

## **METODOLOGIA COMBINADA PARA EL IMPULSO DE MICRO PROYECTOS PRODUCTIVOS LIDERADOS POR MUJERES EN EL VALLE DE CAÑETE – PERU**

Milagros Panta

*Centro de Formación Profesional para la Mujer - Condoray*

Mónica Ríos

*Centro de Formación Profesional para la Mujer – Condoray*

Irene Borrego

*Grupo de investigación en Planificación y Gestión Sostenible del Desarrollo Rural – Local  
(GESPLAN) Universidad Politécnica de Madrid.*

José Luís Yagüe

*Grupo de investigación en Planificación y Gestión Sostenible del Desarrollo Rural – Local  
(GESPLAN) Universidad Politécnica de Madrid.*

### **ABSTRACT**

This methodology that is based on the project "Development of woman in rural communities in the Valle de Cañete - Peru" funded by the Community of Madrid and the Polytechnic University of Madrid, entrusted to the Center for Vocational Training for Woman - CONDORAY, which promotes programs aimed at providing education to woman so as to provide access to better living conditions.

Being the impulse of productive skills a key to enter self-employment and improving incomes, the methodology to develop micro-enterprise projects from identification of training needs of the beneficiaries to monitor the assembly and business training.

Training, counseling, micro credit, solidarity groups and monitoring are key elements of the methodology, initial results show that the sustainability of the micro-projects directly related to level of education, assimilation and self-acquired by woman during the process and that the filters in the process of securing commitment advice for woman in business to set up.

*Keywords: micro credit, Peru, micro projects, training group, counseling*

### **RESUMEN**

Se presenta una metodología que tiene su base en el proyecto "Desarrollo de la mujer en las comunidades rurales del Valle de Cañete – Perú" financiado por la Comunidad de Madrid y la Universidad Politécnica de Madrid, encomendado al Centro de Formación Profesional para la Mujer – Condoray, el cual promueve programas integrales orientados a proporcionar una educación integral a la mujer de manera que se le facilite el acceso a mejores condiciones de vida.

Siendo el impulso de habilidades productivas un factor clave para acceder al autoempleo y a la mejora de los ingresos, la metodología permite desarrollar micro proyectos empresariales desde la identificación de las necesidades de capacitación de las beneficiarias hasta el montaje y seguimiento de los negocios formados.

La capacitación, asesoría para la creación de empresas, formación de grupos solidarios, y seguimiento vinculados al microcrédito constituyen elementos básicos de la metodología,

cuyos primeros resultados demuestran que la sostenibilidad de los micro proyectos guardan relación directa con el nivel de formación, asimilación y autonomía adquirido por las mujeres durante el proceso, y que los filtros dispuestos en la etapa de asesoría garantizan el compromiso de la mujer con el negocio a constituir como base para el éxito del mismo.

*Palabras clave: Micro crédito, Perú, micro proyectos, capacitación, grupos solidarios.*

## **1. Introducción**

La mujer rural peruana se encuentra en situación de marginación; no obstante, diferentes entidades públicas y privadas han realizado esfuerzos en su favor en la Sierra, Selva y Costa del Perú. La situación macroeconómica de los últimos diez años modificó y empobreció las condiciones de vida de la mujer dedicada a las labores agropecuarias. Por otra parte, en muchas ocasiones las mujeres asumen el papel de cabeza de familia y tienen que cargar por sí solas con las responsabilidades familiares, la educación y el sostenimiento material de los hijos.

Las áreas rurales del país representan la tercera parte de la población total y enfrentan altos niveles de exclusión, pobreza (76.4%) y pobreza extrema (49.7%) lo cual hace del desarrollo rural un tema crítico (Mendieta y Agreda 2006).

Cañete, situado a 144 km al sur de Lima es parte de esta realidad. Cuenta con una población total censada de 191,409 habitantes de los que 38.65% corresponde a la población rural. De la población total 49.7% son mujeres. La capital de la provincia es la ciudad de San Vicente que tiene aproximadamente 43,493 habitantes y 16 distritos.

Desde 1963, El Centro de Formación Profesional para la Mujer – Condoray, trabaja con comunidades de mujeres orientando sus actividades a la solución de problemas sociales y económicos concretos y al mismo tiempo a la formación de las mujeres, para que con su modo de trabajar, influyan positivamente en la sociedad. Actualmente brinda dos grandes grupos de programas en 17 comunidades que benefician anualmente a más de 700 mujeres: Programas de desarrollo rural (promotoras rurales, formación de mujeres líderes rurales, alfabetización integral, capacitación laboral básica, educación familiar, nutrición, higiene, saneamiento, salud básica, mejoramiento de la vivienda) Programas de formación técnica profesional.

El diseño de los programas de formación se realiza de forma participativa teniendo en cuenta la realidad de la mujer cañetana, su cultura y sus costumbres. Las personas intervenidas se ven involucradas y las mujeres son actoras de sus propios procesos, motivándose en la medida en que se ven afectadas. Todos los programas incorporan temas específicos dedicados principalmente al fortalecimiento de la autoestima, liderazgo, desarrollo familiar y autoempleo de las mujeres de la zona a través de pequeños negocios. Además se incluyen medidas amplias de desarrollo rural.

A pesar de la generalización de la educación, no ha sido posible eliminar por completo el analfabetismo femenino, aunque éste ha disminuido de 55.8% en 1980 a 37.39% en el 2002, permanecen diferencias muy grandes entre hombres y mujeres e incluso entre las mismas mujeres según los ámbitos de estudio. Este problema se debe en parte a restricciones socioculturales y falta de programas adaptados a las exigencias de las mujeres adultas representando uno de los más severos obstáculos para la participación de la mujer en las diferentes instituciones, sobre todo en aquellas que establecen nexos con el resto de la sociedad.

La problemática por la que atraviesan las mujeres de Cañete es la siguiente: sector más marginado y discriminado económicamente, acceso restringido a la educación, sus organizaciones se encuentran en proceso de consolidación y tienen dificultades de organización, escasas oportunidades de capacitación técnica y de gestión empresarial que derivan en escasas oportunidades de empleo y sostenimiento de sus proyectos productivos, situación de desventaja en el acceso al crédito que las excluye por carecer de garantía de bienes, bajo acceso a sistemas de información, poca presencia de líderes femeninos locales, bajo nivel de cooperación y asociacionismo, restricción en la actividad agrícola destinada al deshierbe y cosecha de productos estacionales, mayor carga en las responsabilidades del hogar. (Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia de Cañete).

El bajo nivel de créditos en las zonas rurales es una de las limitaciones para el desarrollo rural. Este bajo nivel de crédito no puede asociarse sólo con problemas por el lado de la oferta, pues existen problemas por el lado de la demanda. Usualmente se justifica la ausencia de crédito en zonas rurales porque no hay recursos suficientes en estas zonas y/o porque los rendimientos de estos créditos no son atractivos para los intermediarios, ya sea por los riesgos de las actividades productivas o por las dificultades para monitorear y seleccionar los prestatarios. Sin embargo, y de modo adicional a este razonamiento, hay que considerar problemas por el lado de la demanda. La demanda de créditos es una demanda derivada que depende de la rentabilidad de la producción y de otros factores. (Trivelli, 1997)

La actividad productiva rural en el Perú genera retos adicionales a la sostenibilidad del sistema financiero rural. En particular resulta determinante su dependencia de la agricultura (Valdivia, 1995). Sin embargo, la diversidad de los negocios rurales no agropecuarios es amplia: turismo, artesanías, acuicultura, comercio, agroindustria, agro exportación, explotación forestal sostenible, etc. por lo que tienen una creciente importancia como fuente de ingresos y empleo rurales (Escobal y Valdivia, 2004)

Estudiosos del tema, sostiene que entre los pobladores de menores ingresos, existen sectores que sí son demandantes de crédito y otros que son demandantes de dinero, pero que no pueden constituir una demanda efectiva de crédito. (Trivelli, 2002)

Al respecto, Gulli indica que, en primer lugar, no todos los microempresarios son pobres, y en segundo lugar, que las personas cuyos niveles de ingresos están por debajo del umbral de la pobreza tienden a usar los préstamos para consumo más que aquellas que se encuentran sobre dicho umbral. (Gulli, 1999)

Esto ha llevado a Condoray a desarrollar propuestas y metodologías orientadas a capacitar a la mujer y permitirle acceder a fuentes de información y financiamiento concretas para impulsar actividades productivas rentables, desarrollando una mentalidad empresarial que deje de lado el asistencialismo del que ha sido objeto y genere, por sus propios medios, un cambio personal, familiar, económico y comunitario que haga frente a la lucha contra la pobreza y las encamine al desarrollo sostenible.

Una de las iniciativas para afrontar esta problemática fue la ejecución en el año 2007 del proyecto “DESARROLLO DE LA MUJER EN LAS COMUNIDADES RURALES DEL VALLE DE CAÑETE - PERÚ” en el que se aplicó una metodología combinada para el impulso de micro proyectos productivos liderados por mujeres el cual integró elementos de capacitación (técnica y de gestión empresarial) y asesoría y los vinculó con el funcionamiento de microcréditos materializándose en la puesta en marcha de un fondo rotatorio de crédito.

Para acceder a este fondo se pidió como garantía haber participado en la capacitación y asesoría del negocio y haber posibilitado el seguimiento del mismo.

El resultado de la incorporación de la mujer como beneficiaria de préstamos a bajo interés 13%, fue una medida innovadora en la zona que dinamizó sus acciones económicas abriéndoles nuevas perspectivas en su comunidad.

## **2. Microcrédito y mujer en Perú**

El sistema financiero peruano durante la mayor parte del siglo XX, ha contado con intervención directa por parte del estado. Una muestra fue la creación de la banca de fomento para llegar a sectores de la actividad productiva como el agro y la industria (Salaverry, 1983)

El microcrédito tiene su origen entre 1984 y 1989, fecha en que el PRODESE, (Programa de Desarrollo Social y Económico) del Ministerio de Trabajo con financiamiento de la OIT de las Naciones Unidas y apoyo de los fondos de la Cooperación Internacional, canalizó recursos para instituciones intermediarias que llegaran de manera directa a la población objetivo. En esa línea, la ONG Alternativa comenzó su experiencia de micro créditos en el año 1984, con un programa piloto de grupos solidarios (Aliaga, 2003). La oferta de crédito dirigida específicamente a las mujeres empezó a funcionar a partir de 1986, en el marco de las discusiones sobre la fuerte intervención femenina en el sector urbano informal y la presencia de organizaciones sociales de base encabezadas por mujeres de bajos recursos.

La aparición de mujeres en los espacios públicos planteó la necesidad de fortalecerlas. Así, algunas organizaciones no gubernamentales (ONG) empezaron a trabajar con estos nuevos sujetos y decidieron emprender proyectos de apoyo organizativo, algunos de los cuales contemplaron el tema del crédito. En ese momento se trataba de apoyar a las mujeres organizadas, principalmente a las que pertenecían a las organizaciones sociales de base, y a la microempresa (Alvarado, 2004)

En Perú existe el Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al desarrollo de la micro y pequeña empresa (COPEME) y al Consorcio para la Promoción de la Mujer y la Comunidad (PROMUC) que agrupa a un número considerable de ONG a nivel nacional y brinda servicios de asesoría y capacitación en micro finanzas a cada uno de sus asociados.

La metodología aplicada en el valle de Cañete, ha conseguido articular sus elementos esenciales (capacitación, asesoría para la creación de empresas, formación de grupos solidarios) con el microcrédito, de manera que no actúan componentes dispersos sino metodológicamente integrados.

## **3. Metodología aplicada**

La metodología tuvo su origen en la transferencia metodológica de la ONG Actuar Famiempresas de Medellín Colombia, al Centro de Formación Empresarial para la Mujer – CEFEM – CONDORAY. Esta **metodología** fue adaptada a la realidad, cultura e idiosincrasia de la mujer cañetana poco acostumbrada a liderar su desarrollo empresarial notándose en un bajo interés por acceder a servicios de formación, financieros y de comercialización y a participar efectivamente en el desarrollo de su provincia. El fin de la metodología no son las instituciones sino las micro empresarias. Partiendo de esta consideración, la metodología basa su actuar en los siguientes principios: busca la innovación, tecnificación y competitividad en los procesos, consolida los saberes y mejora las herramientas de

implementación, busca siempre el mejoramiento y crecimiento de las personas y sus unidades productivas y mejora el funcionamiento organizacional de las microempresas.

Con la metodología se abrieron oportunidades a mujeres del medio rural para acceder a programas de capacitación técnica y de gestión y a fuentes de financiamiento a través del fondo rotatorio. El resultado ha sido un deseo de mejorar su formación y prepararse para retos de un mercado globalizado. Los talleres de gestión empresarial constituyeron un soporte para sus iniciativas y para la puesta en práctica de sus ideas de negocio.

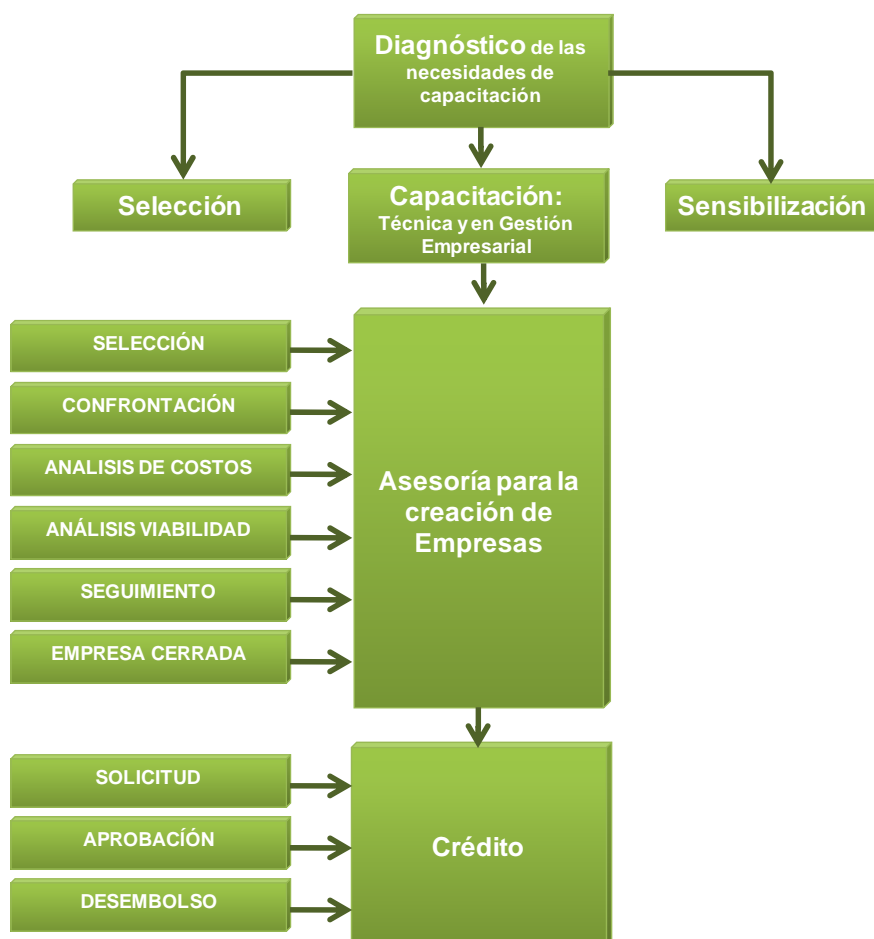


Figura 1. Esquema metodológico

Las mujeres vieron en la capacitación una alternativa de generación de ingresos, desarrollo de la creatividad, posibilidad de iniciar un negocio en la zona relacionado con la capacitación recibida, posibilidad de generar empleo, afrontar los riesgos del financiamiento y empezaron a valorar los procesos de capacitación continuos base para el crecimiento de los negocios formados.

La metodología determina unos aspectos fundamentales a seguir como son:

- Evaluar con las implicadas el diagnóstico de las necesidades de capacitación.
- Programar la capacitación en base a los resultados del diagnóstico.
- Incluir capacitación en gestión empresarial para mejorar el perfil emprendedor.
- Determinar ambientes de capacitación en la zona intervenida.

- Agrupar en núcleos de acuerdo a la proximidad territorial (en caso de existir contextos geográficos dispersos).
- Elaborar 2 proyectos por sesión técnica para asimilar mejor los contenidos.
- Permitir la incorporación a mujeres a la capacitación una vez iniciada, sólo si cuentan con perfil emprendedor y en el caso que no se hayan iniciado los módulos de gestión empresarial.
- Incidir en valores y virtudes humanas como eje transversal.
- Desarrollar los ejemplos del módulo de gestión tomando como base los productos que realizaron en los módulos de capacitación técnica, esto permite que se hable de productos conocidos con los que las mujeres están familiarizadas.
- En el caso de no contar con equipos sofisticados en la zona para algún módulo de capacitación como por ejemplo el de computación e informática, se determinó la sede del centro colaborador.

#### 4. Fases

##### 4.1 Sensibilización

Las mujeres de las poblaciones intervenidas son más sensibles a experiencias en las que perciben un interés real por su persona y necesidades. Así cobra valor y es aceptado si:

- El horario no perjudica sus ocupaciones habituales.
- El ambiente, equipos e instalaciones del lugar de capacitación ofrece condiciones adecuadas para sus necesidades de capacitación.
- La institución que las capacita es seria, responsable y con prestigio en la zona.
- Hay contacto personal desde el inicio: difusión, convocatorias, charlas informativas.
- Se comunica claramente los criterios de selección.
- Se determina la oferta de productos y servicios: capacitación técnica y en gestión empresarial, asesoría para la creación de empresas y acceso a servicios financieros.

El proyecto en esta fase reunió a 202 mujeres divididas en 4 grupos formados según proximidad geográfica. Así se facilitó a más mujeres enterarse del programa.

<b>Grupos</b>	<b>Comunidades que lo conforman</b>	<b>Nº de asistentes</b>
Grupo 1	Unanue, Herbay Los Olivos Montalbán, Playa Hermosa, Boca del Río , Cochahuasí	87
Grupo 2	Villa el Carmen	34
Grupo 3	Santa Cruz, Santa Bárbara, Casablanca y Tacorita	39
Grupo 4	Roma, San Benito, Miraflores Los Ángeles	42
<b>Total de mujeres</b>		<b>202</b>

Tabla 1. Grupos establecidos y comunidades que lo conforman.

La combinación de varias técnicas de difusión como perifoneo, volantes y afiche, charlas informativas y contacto personal, permitió llegar a públicos heterogéneos. La ubicación estratégica en lugares de alto tránsito permitieron una mayor difusión de los talleres. A todas las mujeres se les invitó a una charla informativa en la comunidad determinando día y hora.

## 4.2 Selección

Esta fase se desarrolló de la siguiente forma:

- Inmediatamente después de la charla informativa, se realizó una entrevista individual entre personal responsable de la ejecución del proyecto y cada una de las beneficiarias para conocer sus intereses, expectativas, disponibilidad de horario, situación personal, familiar y socioeconómica.
- Se seleccionaron a mujeres que cumplieron los criterios de selección establecidos como querer iniciar un negocio, tener entre 18 y 50 años y mostrar cualidades emprendedoras y de liderazgo entre ellas: haber realizado actividades productivas de preferencia, disposición a formar una empresa, capacidad de asociarse, capacidad para asumir riesgos, organizaciones o instituciones a las que vincularse en caso se forme la empresa. Para recabar esta información se utilizó un cuestionario estructurado y estandarizado y se procedió a una entrevista individual. La apreciación de la entrevistadora fue clave para determinar su incorporación a la capacitación.
- Se publicó la relación de seleccionadas en el local de capacitación de la comunidad indicando fecha y hora de inicio de la capacitación.

Del grupo de mujeres sensibilizadas se seleccionaron a 111 mujeres. Este primer filtro permitió conocer a mujeres dispuestas a emprender actividades productivas rentables.

<b>Comunidad</b>	<b>Nº de seleccionadas</b>
Grupo 1	45
Grupo 2	17
Grupo 3	27
Grupo 4	22
<b>Total de seleccionadas</b>	<b>111</b>

Tabla 2. Nº de mujeres seleccionadas

## 4.3 Capacitación

Las escasas oportunidades de capacitación técnica y de gestión empresarial, que derivan en escasas oportunidades de empleo y sostenimiento de sus proyectos productivos, hace de la capacitación una fase clave. Adicionalmente, factores como las exportaciones crecientes y las expectativas de mayores beneficios por los tratados de libre comercio, generan un clima propicio para el emprendimiento en el Perú al fortalecer la integración del país al mundo, vital para el desarrollo de una economía pequeña como la nuestra (Ferrero, 2004)

Desde luego, entre los factores que hacen surgir el emprendimiento en nuestro país, debemos contar los elevados niveles de desempleo, subempleo, que estimulan la imaginación impulsando a los más luchadores a lanzarse a la aventura del autoempleo por la vía del emprendimiento (Saldaña 2006)

Cada mujer recibió un total de 64 horas de capacitación. Cada grupo recibió 2 módulos de capacitación técnica, 1 módulo de gestión empresarial y 1 de computación e informática.

Los talleres de gestión empresarial constituyeron un soporte para sus iniciativas y puesta en práctica de sus ideas de negocio. El módulo de gestión empresarial incluyó 4 aspectos: mentalidad empresarial, costos y ventas, marketing para pequeños negocios, créditos y financiamiento.

Al finalizar la capacitación de las 111 mujeres seleccionadas sólo 58 se mantuvieron constantes con la idea de iniciar un negocio que les permitiera mejorar los ingresos.

Aunque a lo largo de la capacitación se observó en las mujeres actitudes contrarias a las indicadas en la entrevista, muchas no concluyeron el proceso por priorizar un trabajo remunerado. Adicionalmente, un incidente que afectó la asistencia fue el sismo del 15 de agosto 2007 ya que las mujeres priorizaron la reconstrucción de sus viviendas.

**4.4 Asesoría para la creación de empresas**

Para esta fase se convocó a las 58 mujeres, acudieron 44 y fueron seleccionadas 27 quienes cumplieron las tareas y los demás criterios selectivos entre los que figuran: conocimiento profundo de la idea de negocio, valoración del producto y definición de la idea. Estos filtros permiten captar mujeres con perfil emprendedor y asegurar el impacto de los negocios. En el plan de negocios de las mujeres se describieron aspectos claves de su idea como son: mercado, producto, competencia, operaciones, costos y financiamiento.

Las tareas fueron: aplicación de cuestionarios, definición de la figura del comprador, definición de la decisión de compra, capacidad de compra, zonas de comercialización, etc. Se dieron 5 sub fases:

**4.4.1 Selección de las participantes con idea de negocio definida**

A las 27 mujeres capacitadas y seleccionadas se les acompañó en el desarrollo de su idea de negocio de manera estructurada y competitiva, aprovechando sus cualidades, la validez de su idea empresarial y las oportunidades del medio. Las mujeres seleccionadas manifestaron interés en formar negocios en rubros como agroindustria (6), panadería y pastelería (9), Juguería (7) comercio (4) y taller de tejidos (1)

A estas mujeres se les aplicó un test de pautas de comportamiento para evaluar el perfil emprendedor a través de criterios como eficiencia, calidad, asimilación de riesgos, fijación de metas, persistencia. La ventaja es que las enfrenta con la realidad. La puntuación las motiva a continuar (si obtienen más de 40) o a mejorar los puntos débiles encontrados.

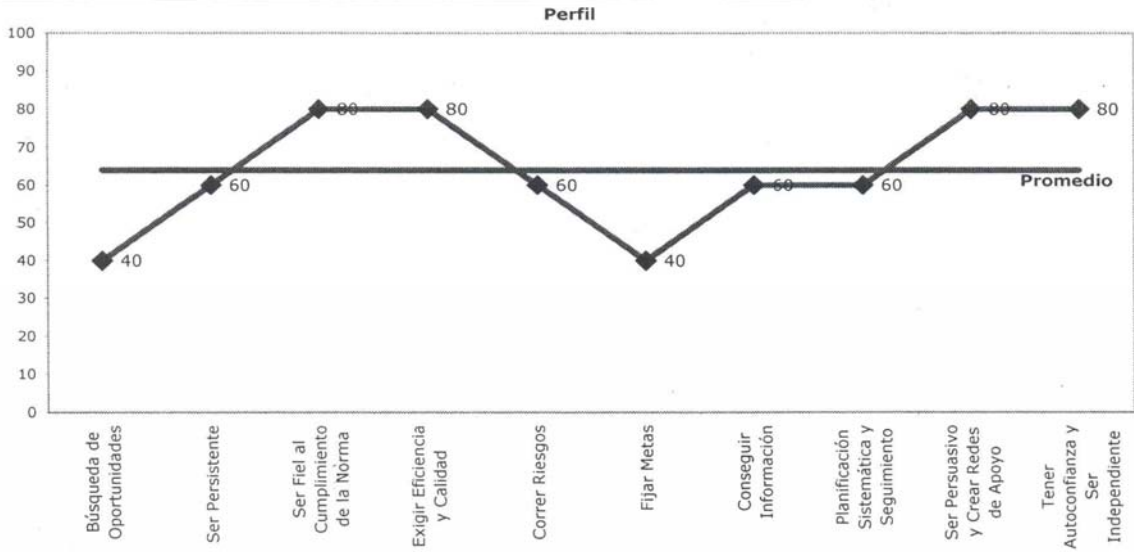


Figura N° 2 Gráfica del perfil emprendedor



Después de conocer los resultados del test de pautas, se entrevistó a cada una de las mujeres. Esta entrevista permitió verificar la información del test, valorar la madurez de la idea de negocio, el conocimiento que tenía del oficio al que se refería su idea y confrontar los resultados del test.

La tabulación del test arrojó una relación de 11 mujeres que cumplían las condiciones para consolidar su idea de negocio. Por último, se llamó a cada una de las mujeres emprendedoras seleccionadas y se les comunicó el resultado de la evaluación indicándoles que decidieran continuar o no con el proceso.

#### **4.4.2 Confrontación del emprendedor con su idea**

La finalidad de confrontar a la emprendedora con su idea de negocio, es llevarla a conocer muy bien su producto, definir el mercado y el canal de distribución más apropiado.

Las 11 mujeres seleccionadas mostraron tener un conocimiento profundo de la idea de negocio, valoración del producto y de la competencia e idea de negocio definida.

Durante las sesiones individuales y grupales realizadas, se cuestionó a la beneficiaria sobre aspectos claves de su idea de negocio como son: producto, mercado, competencia entre otros. Lo que se buscó con esto fue crear inquietud para que la beneficiaria realizara una investigación más profunda del producto y del mercado y tuviese una idea más clara de su proyecto como por ejemplo: perfil del cliente, qué lo mueve a comprar, poder adquisitivo, zona de comercialización, etc. Adicionalmente, la beneficiaria realizó su matriz DOFA para conocer mejor su producto frente a la competencia.

#### **4.4.3 Análisis de costos**

El objetivo es construir el proceso productivo por actividades, con el fin de analizar costos variables, capacidad máxima de producción, costos fijos, margen propuesto y finalmente tener un punto de chequeo entre el precio de mercado y el precio sugerido.

En esta parte las mujeres se lanzaron a describir e investigar: precio de las materias primas, proveedores existentes, financiación de las materias primas, costo de la maquinaria necesaria para cada actividad, análisis del local, análisis del personal.

#### **4.4.4 Análisis de viabilidad**

Este análisis tuvo como finalidad lograr un mayor acercamiento de la beneficiaria al mercado objetivo y tener datos reales que consolide su idea. Este análisis consistió en conocer los precios de compra y venta, diseñar las estrategias de mercado, analizar el punto de equilibrio, analizar la viabilidad según distintos escenarios y entrega de plan de negocios.

Es importante señalar que las emprendedoras analizaron, a través de una encuesta, el nivel de aceptación del producto en el mercado.

Al finalizar esta sub fase se tabuló e interpretó la información de las encuestas y se escogieron las estrategias de mercado más adecuadas.

Durante todo este proceso, de las 11 mujeres que empezaron a asistir a las sesiones grupales o individuales sólo 6 analizaron la viabilidad de la idea de negocio y entregaron el plan de negocios terminado.

Después de analizar la viabilidad del plan, se explicó a la emprendedora los pasos a seguir para el montaje de la empresa según el negocio y sus características específicas. También se les informó sobre el micro crédito, componente del proyecto y la documentación que deberían alcanzar.

Se entregó un cronograma de actividades por cada microempresaria con el fin de dar un acompañamiento a la emprendedora durante el montaje de la empresa respecto a la financiación, adquisición o acondicionamiento del local y selección de proveedores. El seguimiento se concretó en 3 visitas a cada una de las mujeres en las que se trabajó lo siguiente: asesoría en dudas puntuales, asesoría en costos y contabilidad básica, asesoría en estrategias de mercado.

Adicionalmente se realizaron visitas a las viviendas de las emprendedoras para conocer sus condiciones, ubicación de los negocios y apoyo de los familiares a la iniciativa. El contacto personal con la familia fue clave para comprometerla con la idea de negocio a constituir.

## 5. Acceso al micro crédito

La alta concentración de la infraestructura financiera formal y la ausencia de tecnologías financieras adecuadas en los países en desarrollo han restringido el acceso de los hogares y microempresarios pobres a los servicios financieros (Valdivia, 2004)

Las microfinanzas conllevan un sentido social que las diferencia de otras prácticas financieras, otorgan un valor agregado al buscar mejorar las condiciones de vida de la población meta a quienes están dirigidas. También llevan inmersa la prestación de servicios de desarrollo empresarial a los clientes lo cual incrementa sus competencias personales (Orozco,2007)

El financiamiento bajo la modalidad del fondo rotatorio es notablemente distinto a la actividad de la banca tradicional. Una diferencia es la referida a la eliminación de “garantías” que es reemplazada por la capacitación y compromiso. La base de este esquema es la confianza mutua entre los individuos y el apoyo a los grupos solidarios o de “afinidad”.

Es importante señalar que para acceder al micro crédito, las mujeres decidieron optar por los **créditos individuales con garantías solidarias** aceptando avalarse unas a otras y asumiendo el pago de las otras en caso no puedan pagar hasta 3 cuotas como máximo.

El objetivo era no sólo otorgar el crédito individual sino que se desarrollaran formas cooperativas dirigidas a compensar la debilidad de sus ingresos con las garantías colectivas que trasladan el riesgo a los usuarios. Así, la lucha contra la pobreza, pasa por el apoyo del emprendimiento, siendo el crédito un medio para el desarrollo social pero no el único.

Estas 6 mujeres decidieron y formar una Asociación de mujeres con junta directiva propia para avalarse colectivamente y guiarse por normas establecidas por el grupo y el programa.

La baja tasa de interés (13%) es compensada por la asistencia de las integrantes a las reuniones del grupo, la participación en la capacitación continua que brinda la institución colaboradora, la participación en el seguimiento y monitoreo de los otros negocios, el aval solidario al resto de grupo de beneficiarias. Las mujeres con planes de negocios listos y viables siguieron las siguientes sub fases solicitud, aprobación y desembolso del dinero.

## 6. Conclusiones

- La problemática por la que atraviesan las mujeres de Cañete puede revertirse a través de oportunidades de capacitación integral y acceso a fuentes de financiamiento que les permitan liderar sus actividades productivas y dinamizar sus acciones económicas mediante el autoempleo.
- La intervención buscó una alternativa de solución a este problema a través del proyecto “DESARROLLO DE LA MUJER EN LAS COMUNIDADES RURALES DEL VALLE DE CAÑETE - PERÚ” brindando una forma distinta de intervención vinculando capacitación – crédito – empresa formada, en una metodología que va filtrando a las mujeres según sus habilidades emprendedoras.
- En el Valle de Cañete, Condoray a desarrollado propuestas y metodologías orientadas a capacitar a la mujer y permitirle acceder a fuentes de información y financiamiento concretas para impulsar actividades productivas rentables, desarrollando una mentalidad empresarial y liderazgo que le permita generar, por sus propios medios, un cambio personal, familiar, económico y comunitario para hacer frente a la lucha contra la pobreza encaminarlas al desarrollo sostenible.
- Los resultados de la metodología aplicada permiten ver que la sostenibilidad de los micro proyectos guardan relación directa con nivel de formación, asimilación y autonomía adquirido por las mujeres durante el proceso y el éxito del negocio depende en gran medida de los filtros diseñados durante la fase de asesoría que van seleccionando mujeres con verdadero potencial emprendedor. De las 111 mujeres que iniciaron la capacitación sólo 6 concluyeron todas las fases. Actualmente después de 20 meses de ejecutado el proyecto existen 5 negocios formados y funcionando (83%).
- Estos negocios impulsan el desarrollo de las comunidades, son fuente de ingreso para las familias y motivo de mejora de las decisiones de las microempresarias. Algunas de ellas se capacitan en cursos de dirección de pequeños negocios para gestionar mejor el que ya tienen. Esto ha permitido diversificar sus productos, hacer ampliaciones, mejorar la infraestructura y ofrecer una mejor atención a los clientes.
- Se hace necesario incrementar la carga horaria en intervenciones de desarrollo productivo, considerando que las mujeres se motivan durante el proceso y lo solicitan. También, se comprobó que la encuesta inicial no reflejó la capacidad emprendedora de la entrevistada, por lo que es necesario incluir otros indicadores.
- La metodología abre otros campos de investigación futura como los relacionados a los grupos de garantía y su constitución en asociaciones que fortalezca los negocios formados y hagan más dinámico el sector. Adicionalmente, la metodología ha demostrado la factibilidad de unir proyectos financiados por entidades diferentes bajo una metodología única.

## Bibliografía

Aliaga L., Micro crédito y desarrollo comunitario: Alternativa, Centro de investigación social y educación popular, departamento de investigación. Serie Desarrollo y políticas sociales N° 3, 2003

Alvarado G., Las ONG y el crédito para las mujeres de menores ingresos: Debates sobre el desarrollo. Instituto de estudios Peruanos. Lima 2004

Escobal J. y Valdivia M., Perú: hacia una estrategia de desarrollo para la sierra rural Lima – GRADE 2004

Ferrero A., Tratado de Libre Comercio Perú – Estados Unidos. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo – MINCETUR, Lima 16 de junio 2004.

Gulli H., Microfinanzas y pobreza: ¿Son validas las ideas preconcebidas? BID1999

Informe Final Proyecto: “Desarrollo de la mujer en las comunidades rurales del valle de Cañete Perú” Anexo 7: Manual de Crédito, 2007

Mendieta C., y Agreda V., Propuestas para una economía rural competitiva e incluyente, en el marco de un desarrollo territorial Lima: CIES 2006

Orozco E., Los bancos comunales como una alternativa de financiamiento para el desarrollo de las empresarias propietarias de microempresas. Revista académica ECO, Febrero 2007

Plan Estratégico de Desarrollo de la Provincia de Cañete. Visión al Futuro 2005. Comisión de la Universidad Nacional Agraria La Molina para el Convenio Marco. La Molina, Diciembre 1998

Salaverry J., El crédito agrario en el Perú. Banco Central de Reserva del Perú. Lima 1983

Saldaña A., La banca de los pobres: Hacia una nueva visión del crédito. Lima M&G Editores 2006

Trivelli C., Micro crédito en el Perú: Quienes piden, quienes dan. Lima CIES 2002

Valdivia M., Del banco Agrario a las cajas rurales: pautas para la construcción de un nuevos sistema financiero rural. Lima: GRADE, 1995 (Notas para el debate N° 13)

Valdivia M., Acerca de la dinámica de los bancos comunales y la sostenibilidad de las instituciones financieras que las promueven: Aprendiendo de la experiencia de Finca Perú. Lima: GRADE, 2004.

## **Correspondencia**

Milagros del Pilar Panta Monteza.  
Centro de Formación Profesional para la mujer - Condoray  
Av. Condoray N° 120 San Vicente de Cañete (Perú)  
Phone: + 511 5812766  
Fax: + 511 5813443  
E-mail : [mppanta@yahoo.com](mailto:mppanta@yahoo.com)