al igual que en muchos otros países, el ingreso generado por microempresas juega un papel importante ayudando a que la mujer realice lo que sueña para sus hijos. Kashf en Pakistán encontró un vínculo similar. Un estudio independiente encontró que 35% de las socias de Kashf ven a sus oficiales de crédito educados como modelos a seguir para sus hijas. Más del 50% de las mujeres querían educar a sus hijas y más del 40% deseaban un futuro distinto para ellas.⁸⁶

Equilibrando las responsabilidades del trabajo y la familia

Uno de los retos más difíciles que deben enfrentar las mujeres cuando empiezan o expanden un negocio, además de las desventajas educativas, es encontrar un equilibrio entre sus crecientes responsabilidades laborales y las responsabilidades del hogar. Aunque la meta ideal debería de ser que hombres y mujeres compartieran las responsabilidades en el hogar, esto nunca sucede de la noche a la mañana. Muchos son los casos en los que los negocios de las mujeres permanecen siendo pequeños y en lugares poco rentables debido en gran parte a las restricciones que generan sus responsabilidades domésticas. El tiempo que tienen las mujeres para dedicarle a sus actividades laborales no sólo es limitado, si no que además con frecuencia deben abandonarlas del todo por periodos de tiempo para poder atender crisis familiares o enfermedades de sus hijos. Como resultado de esto, muchas de las oportunidades de empleo para mujeres se limitan a las que pueden hacerse irregularmente o a aquellas de medio tiempo. La experiencia de las organizaciones socias de Opportunity International ha demostrado que con frecuencia las mujeres necesitan de ayuda para desarrollar estrategias que les permitan administrar y cumplir con las expectativas de sus familias y los miembros de la comunidad, y a la vez ser capaces de dedicar suficiente tiempo y energía a sus negocios. Las mujeres también necesitan de apoyo para negociar los complejos cambios que el papel de su género debe sufrir para que ellas puedan ser microempresarias con éxito. Muchas de las clientes de Aba Trust así como otras organizaciones socias en África de Opportunity International, han valorado el asesoramiento que han recibido con respecto a la administración de su tiempo y “administración de su esposo.”

Algunas organizaciones socias de Opportunity y otras IMF están reconociendo que se necesitan más esfuerzos de alcance para asegurar el apoyo y colaboración de los esposos. No es de sorprender que muchas de las clientes más exitosas de varias de las IMF sean aquellas con los esposos que las apoyan más y aquellas con más problemas son frecuentemente las que tienen problemas con sus esposos. Debido a que la mayoría

de IMF trabajan principalmente con mujeres y a los esposos a menudo no se les incluye directamente, algunas instituciones están experimentando formas de influir sobre los esposos, incluyéndolos en sesiones de orientación especiales, organizando eventos especiales para esposos y ocasionalmente invitándolos a las sesiones de grupos.

Diálogo sobre aspectos sociales y políticos

La discusión sobre aspectos sociales que afectan las vidas de las mujeres y la de las comunidades puede conducir a alcanzar una mayor conciencia sobre las causas de los problemas que enfrentan y puede permitirles que actúen de forma más efectiva en la resolución de los problemas que las están deteniendo. Las discusiones sobre los derechos de las mujeres, los problemas comunitarios, políticos y familiares más comunes pueden crear una sensación de solidaridad que puede darle poder a la mujer como individuo y como grupo para poder solucionar sus problemas. Con algún apoyo, los grupos de las mujeres con empoderamiento económico pueden dar los pasos necesarios para vencer las barreras culturales y legales que limitan su empoderamiento social y político. El CSD, por ejemplo, descubrió que como resultado de las discusiones en los centros de préstamo sobre aspectos legales y sociales, las mujeres han adquirido mayor conocimiento sobre sus derechos civiles y legales, y están más concientes de su posición y de las elecciones que pueden hacer. Tienen mayor conocimiento de cómo las instituciones relevantes pueden ayudarlas cuando requieren asistencia legal y este conocimiento ha permitido que más mujeres se opongan a la violencia doméstica y al alcoholismo y a que exijan salarios mínimos justos⁸⁷.

Muchos estudios señalan la importancia que tienen las estructuras sociales y culturales para el nivel de empoderamiento o valor social de un individuo. Por ejemplo, un estudio realizado por Dreze y Sen nos demuestra que “las variables estructurales que construyen las relaciones de género en diferentes partes de la India, son mucho más importantes en la determinación de cuán valorada es una niña dentro de una familia que la determinación de las características individuales de sus padres”⁸⁸. Otros estudios demuestran que las características estructurales tienen mayor importancia en la determinación del valor social o el empoderamiento de un individuo que cualquier otra acción o circunstancia del individuo—incluyendo la participación en programas de microempresa.

Este descubrimiento subraya la importancia de por lo menos *tratar* de abordar algunas de las estructuras sociales más amplias que están contribuyendo al desempoderamiento de las mujeres, y a la vez están ayudando a las mujeres a enfrentar algunos de los problemas personales que limitan su potencial. Los programas de capacitación en temas como los derechos de las mujeres, prevención de violencia doméstica y planeación familiar en mayor cantidad y más formales, podrían mejorar sustancialmente la habilidad de las mujeres para enfrentar estos retos. Estos esfuerzos educativos pueden llegar a ser más exitosos si se desarrollan en conjunto con las clientes. Los bancos de confianza en SAT desarrollan sus propios programas de capacitación y educación dentro de cada ciclo de préstamos y en cooperación con las oficiales de préstamos. Esto asegura que la capacitación que se provee y los tópicos que se discuten sean los más relevantes y útiles para las clientes. En muchas de las réplicas Garmeen, las mujeres tienen control sobre sus programas mediante sus centros. Tal capacitación y discusión no tiene necesariamente que ser costosa para ser efectiva y los beneficios de empoderamiento que se obtienen tienen un valor que sobrepasa los costos. Involucrar a las mujeres en el diseño y la preparación de la capacitación puede no sólo reducir los costos si no también darles el poder a las mujeres de controlar su programa

Experiencia en la toma de decisiones y liderazgo

Una de las contribuciones positivas que las metodologías basadas en préstamos de grupos proporcionan al empoderamiento de las mujeres es la oportunidad que tienen las mujeres de adquirir experiencia en la toma de decisiones y en dirigir e influenciar a otros. As Essma Ben Hamida de ENDA InterArabe en Tunisia lo describe así: “La participación en programas de microcrédito constituye un aprendizaje sobre la democracia a través de los grupos auto-administrados de solidaridad, los cuales eligen a su presidente y

tesorero: en muchos grupos mixtos, una mujer ha sido electa para presidenta, un desarrollo admirable dentro de una sociedad que sigue siendo dominada por los hombres.”⁸⁹

Al momento de unirse a los programas microfinancieros, muchas de las mujeres han tenido muy poca oportunidad de expresar sus opiniones o participar en la toma de decisiones. Algunas tienen muy poca experiencia en formular opiniones que puedan ser expresadas debido a la poca oportunidad que han tenido para hacerlo. La síntesis de un estudio realizado por Jennefer Sebstad y Monique Cohen demostró que “los grupos [de préstamo] permiten a las mujeres conocer a otras mujeres así como darse a conocer; lo que constituye un forum para el liderazgo en el aprendizaje y la destreza de hablar en público; así como la base del desarrollo de la confianza, la amistad y la asistencia financiera.”⁹⁰ Aunque los niveles de control varían de acuerdo a la metodología, en muchos de los casos, se requiere que las mujeres desarrollen y usen sus destrezas para persuadir y en la dinámica de grupos, para ejercitar la autoridad y para exigir el respeto de los demás—algunas de ellas por primera vez en sus vidas.

Las oportunidades para el liderazgo son afectadas no sólo por la estructura del programa, sino también por la política interna del grupo. Los grupos que establecen políticas para rotar frecuentemente a sus dirigentes son los que frecuentemente le dan más oportunidad a las mujeres para desarrollar sus habilidades de liderazgo, aunque los grupos que no tienen políticas de rotación pueden propiciar el desarrollo de destrezas de liderazgo más fuertes e incluso más duraderas en unas pocas mujeres. Además, si a la rotación de dirigentes se le suma una capacitación específica de habilidades de liderazgo y organización, puede crear una sensación de igualdad entre las mujeres y con eso desvanecer otras barreras sociales tales como la casta y el género. Programas como el de SAT, tratan deliberadamente de deshacer las nociones tradicionales de que los líderes deben escogerse de una elite, para sembrar la idea de que todos son capaces de ser líderes. Los grupos de préstamos compuestos por mezclas de sexos y castas tienen el potencial de empoderamiento, pero si tales grupos no hacen un esfuerzo deliberado para estimular la participación activa de todos sus miembros, pueden terminar convirtiéndose en réplicas de los patrones de desigualdad social existentes. Sin embargo, mucho depende de las políticas que se establezcan y pueden surgir algunas de las desventajas del empoderamiento, porque darles total libertad a los grupos para establecer sus propias políticas puede incurrir en un riesgo mayor, como sería el de replicar las estructuras sociales existentes, poniendo a las mismas personas tanto dentro como fuera del grupo de préstamo. En contraste, establecer los lineamientos para las políticas internas puede ayudar a promover experiencias de liderazgo saludables, pero al mismo tiempo puede limitar la autonomía de los grupos. Las IMF pueden ayudar a maximizar el potencial de empoderamiento de los grupos de préstamo mediante métodos eficaces y de precios razonables para los clientes que administran sus propios préstamos y ahorros, asegurándose de que las mujeres tengan la oportunidad de dirigir grupos de préstamos mixtos e incentivando la participación activa de todos los miembros del grupo.

Propiedad, control y gobernabilidad participativa

Los grupos de auto-ayuda y los grupos comunitarios con base de ahorros han contribuido al empoderamiento de sus miembros mediante la autonomía y el orgullo de pertenencia. Aunque algunos grupos de auto-ayuda reciben capacitación y apoyo de las ONG, la mayoría de estos grupos de apoyo externo dependen principalmente de los ahorros de sus miembros para su propio capital, en vez de depender de capitales externos, como lo hacen muchos bancos comunales o grupos de solidaridad.

Los métodos basados en los ahorros que dependen muy poco del apoyo externo tienen varias ventajas. Las mujeres se sienten orgullosas de ser dueñas de su propio capital y tienen ahorros de los que pueden disponer. El capital permanece en la comunidad y las mujeres se administran a sí mismas de acuerdo a sus propios intereses y necesidades. Debido a que los costos de apoyo externo son mínimos, las mujeres tienen la capacidad de cobrar un porcentaje más bajo de intereses, de forma que un porcentaje mayor de esos intereses regrese a las mujeres como un interés sobre sus ahorros y proyectos comunitarios.

Los beneficios del empoderamiento derivados de la autonomía e independencia son frecuentemente opacados por los beneficios más débiles de empoderamiento económico. El capital es más débil cuando depende de los ahorros de los miembros de una comunidad muy pobre que cuando depende del apoyo externo, lo que a la vez limita el potencial de crecimiento de los negocios y ganancias de las mujeres. A pesar de que los grupos de auto-ayuda constituyen alternativas viables para llegar a las áreas rurales más pobres y remotas, la misma pobreza de estas áreas puede hacer difícil la obtención de los ahorros necesarios para extender el crédito a las cantidades que se necesiten para estimular el desarrollo de un sector de microempresa vibrante. Las instituciones de microfinanciamiento deberían de seguir la experimentación de modelos que combinen el control de las mujeres sobre los programas y los recursos, con el acceso a mayores cantidades de capital.

Construyendo una sociedad de crédito y ahorros que pertenece y es administrada por las socias—Federación de Desarrollo de la Mujer Janashakti, Sri Lanka

La Federación de Desarrollo de la Mujer Janashakti de Sri Lanka está asociada al Women's World Banking (Banco Mundial de la Mujer) que ha construido cuidadosamente una red de sociedades bancarias que son propiedad de sus miembros y que son administradas por los mismos. Janashakti ha evolucionado de una organización de grupos de base enfocada en la salud y la nutrición, a una institución de 28,168 miembros que ofrece siete productos de préstamos, cinco productos de ahorro y seguros de vida, además de otros servicios como la capacitación en negocios, salud y nutrición. La organización fue construida por mujeres de bajos recursos y ellas continúan administrando y dirigiendo a todos los niveles. Esta estructura tiene la ventaja de que ayuda a alcanzar el principal objetivo de Janashakti, "erradicar la pobreza mediante el desarrollo y promoción de la fuerza individual y colectiva y auto-dependencia". A través de la participación en el liderazgo y administración de la organización, las mujeres de bajos recursos adquieren destrezas técnicas y profesionales no tradicionales que les permiten ir más allá de los papeles tradicionales de su género en la sociedad. A pesar de que Janashakti es auto-sostenible en un 90%, afronta cierta cantidad de retos, muchos de los cuales son inherentes a su estructura. Existen algunas tensiones entre la propiedad y la profundidad de alcance de los grupos de base. Janashakti ha identificado también la necesidad de proporcionarle a sus socias destrezas técnicas más fuertes con el fin de satisfacer las sofisticadas demandas de una organización que está creciendo, para así mantener su estructura única de administración por las socias.

Formación de instituciones que responden a las necesidades de las mujeres

Las mujeres en el liderazgo ¿Tiene alguna importancia el que sean hombres o mujeres quienes estén a la cabeza de las instituciones microfinancieras? Las mujeres han tenido importancia como establecedoras de políticas y como influyentes donadoras—a través de USAID, CGAP y DFID, por ejemplo. También han sido innovadoras, como se ha visto en SEWA, ProMujer, el Banco Mundial de la Mujer, el Foro para Mujeres que Trabajan y otras organizaciones. Un vistazo a la capacitación microfinanciera y a las conferencias, muestra que hay mucha participación de la mujer. Aun así, los hombres predominan en las juntas directivas de las IMF, en la administración gerencial, en el diseño de programas y a veces, como oficiales de préstamo. Lo que quiere decir que hombres y mujeres no tienen una participación igualitaria en áreas críticas de la toma de decisiones, incluyendo el establecimiento de visión, definición de la población de clientes objetivo y en el diseño de productos y servicios.

Dentro de Opportunity International (OI), el 85% de los clientes son mujeres. El censo de agosto 2000 sobre aspectos de género, reportó que "la mayoría del personal (57%) son mujeres, pero tienden a no tener puestos clave de liderazgo, especialmente como administradoras de alto rango y miembros de la junta directiva... Sin embargo, el área de desigualdad de género más grande se encuentra a nivel de junta directiva." Es interesante que el censo mostró que la desigualdad estaba presente también al mismo grado entre los

captadores de fondos de OI en Norte América, Europa y Australia, así como entre las IMF socias de OI en países en desarrollo.

Florence Abena Dolphyne, una profesora de Ghana, cree que las mujeres tienen un papel que jugar dentro de la buena gobernabilidad. Escribe: “En la búsqueda de formas para promover la emancipación de la mujer en África, no puede enfatizarse de más la importancia de la participación a todo nivel de mujeres competentes en puestos de definición de políticas. Tales mujeres pueden ayudar a dar inicio y asegurar la implementación de programas y actividades que promuevan el bienestar de la mujer, así como asegurar una mayor participación de la mujer en el desarrollo nacional. También pueden proveer una visión sobre aspectos concernientes a la mujer que aseguren que las políticas de gobierno, proyectos y programas, tengan el impacto deseado y alcancen las metas esperadas, precisamente porque tales aspectos han carecido de los puntos de vista de diferentes grupos de la sociedad.”⁹¹ Reconociendo la importancia del incremento de la participación de la mujer en la gobernabilidad, *Interaction*, la asociación de instituciones privadas de voluntarios para la ayuda y desarrollo internacional basada en EE.UU., ha puesto en marcha una Campaña de Igualdad de Géneros en las Juntas Directivas de sus miembros.

En Opportunity International la creación de una sucursal dirigida por mujeres, el *Women’s Opportunity Fund* (Fondo de Oportunidad para la Mujer), transformó la visión y la misión de la organización entera, dando como resultado nuevos productos y servicios para mujeres y aumentando dramáticamente el número y porcentaje de clientes mujeres atendidas⁹²

Mujeres como oficiales de campo Resulta aún más interesante que el aspecto de la mujer en la gobernabilidad, el preguntarse si será mejor tener a mujeres como oficiales de préstamo cuando la mayoría de los clientes son mujeres. Grameen Bank es notorio por ser el campeón de los derechos de la mujer de una manera innovadora, y alrededor del 95% de sus clientes son mujeres. Va también más allá de la mayoría de las IMF en que el Banco, que es propiedad de los prestatarios, incluye a clientes mujeres en de su junta directiva.⁹³ De acuerdo con Alex Counts, el director ejecutivo de Grameen Foundation USA, hasta enero del 2002, “Los nueve directores de Grameen, elegidos por los prestatarios, son mujeres... A pesar haber alrededor de 100,000 prestatarios hombres, nunca ha habido más de un hombre dentro de los nueve miembros electos.”⁹⁴ Esta estructura de gobernabilidad no sólo incluye las perspectivas de las mujeres, sino también las perspectivas de los clientes. Sin embargo, de acuerdo a Counts, por muchos años el porcentaje de mujeres oficiales de préstamos (llamadas gerentes de centro) ha permanecido entre el 5 y el 10%, con nuevos esfuerzos de reclutar a personal femenino balanceado con las jubilaciones y retiros voluntarios. Grameen Bank no es la única agencia en Bangladesh cuyo trabajo es de naturaleza rural y basado en el campo que lucha contra esto.”⁹⁵

En la red de Opportunity International aproximadamente el 50% de todos los oficiales de préstamo son mujeres. Las anécdotas evidencian que la experiencia de emplear a hombres como oficiales de préstamo que traten a las clientes mujeres con respeto y dignidad, proporciona empoderamiento⁹⁶. Otras clientes mujeres reportan que pueden relacionarse más fácilmente con oficiales de préstamo que son mujeres y que éstas actúan también como modelos de éxito. Nuestra investigación en Sinapi Aba Trust en Ghana sugiere que las oficiales de préstamo mujeres son especialmente valoradas por las clientes por servir de ejemplo para sus hijas, lo que resulta en un impacto secundario extra del programa. En nuestra experiencia, un factor clave es la sensibilidad al género—tanto de los oficiales de préstamo hombres como de las mujeres—asegurando que las mujeres obtengan el empoderamiento a través de las microfinanzas. Hemos encontrado útil hacer una preselección durante el proceso de contrataciones, así como proporcionar capacitación sobre sensibilidad al género a todo el personal para asegurar que tanto los oficiales de préstamo mujeres como hombres transmitan el mismo mensaje sobre género y empoderamiento.

Además, las organizaciones pueden dar ciertos pasos que les permitan a los oficiales de crédito tener mayor empoderamiento en su trabajo. Muchos de los oficiales de préstamo que fueron entrevistados para nuestra investigación, sintieron que el tiempo que tenían disponible para interactuar con los clientes era muy

reducido. Las IMF pueden ayudar a que los oficiales de préstamo tengan más tiempo disponible para estar en el campo con sus clientes mediante la reducción de los trámites de escritorio. También se les puede dar a los oficiales de préstamo, incentivos basados en el empoderamiento del cliente, así como aumentar el tamaño y la calidad de su portafolio en recompensa por el tiempo extra que han invertido en asegurarse del éxito de sus clientes. Los oficiales de préstamo pueden también constituir un sistema de alarma temprano que ponga a las IMF sobre aviso de cualquier impacto negativo. El crear un círculo de retroalimentación que permita que el conocimiento que tienen los oficiales de crédito sobre el empoderamiento y las dificultades que sufren sus clientes oriente el diseño e implementación de productos, puede resultar en una de las formas de costo-beneficio más eficientes para asegurar que los programas están respondiendo a las necesidades de las mujeres.

Es importante que las IMF revisen sus políticas que discriminan a las mujeres, sean éstas intencionales o no. Una IMF en Zimbabwe no contrataba a mujeres para el puesto de oficial de crédito porque consideraba que era culturalmente incorrecto para las mujeres el manejar motocicletas, lo cual era un requisito para poder obtener a clientes en lugares remotos. Sin embargo, CETZAM en Zambia fue capaz de retar esta norma y ahora tienen dentro de su personal a mujeres conductoras de motocicletas. Una IMF en Colombia se dio cuenta que, sin ser intencional, se estaban pagando salarios más altos en un programa con personal masculino por un trabajo similar. Una IMF en las Filipinas con una clientela base formada por un 99% de mujeres, incluía dentro de los requisitos laborales que estaban promocionando la frase “preferencia masculina,” haciendo la aclaración de que no era seguro para las mujeres viajar solas hacia las comunidades meta. Una IMF en El Salvador tenía una política informal similar hasta que un oficial de préstamo masculino sufrió un disparo mientras hacía sus rondas; se dieron entonces cuenta de que los aspectos de seguridad para su personal masculino eran los mismos que para las mujeres y lograron implementar cambios para proteger tanto a los hombres como a las mujeres de su personal. Alrededor del mundo, el personal de campo microfinanciero debe enfrentar dificultades físicas y condiciones poco seguras junto con un sesgo cultural en contra de las mujeres. Algunas IMF han sido capaces de enfrentar estos sesgos culturales y acomodarse a las dificultades y a la falta de seguridad; otros simplemente dejan que las mujeres por sí solas dejen de participar y otros más han expresado su preferencia por los trabajadores de campo masculinos. El desarrollo de políticas organizacionales para promover la igualdad de género y la sensibilidad a todos los niveles de la organización, constituye una de las formas de salvaguardarse contra la discriminación y de construir una cultura institucional que apoye a las mujeres. Esta elección es parte del mensaje que las IMF transmiten a sus clientes sobre la capacidad y potencial femeninos.

Administrando los retos del crecimiento rápido A medida que la industria crece y madura, las mujeres pueden verse afectadas negativamente por los cambios institucionales que vienen como resultado de la expansión rápida, la consolidación y comercialización. La experiencia de Opportunity ha sido que varios socios han provisto a medida que van creciendo, de un porcentaje pequeño de préstamos a las mujeres. Esto no necesariamente es una mala noticia, en el contexto del crecimiento agresivo, el número absoluto de mujeres que reciben servicios crece, aún cuando el porcentaje de clientes femeninos disminuye. Existen algunas tendencias que deben ser monitoreadas, como la tendencia de bajar los préstamos a grupos a favor de los préstamos individuales. De nuevo, no todo es malo—mientras los productos de los préstamos individuales estén diseñados cuidadosamente teniendo en cuenta las necesidades de las mujeres, y siempre y cuando no se deje atrás a las mujeres más pobres y más marginadas.

Los aspectos de consolidación tienen así mismo sus pros y contras. La experiencia reciente de Opportunity en cuanto a unas pocas consolidaciones, demuestra que, al igual que con cualquier consolidación, es delicado el tratar de unificar sistemas, políticas y productos diferentes. La mezcla de cultura organizacional puede ser más fuerte en cuanto a sensibilidad e igualdad de género—o puede ser más débil. Y a medida que las IMF se transforman en instituciones financieras reguladas, deben cumplir con los requerimientos de la autoridad supervisora, los acreedores y los inversionistas. La presión para seleccionar los productos y sistemas de entrega de mayor ganancia financiera pueden reducir los beneficios y la

accesibilidad para las mujeres. Parte de la presión es incrementar los tamaños de los préstamos—y las mujeres, que están desproporcionadamente entre los más pobres, tienen mayor necesidad de préstamos pequeños. De aquí que en las puertas del crecimiento, sea importante desarrollar productos basados en el cliente y que reconozcan no sólo las necesidades económicas de las mujeres si no también su potencial de empoderamiento.

Diseñando productos para satisfacer las necesidades de las mujeres A través de la evaluación de impacto, monitoreo, investigación de mercados y retroalimentación del cliente, muchos IMF han empezado a desarrollar y a adaptar nuevos productos para contrarrestar las debilidades de sus productos tradicionales y mantener el ritmo del cambio de las necesidades de los clientes. Por ejemplo, algunas IMF del África están empezando a explorar el dar préstamos a negocios familiares para incentivar la cooperación entre esposos y esposas, así como para aumentar el número de generadores de ingresos en la familia inmediata y extendida. ADMCOL en Colombia está piloteando un programa de banco de confianza avanzado para satisfacer las necesidades de las mujeres cuyos negocios están madurando y necesitan préstamos más grandes y capacitación de negocios más avanzada, sin abandonar el programa de préstamo a grupos.

Otro ejemplo de la investigación del cliente que ha dado paso al desarrollo de productos de empoderamiento es la investigación del Consejo para el Empoderamiento Económico de las Mujeres de África-Uganda (*Council for Economic Empowerment for Women of Africa-Uganda*, o CEEWA-U). La investigación de varias IMF de Uganda reveló que muy pocas mujeres son capaces de adquirir bienes mediante los programas de préstamos a grupos. Una consecuencia negativa de esto para las mujeres y sus negocios era que la productividad de los negocios de las mujeres no aumentaba dramáticamente, tampoco eran las mujeres capaces de adquirir préstamos individuales mayores, que generalmente requerían de un colateral de bienes o un fiador. En algunos casos, este impedimento se debía a políticas que requerían que los préstamos fueran utilizados únicamente como capital activo, pero en otros casos se debía a los términos de los préstamos, las cantidades y los calendarios de pago que no permitían la compra de un bien a largo plazo. CEEWA-U desarrolló un producto de préstamo de un capital llamado Kikalú para satisfacer esta necesidad, combinando un periodo mayor de pago, garantía grupal y un calendario de desembolsos flexible.⁹⁷

Conclusiones

Las microfinanzas tienen el potencial de tener un fuerte impacto en el empoderamiento de la mujer. Aunque las microfinanzas no *siempre* empoderan a todas las mujeres, la mayoría de ellas sí experimentan cierto grado de empoderamiento como resultado. El empoderamiento es un proceso complejo de cambio que se percibe de manera algo distinta por cada individuo. Las mujeres necesitan, quieren y se benefician del crédito y otros servicios financieros. Fortalecer la base financiera y la contribución económica a su hogar y su comunidad, juega un importante papel en el empoderamiento de la mujer.

En algunos casos, el acceso al crédito puede ser el único factor necesario para que la mujer inicie el camino hacia el empoderamiento. Pero el poder está profundamente arraigado en nuestros sistemas sociales y valores. Se filtra hacia todos los aspectos de nuestras vidas, desde nuestras familias hasta nuestras comunidades, desde nuestros sueños y aspiraciones personales hasta nuestras oportunidades económicas. Es improbable que cualquier intervención, como la provisión de crédito o capacitación, por sí misma altere completamente las relaciones de género y poder. Las mujeres a menudo valoran los beneficios no económicos de un programa de préstamo a grupos tanto o más que el crédito. Algunos de los beneficios más valorados son la expansión de redes comerciales y sociales, el mejoramiento de la autoestima, el aumento del poder de decisión en el hogar y el mayor respeto y prestigio por parte de familiares y miembros de la comunidad de ambos sexos.

El enfoque en la mujer continúa siendo importante para el diseño de productos y servicios, debido a que la mujer por defecto tiene menos acceso al crédito y porque ella enfrenta restricciones únicas a su género. El diseño de productos y planificación de programas deben tomar en cuenta las necesidades y bienes activos de

la mujer. Formando conciencia de los impactos potenciales de sus programas, las IMF pueden diseñar productos, servicios y mecanismos de entrega de servicios que mitiguen los impactos negativos y resalten los positivos. Aun cuando los productos y servicios se dirigen principalmente a las mujeres, ellas siguen enfrentando desventajas considerables con relación a los hombres, debido a sus más limitadas redes comerciales y oportunidades, a una mayor carga doméstica, más débil autoconfianza, menor educación y, en muchos casos, un ambiente legal restrictivo. En ocasiones estas desventajas pueden perpetuarse en los programas de microfinanzas, con los hombres dominando los grupos mixtos y las mujeres recibiendo préstamos más pequeños que los hombres.

Como dice Wariara Mbugua de UNFPA: “Esta estrategia ya no puede reducirse a simples actividades remunerativas mediante fondos rotativos, sino que conlleva e incluye otros elementos del empoderamiento, tales como el liderazgo, la auto-administración, la formación de enlaces, y el carácter emprendedor.”⁹⁸ Al adoptar un método integral que toma en consideración los factores culturales, económicos y políticos que afectan el empoderamiento de la mujer, las IMF pueden asegurar que sus programas empoderen a las mujeres de una manera más profunda y consistente.

Un llamado a la acción

Aunque hay mucho que aún quisiéramos saber sobre la relevancia y empoderamiento de las mujeres a través de los microfinanciamientos, el potencial de nuestra investigación nos emocionó tanto que quisiéramos proponer algunos desafíos.

Nos gustaría ver que los participantes

- Reúnan información sobre las necesidades de las mujeres y que se diseñen productos específicos para cumplir con esas necesidades. Es necesario evitar que esta fortaleza desaparezca cuando crezca la industria de microfinanzas.
- Incorporen elementos programáticos tales como oportunidades de capacitación o liderazgo, que contribuyen al empoderamiento de las mujeres.
- Lleven un registro de los beneficios que otorga el empoderamiento junto con el desempeño financiero institucional y los indicadores de impacto económico.
- Incorporen a las mujeres y las perspectivas de éstas al gobierno, manejo e implementación de programas de microfinanzas.
- Recaben datos de género, no segregados para usarlos en el diseño y mejora de los programas.
- Revisen las políticas organizativas para asegurarse de que se han implementado políticas para asegurar la sensibilidad y la equidad de género.
- Diseñen productos individuales de préstamo y estrategias de graduación que se adecuen a las necesidades de las mujeres.
- Creen incentivos de desempeño para oficiales de préstamo y demás personal que se dedica al empoderamiento de los clientes, además de crear portafolios de calidad y cantidad.

Nos gustaría ver que los donadores

- Den apoyo a métodos integrales de microfinanzas como parte de un constante compromiso con la innovación, la investigación y el desarrollo.
- Lleven a cabo y den apoyo a acciones investigativas sobre mejores prácticas para empoderar a las mujeres.

- Lleven a cabo y den apoyo a las medidas adecuadas de empoderamiento que los participantes puedan utilizar para monitorear y mejorar su impacto de empoderamiento.
- Promuevan el liderazgo femenino en las IMF que apoyan.
- Consideren los impactos del empoderamiento cuando evalúen el desempeño del programa de microfinanzas y cuando tomen decisiones de apoyo económico.

APÉNDICE: MÁS PRÁCTICAS PROMISORIAS

Varias instituciones han hecho inversiones en el desarrollo de productos y servicios que ayudan a resolver algunas de las limitaciones adicionales a que se enfrentan las mujeres para demostrar su habilidad para utilizar con éxito el crédito y los ahorros en actividades generadoras de réditos. Otras instituciones se han enfocado a promover el liderazgo de las mujeres dentro de sus organizaciones, así como entre sus clientes. Esta sección presenta algunas de estas ideas e innovaciones.

Préstamos Grupales para Negocios Grupales Cuando Las Mujeres Inician Actividades Económicas

El Fondo Fiduciario de Empoderamiento y Desarrollo de la Mujer (*Women's Empowerment and Development Trust Fund*—WEDTF) opera en la isla de Zanzíbar, Tanzania. Zanzíbar es una sociedad islámica donde los hombres han practicado tradicionalmente la poligamia y las mujeres, por tradición, no se han involucrado en las actividades públicas o comerciales. Sin embargo y tal como sucede en otros países, las presiones económicas gradualmente ponen en evidencia lo poco práctico de la poligamia y aumentan la aceptación de las mujeres que se incorporan a la fuerza laboral.

WEDTF sirve exclusivamente a mujeres, utilizando una metodología similar a la de Grameen. Se hacen préstamos monetarios a grupos de cinco mujeres que mutuamente acuerdan garantizar el monto del préstamo. Las mujeres participan con otros grupos en actividades del centro, donde reciben capacitación y discuten asuntos que les son importantes. Un alto porcentaje de socias de WEDTF es extremadamente pobre y no son capaces de sufragar las necesidades diarias de sus familias. Muy pocas mujeres están alfabetizadas y menos aún tienen experiencia de negocios.

Uno de los aspectos inusuales del programa de WEDTF es, en primer término, que los grupos solidarios de cinco socias frecuentemente inician algún negocio juntas en vez de establecer sus propias empresas individuales. Las empresas grupales fueron especialmente dominantes al principio y sólo algunas pocas mujeres deseaban establecer sus propios negocios, aunque ahora las mujeres están empezando a tomar iniciativas propias. A diferencia de las cooperativas o las actividades generadoras de réditos que en el pasado fueron promovidas por algunas instituciones de desarrollo, las socias de WEDTF *deciden* formar empresas grupales que se basan en las actuales necesidades e intereses de las socias del grupo en vez de aceptar unirse a algún negocio o cooperativa establecido por alguien más.

WEDTF sugiere que la preferencia inicial por empresas grupales pudo haber estado significativamente vinculado a los riesgos que conllevan las iniciativas individuales. La mayoría de las mujeres del programa desconocían los conceptos de crédito y negocios. Debido a que carecían de autoestima y experiencia, utilizaron el grupo para adquirir experiencia e incrementar su autoestima para ser capaces de administrar asuntos de negocios. Las mujeres analfabetas, particularmente, se acogían a los grupos para adquirir las habilidades necesarias y, en algunos casos, aún contratan a las secretarías del grupo para que les lleven sus cuentas. Por estos motivos, WEDTF está convencido de que las mujeres preferían compartir el riesgo con todo el grupo si el proyecto fracasaba. Una actividad grupal también puede minimizar las cargas de trabajo y tiempo de cada mujer, lo que le permite mayor flexibilidad y le asegura seguir obteniendo ganancias aún si se enferma o se embaraza y no puede trabajar por algún tiempo. Otra posibilidad que WEDTF sugiere es que las actividades e inversiones grupales ayudan a que las mujeres protejan los activos y el capital de negocios si hubiera alguna tentativa masculina de removerlos.

Otorgarles a las mujeres la oportunidad de trabajar juntas y aprovechar las habilidades de cada una mientras minimizan riesgos es una estrategia que debería explorarse en otros contextos en los cuales las

mujeres inician actividades de negocios por vez primera. El estudio de impacto de WEDTF mostró que las mujeres adquirirían nuevas habilidades de administración de negocios, gremios y toma de decisiones mientras trabajaban con sus grupos. Incrementaron su contribución económica a sus hogares y comunidades y adquirieron autoestima y respeto y confianza de sus familias y comunidades.

Combinando las uniones de crédito con programas de “Crédito con Educación”

En 1998, Freedom from Hunger y el Consejo Mundial de Uniones de Crédito (*World Council of Credit Unions*—WOCCU) inauguraron el programa Empoderamiento y Reforzamiento de Uniones de Crédito (*Credit Union Empowering and Strengthening*—CUES) en la isla de Mindanao, Filipinas. Este esfuerzo conjunto busca integrar el producto de banca comunitaria “Crédito con Educación” de Freedom from Hunger al grupo de servicios financieros que ya ofrecen las cooperativas de crédito. Las cooperativas de crédito tienen varias características que proporcionan especial empoderamiento a pobres y mujeres. Así como varios grupos de auto-ayuda (GAA) y asociaciones rotativas de ahorro y crédito (ARAC), las cooperativas de crédito ofrecen a sus socios los beneficios empoderadores de poseer y controlar su propio capital y tener opinión sobre la gobernabilidad de la institución. Sin embargo, a diferencia de los GAA y ARAC, los socios de las cooperativas de crédito pueden solicitar cualquier cantidad en préstamo sin importar el monto de ahorros que el pequeño grupo de individuos muy pobres pueda reunir. Al permitir membresía a clientela mixta, las cooperativas de crédito pueden mover los depósitos mayores de algunos de sus socios más acaudalados para hacer préstamos a los pobres. De esta forma, las cooperativas de crédito pueden mantener los aspectos positivos de control y propiedad que se encuentran en planes comunitarios mínimos de ahorro y crédito mientras alivian algunas de las limitantes en cuanto a la disponibilidad de capital. A pesar de este potencial, sin embargo, varias cooperativas de crédito hacen grandes esfuerzos por atraer y servir a los miembros más pobres de sus comunidades.

Aunque las cooperativas de crédito ofrecen varios beneficios a los pobres, no cuentan con la solidaridad y las experiencias de aprendizaje que proporciona la participación semanal en la administración financiera y la toma de decisiones de los GAA, ARAC, bancas de pueblo y grupos solidarios. Típicamente, tampoco ofrecen las oportunidades educativas que proporcionan varios programas de estilo banca de pueblo como Crédito con Educación de Freedom from Hunger y los Bancos Fiduciarios de Opportunity International. Algunas de las mujeres más pobres y desempoderadas podrían aprovechar en mucho los beneficios de educación y experiencia que ofrecen los programas grupales de préstamo, e inclusive en el futuro podrían permitirles beneficiarse aún más de las opciones que ofrecen las cooperativas de crédito.

El programa CUES proporciona a las mujeres los beneficios conjuntos de las cooperativas de crédito y bancos de pueblo. Ofrece un producto de “ahorro y crédito con educación” a grupos de mujeres pobres en comunidades rurales y urbanas en 18 cooperativas de crédito. Las mujeres se agrupan; la cooperativa considera cada grupo como un socio. Las mujeres reciben préstamos grupales y capacitación basados en el modelo de Crédito Con Educación de Freedom from Hunger proporcionado por una cooperativa de crédito (oficial de préstamo). Se proporciona capacitación en las áreas de salud y nutrición, administración y desarrollo de microempresas, administración de asociaciones de ahorro y crédito, y autoconfianza. Cuando se han cumplido los ciclos iniciales de 16 semanas y las mujeres han amortizado cabalmente su deuda, se les da la alternativa de permanecer con el programa de préstamo grupal, de convertirse en socia individual de la cooperativa de crédito o de hacer préstamos como socia individual pero aún siendo parte del grupo de préstamo para continuar con la hermandad y la experiencia de aprendizaje.

Desde mayo de 2001, las 11 cooperativas de crédito que se anexaron al programa de CUES en 1998 (7 se unieron después) tienen un total de 21,909 prestamistas y 23,641 ahorradores inscritos en el programa Ahorro y Crédito Con Educación. Los gastos operativos fueron del 9.9 por ciento de activos al 30 de septiembre de 2001.

Promoción del cambio mediante instituciones dirigidas por mujeres.

En 1992, 42% de los clientes de Opportunity International (OI) eran mujeres. Para 1998 ese número había aumentado a 85%. Además, de haber una sola mujer directora ejecutiva entre todos los socios de OI, para 1998 había 15 de un total de 60. Y donde muchas de las mesas directivas de los socios no habían tenido mujeres participando, para 1998 sólo dos socios carecían de la presencia de mujeres en sus mesas directivas y unos cuantos socios habían logrado equidad de géneros en las mismas. ¿Cuál fue la causa de este dramático cambio? Un gran factor fue el Fondo de Oportunidad para las Mujeres (*Women's Opportunity Fund*—WOF), el cual fue creado por OI para enfocar más difusión a las mujeres. La mesa directiva de WOF estaba predominantemente formada por mujeres (11 de los 12 miembros fundadores eran mujeres). WOF trabajó con los socios de OI para crear y refinar la metodología de préstamo a grupos del Banco de Confianza con el fin de beneficiar a mujeres extremadamente pobres con un programa que promoviera una transformación integral. No sólo atrajo innovación programática a la red de OI, sino también poder financiero, ya que la mesa directiva tomó la responsabilidad de donar y captar fondos para apoyar sus propias actividades. Esta independencia en la captación de fondos significó tanto libertad como poder para llevar a cabo las actividades del programa que mejor se amoldaban a la visión de empoderar a las mujeres pobres.

Para 1996, OI había tomado la decisión de promover el programa de Bancos de Confianza de WOF como su principal programa y enfoque para captar fondos. También adoptó una política de género que daba prioridad a la difusión hacia mujeres. La adopción cada vez mayor de la visión y enfoque de WOF por los brazos programático y de captación de fondos de la red de OI condujo a una consolidación en 2001. El brazo dedicado a la captación de fondos de WOF se fusionó con el socio captador de fondos de la red de OI basado en los Estados Unidos (OI-US), combinando ambas mesas directivas en una sola donde el 40% de los miembros son mujeres, reteniendo al mismo tiempo la independencia de WOF para captar sus fondos. Los especialistas del programa WOF se unieron a los equipos de asistencia técnica, política y de investigación de la red OI y continúan siendo una fuerza que impulsa productos y servicios enfocados a la mujer. Para OI, aunque hubo muchos factores involucrados, la creación de una organización predominantemente femenina fue clave para poder beneficiar a más clientes mujeres, diseñar productos para servirlos y aumentar el número de mujeres en puestos de liderazgo.

Empoderamiento de la mujer para que guíe mediante la gobernabilidad participativa⁹⁹

El grupo Desarrollo Agrícola y Rural para Catanduanes (*Agricultural and Rural Development for Catanduanes, Incorporated*—ARDCI) se formó con la privatización de un programa de crédito patrocinado por el gobierno denominado Programa de Apoyo Agrícola a Catanduanes (CatAg).¹⁰⁰ ARDCI se registró en 1998 y actualmente da servicio a cerca de 11,000 hogares. Para 2003 planea extender su alcance a 23,000 hogares de las seis provincias de la región de Catanduanes en Filipinas donde la incidencia de pobreza es del 56%. Ochenta y seis por ciento de los socios de ARDCI son mujeres. Desde que se privatizó, el programa ha cambiado su orientación para estar bajo la propiedad, control y administración de la gente que participa en él, dando como resultado un incremento del 75 al 86 por ciento en la proporción de mujeres que juegan papeles líderes en los niveles de grupo de garantía y del sistema de ahorro y préstamo.

Actualmente las mujeres participan en todos los niveles de liderazgo de ARDCI y, a nivel municipal, en números que reflejan su proporción como socias de ARDCI. Los socios de ARDCI forman grupos de garantía estilo Grameen, de cinco socios y con reuniones semanales para coleccionar ahorros y pagos y recomendar propuestas de préstamo. Tres a seis grupos de garantía dentro de un poblado forman un Sistema de Ahorro y Préstamo (SAP), el cual canaliza los fondos para crédito por parte de ARDCI hacia los grupos de garantía y remite los pagos a ARDCI. Los SAP también realizan funciones de supervisión y consulta, ayudando a los socios con sus planes de inversión y llevando un control del uso de los préstamos. Ochenta y seis por ciento de los líderes de grupo son mujeres, y 86% de los presidentes de mesa directiva de los SAP, quienes se eligen de entre los líderes de grupo, son mujeres también.

Los presidentes de mesa directiva de SAP dentro de una municipalidad eligen cuatro representantes municipales, quienes a su vez eligen a un consejo administrativo, que es el cuerpo de ARDCI dedicado a formular políticas. ARDCI tiene 11 miembros del consejo administrativo, dos de los cuales son mujeres. Dos terceras partes de los representantes son mujeres (22 de 33). Para ser aceptado como miembro de la mesa directiva de ARDCI, un individuo debe haber sido un socio activo durante un año, tener educación secundaria y conocimiento, habilidades y valores que concuerdan con los estándares de ARDCI (excelencia, integridad, liderazgo de servicio, transparencia y manejo). De acuerdo a la directora de gerencia, Noni S. Ayo, las mujeres en papeles de liderazgo han demostrado no sólo ser líderes organizadoras, sino también líderes con una naturaleza que nutre y mantiene a los equipos trabajando con alto grado de motivación.

Para preparar a los clientes o socios a tomar puestos de liderazgo, ARDCI proporciona capacitación a través de los SAP en temas de liderazgo transformativo, formación de equipos, manejo de conflictos y estándares de desempeño. También organiza visitas a otras instituciones exitosas de microfinanzas en Filipinas, con el fin de aprender de ellas.

Además del substancial liderazgo otorgado a clientes mujeres, el programa de ARDCI también se beneficia al contar con seis mujeres altamente calificadas en puestos ejecutivos, incluyendo la directora de gerencia, la asistente de dirección y la encargada de monitoreo y evaluación.

De acuerdo a Ayo, las mujeres que participan en ARDCI son más respetadas entre los miembros de sus familias, especialmente sus hijos, y dentro de sus comunidades. Las mujeres están orgullosas de sus logros y de convertirse en socios más igualitarios en el apoyo a sus familias. Una mujer que empleó su préstamo ARDCI para comprar un bote de motor dice: “antes, cada día esperaba a que mi esposo llegara a casa y veía la porción de la pesca que le tocó para ver si tendríamos una buena cena o no. Hoy lo espero para ayudarlo a vender lo que pescó.”

Un informe de impacto de 1999, basado en entrevistas a 180 individuos seleccionados al azar, confirmó los beneficios sociales de la participación en el programa. Los entrevistados incluían socios y oficiales de los SAP, así como personas fuera del programa. El informe mostró que los socios del programa experimentaban una mayor mejora de su condición económica que los no socios y que las mujeres tienen más independencia económica y participan más en actividades fuera de su casa. El estudio encontró que 70% de las mujeres socias realizaban actividades remunerativas, en comparación con el 67% de mujeres no socias cuyas actividades diarias giran alrededor de labores del hogar únicamente. Diecisiete por ciento de los socios varones dijo que sus días giraban alrededor de una combinación de labores del hogar y actividades remunerativas, en comparación con sólo un 6% de varones no socios que dieron la misma respuesta.

Cuando se les preguntó qué era lo que consideraban como la influencia más importante de los SAP en ellas mismas como cabezas de familia y miembros de la comunidad, 83% de las mujeres respondieron que era (1) la adquisición de nuevas habilidades y conocimientos, (2) una mejor actitud, valores reforzados y una distinta manera de pensar, o una combinación de (1) y (2).¹⁰¹ Ochenta y ocho por ciento de los oficiales, tanto hombres como mujeres, dieron esta respuesta, en contraste con el 77% de socios que no son oficiales de SAP. Sólo un 8% de los participantes citaron las ganancias monetarias como el único o más significativo beneficio.

Noni Ayo declara, “En la experiencia de ARDCI, involucrarse con una organización (ya sea a nivel comunitario o institucional) que reconoce y celebra la necesidad de una mujer de tener otras responsabilidades sociales más allá de su labor doméstica, es ya el comienzo del empoderamiento.” Una mujer que actualmente es parte del consejo administrativo de ARDCI y que apenas se atrevía a hablar durante su primera reunión en dicho consejo, ahora dice orgullosa: “no me da vergüenza no haber ido a la universidad y sentarme junto con líderes hombres. Mis experiencias como madre, esposa y presidenta de los SAP son todo lo que requiero para contribuir en las reuniones.” De acuerdo a Ayo, ocurre un cambio destacado cuando a las socias se les otorgan más responsabilidades, como la presidencia de los SAP o la participación en reuniones del consejo administrativo. Ella nota una creciente capacidad para expresar ideas y opiniones cada vez que atiende las reuniones.

-
- ¹ La Campaña de la Cumbre del Microcrédito define a los “*más pobres*” como la mitad inferior de aquellas personas que viven por debajo de la línea de pobreza de su nación. El mayor desafío de la Campaña consiste en cerrar la brecha entre su compromiso de llegar a los más pobres y la falta de un número suficiente de herramientas efectivas para medir la pobreza actualmente en uso. Por lo tanto, cada mención del término “*más pobres*” o “*de más bajos recursos*” en este informe, debe leerse bajo el contexto de este dilema. Se espera que con cada informe sucesivo, el uso de medidas de pobreza de alta calidad aumentará y, por lo tanto, también aumentará la calidad de los datos reportados.
- ² Rani Deshpanda. *Increasing Access and Benefits for Women: Practices and Innovations among Microfinance Institutions—Survey Results* (New York: UNCDF, 2001), 3.
- ³ USAID. *Reaching Down and Scaling Up: Focus on USAID’s Development Partners: USAID Microenterprise Results Reporting for 1999* (Arlington, Va.: Weidemann Associates, 2000), 22.
- ⁴ USAID. *Microenterprise Development in a Changing World: U.S. Agency for International Development Microenterprise Results Reporting for 2000* (Arlington, Va.: Weidemann Associates, 2001), 31.
- ⁵ La Campaña de la Cumbre del Microcrédito pide a instituciones que reporten el número de sus clientes que están en la mitad inferior de quienes viven por debajo de la línea de pobreza de sus países.
- ⁶ World Bank, *Engendering Development: Through Gender Equality in Rights, Resources, and Voice—Summary* (Washington, D.C.: World Bank, 2001); www.worldbank.org/gender/prr/engendersummary.pdf.
- ⁷ Canadian International Development Agency (CIDA), “CIDA’s Policy on Gender Equality” (Hull, Canada: CIDA, 1999), 5.
- ⁸ CIDA, “CIDA’s Policy on Gender Equality,” 11.
- ⁹ Consultar el trabajo de Linda Mayoux y Naila Kabeer para más información sobre las implicaciones del método instrumentalista para la política, prácticas y evaluación del desarrollo. Especialmente, ver: Linda Mayoux, *Women’s Empowerment and Microfinance: A Participatory Learning, Management, and Action Approach. Resource Manual for Practitioners and Trainers*, draft (UNIFEM, 2001); Naila Kabeer, *‘Money Can’t Buy Me Love’? Re-evaluating Gender, Credit and Empowerment in Rural Bangladesh*, IDS Discussion Paper 363 (Brighton, England: Institute of Development Studies, University of Sussex, 1998).
- ¹⁰ UNDP, *1995 Human Development Report* (New York, UNDP, 1996), 4.
- ¹¹ Ver el sitio Web del Banco Mundial en: genderstats.worldbank.org.
- ¹² Sally Baden and K. Milward, “Gender and Poverty,” *BRIDGE Report*, no. 30 (Sussex: IDS, 1995).
- ¹³ Deshpanda, 15.
- ¹⁴ Sylvia Chant, “Women-Headed Households: Poorest of the Poor? Perspectives from Mexico, Costa Rica and the Philippines,” *IDS Bulletin* 28, no. 3 (1997): 39.
- ¹⁵ Naila Kabeer, *The Conditions and Consequences of Choice: Reflections on the Measurement of Women’s Empowerment*, UNRISD Discussion Paper No. 108 (1999), 49; www.unrisd.org.
- ¹⁶ Mike Mends, Sinapi Aba Trust, en un correo electrónico a Suzy Salib, 14 de agosto de 2000.
- ¹⁷ Damian von Stauffenberg, MicroRate, en un correo electrónico a Susy Cheston y Lisa Kuhn, 24 de septiembre de 2001.
- ¹⁸ Deshpanda, 4.
- ¹⁹ Gary Woller, “Reassessing the Financial Viability of Village Banking: Past Performance and Future Prospects,” *MicroBanking Bulletin* 5 (2000): 4.
- ²⁰ Para más información ver la Convención para la Eliminación de Toda Forma de Discriminación de la Mujer (*Convention on the Elimination of All Forms of Discrimination Against Women*), la Declaración y Plataforma de Acción de Beijing (*Beijing Declaration and Platform for Action*), y otros documentos en el sitio Web de UNIFEM: www.undp.org/unifem.
- ²¹ UNIFEM, *Progress of the World’s Women* (New York: UNIFEM, 2000).
- ²² Mayoux, *Women’s Empowerment and Microfinance*, 18.
- ²³ Una activista en el Grupo de Mujeres Drita, Prishtina, Kosovo, según se referenció en las Federaciones Internacionales de Helsinki para los Derechos Humanos: International Helsinki Federations for Human Rights (IHF), *Women 2000: An Investigation into the Status of Women’s Rights in Central and South-eastern Europe and the Newly Independent States* (Helsinki: IHF, 2000).
- ²⁴ *Beijing Platform for Action*, Fourth United Nations World Conference on Women (Beijing, 1995), paragraph 41.
- ²⁵ Correo electrónico de María Otero, Presidente y Oficial Ejecutiva en Jefe de ACCION International, a los autores el 27 de junio de 2002.
- ²⁶ Ver: “Construyendo vidas mejores: Integración sostenible de las microfinanzas con la educación en sobrevivencia infantil, salud reproductiva y prevención del VIH/SIDA para los empresarios de más bajos recursos” por Christopher Dunford. Artículo comisionado por la Campaña de la Cumbre del Microcrédito, para más información sobre los costos, beneficios y razones para integrar los servicios no financieros en los programas de desarrollo de microempresas. Algunos servicios que pueden ofrecerse incluyen la nutrición, educación, capacitación en negocios, distribución de anticonceptivos y educación sobre salud reproductiva y cuidado prenatal.

-
- ²⁷ Chris Dunford, “Construyendo vidas mejores: Integración sostenible de las microfinanzas con la educación en sobrevivencia infantil, salud reproductiva y prevención del VIH/SIDA para los empresarios de más bajos recursos” (Washington, D.C.: Microcredit Summit Campaign, 2001), 2.
- ²⁸ Información obtenida del sitio Web de *Women’s World Banking* (www.swwb.org) y correos electrónicos de Celina Kawas, del Women’s World Banking.
- ²⁹ “Beedi-rollers” usualmente son mujeres y niños muy pobres a quienes se les contrata, con frecuencia bajo condiciones desventajosas, para enrollar los cigarrillos *beedi*.
- ³⁰ Working Women’s Forum, *Social Platform through Social Innovations: A Coalition with Women in the Informal Sector* (Chennai, India: Working Women’s Forum, 2000), 25, 39.
- ³¹ Jeffrey Ashe and Lisa Parrott, *Impact Evaluation of PACT’s Women’s Empowerment Program in Nepal: A Savings and Literacy Led Alternative to Financial Institution Building* (Cambridge, Mass.: Brandeis University, 2001), 8.
- ³² Milan Shrestha, *Report on Self-help Banking Program and Women’s Empowerment* (Nepal, 1998), 28.
- ³³ Helen Sherpa, respuesta de World Education a la encuesta electrónica, 20 de octubre de 2001.
- ³⁴ Jesila Ledesma, “Empowerment Impact Report on TSPP’s Kabuhayan program,” borrador, Abril de 2002.
- ³⁵ El personal de URWEGO definió *empoderamiento* en el contexto de Ruanda como “un aumento en la autoestima, un aumento en la toma de decisiones y un aumento en el conocimiento de qué hacer y cómo tener acceso a recursos (para resolver problemas, lograr objetivos, etc).” World Relief Rwanda, “Impact Assessment of TF UK Clients in the World Relief Rwanda URWEGO Program” (1999), 4.
- ³⁶ World Relief Rwanda, 7.
- ³⁷ PLAN International, *Mid-term Evaluation of Nirdhan/PLAN Microfinance Program in Nepal* (PLAN International, 2001), 37.
- ³⁸ Shrestha, 24, 28.
- ³⁹ Kabeer, *Money Can’t Buy Me Love?* 21.
- ⁴⁰ Ashe and Parrott, 8.
- ⁴¹ World Relief Rwanda, 7.
- ⁴² Kabeer, *Conditions and Consequences*, 20.
- ⁴³ De entrevistas conducidas por oficiales de crédito de ADAPTE de octubre a diciembre de 2001 a nombre de los autores.
- ⁴⁴ Como ejemplo ver: Anne Marie Goetz and Rina Sen Gupta, “Who Takes the Credit? Gender, Power, and Control over Loan Use in Rural Credit Programs in Bangladesh,” *World Development* 24, no. 1 (1996): 45–63.
- ⁴⁵ Kabeer, *Money Can’t Buy Me Love?* 44.
- ⁴⁶ Entrevista personal.
- ⁴⁷ S. M. Hashemi, R. R. Schuler, and A. P. Riley, “Rural Credit Programs and Women’s Empowerment in Bangladesh,” *World Development* 24, no. 4 (1996): 635–53; S. R. Schuler, S. M. Hashemi, A. P. Riley, and A. Akhter, “Credit Programs, Patriarchy and Men’s Violence against Women in Rural Bangladesh,” *Social Science and Medicine* 43, no. 12 (1996): 1729-42.
- ⁴⁸ Working Women’s Forum (Foro para Mujeres que Trabajan), 22.
- ⁴⁹ Shrestha, 30.
- ⁵⁰ Kabeer, *Money Can’t Buy Me Love?* 43–54.
- ⁵¹ En los primeros días, cuando Opportunity International estaba creando productos de crédito con enfoque en la mujer, unos cuantos líderes locales expresaron preocupación sobre el trastorno potencial de la familia que podría resultar. Los comentarios más extremos fueron: “Dar préstamos a las mujeres destruirá a las familias” y “Dar préstamos a las mujeres va en contra del plan natural de Dios para el universo.”
- ⁵² Kabeer, *Money Can’t Buy Me Love?* 66–67.
- ⁵³ Women’s Entrepreneurship Development Trust Fund (WEDTF), información sobre microfinanciamiento y empoderamiento para la mujer, Zanzíbar, Tanzania, 52.
- ⁵⁴ Barbara MkNelly and Mona McCord, “Credit With Education Impact Review No. 1: Women’s Empowerment.” (Freedom from Hunger, 2001), 9-10.
- ⁵⁵ Shrestha, 18.
- ⁵⁶ Shrestha, 29–30.
- ⁵⁷ Shrestha, iii.
- ⁵⁸ A *barangay* es una unidad política a nivel comunitario en las Filipinas.
- ⁵⁹ Syed Hashemi, Sidney Schuler, and Ann Riley, “Rural Credit Programs and Women’s Empowerment in Bangladesh,” *World Development* 24, no. 4 (1996): 649.
- ⁶⁰ Working Women’s Forum (Foro para Mujeres que Trabajan), 22.
- ⁶¹ MkNelly and McCord, 11.

-
- ⁶² Shrestha 21, 31–32. Nótese que debido a que los partidos políticos en algunos países como Nepal e India deben cumplir cuotas de mujeres, la elección de mujeres para puestos comunitarios no es necesariamente una indicación de empoderamiento a un indicador confiable del impacto de un programa—pero puede considerarse como un paso adelante hacia un ambiente propicio para el empoderamiento político de las mujeres.
- ⁶³ Este fenómeno ha sido estudiado más ampliamente en Bangladesh. Para más información sobre las perspectivas de las prestatarias sobre los créditos en Bangladesh, consulte: Goetz and Sen Gupta; Aminur Rahman, “Micro-credit Initiatives for Equitable and Sustainable Development: Who Pays?” *World Development* 27, no. 1 (1999): 67–82; Helen Todd, *Women at the Center: Grameen Bank Borrowers after One Decade* (New York: Westview Press, 1996); y Kabeer, ‘*Money Can’t Buy Me Love?*’
- ⁶⁴ Para una más extensa discusión de este tópico consulte: Goetz and Sen Gupta. Ver también: Rahman.
- ⁶⁵ Mayoux, *Women’s Empowerment and Microfinance*, 111.
- ⁶⁶ Kabeer, ‘*Money Can’t Buy Me Love?*’ 31.
- ⁶⁷ Entrevistas personales, noviembre de 2001
- ⁶⁸ Ledesma.
- ⁶⁹ Para más información sobre estrategias de manejo de riesgos, ver: Jennefer Sebstad and Monique Cohen, *Microfinance, Risk Management, and Poverty* (Washington, D.C.: CGAP, 2001); Graham A. N. Wright et al., “Vulnerability, Risks, Assets and Empowerment—The Impact of Microfinance on Poverty Alleviation,” paper contributed to *World Development Report 2001*; and Ronald Chua et al., “Risk, Vulnerability, Assets and the Role of Financial Services in Reducing Vulnerability: A Study of the Women Clients of CARD Bay Laguna, Philippines,” papel presentado a CGAP, Octubre 1999.
- ⁷⁰ Essma Ben Hamida, “Empowering Women Through Micro-Credit: A Case Study From Tunisia,” paper presented at the Civil Society Workshop Rehearsal, Cairo, Egypt, March 2000, 7.
- ⁷¹ Ben Hamida, 9.
- ⁷² Las herramientas de AIMS para la evaluación del impacto en el cliente fueron creadas por el proyecto “Evaluando el Impacto de los Servicios de la Microempresa” de USAID y por la red Small Enterprise Education and Promotion (SEEP). Éstos incluyen una entrevista de impacto cuantitativo, una entrevista de salida cuantitativa y tres herramientas cualitativas que observan el empoderamiento, satisfacción y uso del crédito de los clientes. Estas herramientas pueden descargarse del sitio Internet del “Microenterprise Innovation Project” de USAID: www.mip.org.
- ⁷³ Sólo aquellos calificados como pobres y muy pobres en una evaluación de recursos son elegibles para unirse al programa de Bancos de Confianza y la mayoría de los clientes están en la categoría de “muy pobres.”
- ⁷⁴ Este tipo de empoderamiento económico no es único de las mujeres y generalmente es un efecto de los programas de microempresa, en lugar de un efecto que surge específicamente cuando el empoderamiento es el *enfoque* de los programas de microempresa, aunque estos efectos pueden mejorarse mediante el diseño cuidadoso de los servicios y productos, teniendo en mente el empoderamiento.
- ⁷⁵ Entrevista personal con Nana Addai, una cliente de SAT.
- ⁷⁶ De entrevistas con la cliente de SAT Afia Konadu y su esposo, John Kwaku Donkor.
- ⁷⁷ Entrevista con John Gyimah, el esposo de una cliente de SAT.
- ⁷⁸ Entrevista con Kwaku Agyei, el esposo de una cliente de SAT.
- ⁷⁹ Kabeer, ‘*Money Can’t Buy Me Love?*’ 21.
- ⁸⁰ Noni Ayo, “Empowering Women Through Microfinance: ARDCI’s Experience” (Catanduanes, Philippines: ARDCI, 2001), 2.
- ⁸¹ Suzy Salib et al., “Bundling Microfinance and Business Development Services: A Case Study from ADEMCO in Colombia,” USAID Microenterprise Best Practice Business Development Services Case Study No. 10 (Washington, D.C.: Development Alternatives International, 2001).
- ⁸² Correo electrónico de María Otero a los autores el 6 de junio de 2002.
- ⁸³ ARMTI, 4. Las socias de VAWA reciben capacitación en las áreas de administración de negocios, administración del crédito local, formación y dinámica de grupos, desarrollo de habilidades (procesamiento de alimentos, cría de abejas, etc.), liderazgo, servicios de extensión, salud rural, planificación familiar, higiene ambiental y personal, y prácticas tradicionales dietéticas y peligrosas—especialmente para las niñas.
- ⁸⁴ Helen Sherpa, en una entrevista completada el 20 de octubre de 2001.
- ⁸⁵ Sherpa.
- ⁸⁶ Roshaneh Zafar, “Microfinance and the Empowerment of Women: The Experience of Kashf Foundation, Pakistan,” artículo presentado en la Reunión de Consejos de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito, Nueva Delhi, India, 1 al 5 de febrero de 2001, 7.
- ⁸⁷ Shrestha, 31–32.
- ⁸⁸ Citado en Kabeer, *Conditions and Consequences*, 43.
- ⁸⁹ Ben Hamida, 9.

-
- ⁹⁰ Sebstad and Cohen, 86.
- ⁹¹ Florence Abena Dolphyne, *The Emancipation of Women: An African Perspective* (Accra: Ghana Universities Press, 1991), 48–49.
- ⁹² Ver el Apéndice para obtener más información.
- ⁹³ Sin embargo, Aminur Rahman, en “Micro-credit Initiatives for Equitable and Sustainable Development,” encuentra que la mayoría de las prestatarias en el estudio no sabían de la compra de acciones en el Banco Grameen o de ser propietarias del Banco.
- ⁹⁴ Alex Counts, Director Ejecutivo de Grameen Foundation USA, en un correo electrónico a Susy Cheston, 30 de enero de 2002.
- ⁹⁵ Alex Counts en un correo electrónico a Susy Cheston, 21 de febrero de 2002.
- ⁹⁶ In 1997, Opportunity llevó a cabo estudios de caso a fondo sobre la transformación integral dentro de sus programas. Uno de los hallazgos inesperados fue que uno de los aspectos más transformativos y poderosos de su trabajo era el simple hecho del trato respetuoso del cliente por parte de un empleado de una IMF.
- ⁹⁷ Para más información, ver: Yawe Agnes, “Engendering Microfinance Services: Beyond Access,” presentado en el taller titulado “Empoderamiento de la mujer o feminización de la deuda?” en Londres, Marzo 2002 (disponible en www.oneworldaction.org).
- ⁹⁸ Wariara Mbugua, correo electrónico al Microcredit Summit, 30 de abril 2002.
- ⁹⁹ La información para este estudio de caso fue proporcionada por Noni S. Ayo, Directora de Gerencia de ARDCI, y un estudio de impacto basado en entrevistas realizados del 26 de febrero al 12 de marzo de 1999 a clientes y no clientes de los programas de crédito de ARDCI/CatAg. Se planea otro estudio de impacto para el 2002.
- ¹⁰⁰ ARDCI es dueño del primer banco rural microfinanciero en las Filipinas, el cual fue aprobado por el Banco Central el 3 de abril de 2002 y se espera que abra en septiembre de 2002.
- ¹⁰¹ Respuestas de mujeres: (1) adquirió nuevas habilidades, conocimientos—12%; (2) mejoró su actitud, reforzó sus valores, cambió su manera de pensar—48%; combinación de (1) y (2)—23%; respuestas de hombres: (1) 12%; (2) 62%; combinación—8%.