



# **Evaluación intermedia de la fase V de PROMIFIN**

## **Informe Final** (VERSIÓN EJECUTIVA)

**Ciente:** Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación (COSUDE)

**De:** Fundación Internacional para el Desafío Económico Global (FIDEG)

---

**Consultoría:** Revisión Externa PROMIFIN FASE V

**Fecha:** 27 de Diciembre 2012

---

[www.fideg.org](http://www.fideg.org)

[www.elobservadoreconomico.com](http://www.elobservadoreconomico.com)

[presidencia@fideg.org](mailto:presidencia@fideg.org), [info@fideg.org](mailto:info@fideg.org)

Bolonia, de Price Smart 2 c. al norte.  
Managua, Nicaragua

T. (505) 22668708/09

F. (505) 22668711x111

**TABLA DE CONTENIDO**

SIGLAS .....	iii
I. INTRODUCCION.....	1
II. MARCO CONCEPTUAL DE LA EVALUACION.....	1
III. BREVE RESEÑA METODOLÓGICA .....	<a href="#">Error! Bookmark not defined.2</a>
IV. PRESENTACION DE LOS HALLAZGOS.....	5
1. Caracterización de los hogares / clientes de SCG y beneficiarios de la EF .....	6
2. Impactos detectados en la economía y los satisfactores sociales de los hogares .....	8
3. Los factores del cambio: el acceso al crédito, sus efectos en las microempresas, y la educación financiera .....	12
4. Percepción y apropiación de los mensajes radiales de EF .....	21
V. RESPECTO A LOS INSUMOS PROVISTOS POR LAS IMF'S .....	22

## SIGLAS

ACP:	Actividades por Cuenta Propia <sup>1</sup> .
AFC:	Análisis Factorial de Correspondencias.
BC:	Bancos Comunes.
CC:	Clientes consolidados = Tratamiento (T).
CN:	Clientes nuevos = Control (C).
EF:	Educación Financiera.
EMF:	Entidades Microfinancieras.
GS:	Grupos Solidarios.
ME:	Microempresas.
PEA:	Población Económicamente Activa.
SCG:	Servicio Financiero Grupal.

\*\*\*

<sup>1</sup> Término usado como sinónimo de microempresa, aunque puede tener un sentido más amplio al abarcar también las unidades de producción agropecuarias.

## I. INTRODUCCION

El Programa de Fomento de Servicios Financieros para Poblaciones de Bajos Ingresos (PROMIFIN) inició sus actividades en 1999. A partir del 2003, amplió su cobertura de Nicaragua a Honduras y El Salvador, concentrando su asistencia en el desarrollo de tecnología y fortalecimiento de Servicios Financieros dirigidos a poblaciones de bajos ingresos. A partir de agosto 2009, en su fase V (objeto de la presente evaluación), la estrategia de PROMIFIN “se caracteriza por un enfoque hacia segmentos de poblaciones más pobres, de áreas rurales, así como la atención a actividades productivas, tratando de promover un enfoque más orientado hacia la demanda”.

El estudio cuyos resultados son presentados a continuación tiene por propósito general verificar en qué medida la intención plasmada en la citación anterior se verifica en la práctica, hasta la fecha. Se enmarca en el objetivo de la revisión de medio término de la fase V de PROMIFIN, cuyo propósito general es, según los TDR, “valorar el avance de lo programado y la viabilidad de futuros aportes de Suiza en el tema de servicios financieros; este ejercicio conlleva realizar una valoración sobre la estrategia general de implementación del programa y la pertinencia de sus diferentes acciones parciales”.

## II. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO DE LA EVALUACION

El marco lógico general del PROMIFIN apunta a un objetivo superior que a su vez es una contribución al objetivo para la Cooperación suiza y de los operadores del desarrollo en general: el bienestar o nivel de vida de los pobres, cuál debe ser en última instancia el objeto de evaluación. El supuesto a verificar es que “teniendo ingreso y empleo se alcanzará indirectamente el objetivo final, lo cual supone tener indicadores adecuados, así como establecer las relaciones causales pertinentes, por ejemplo dimensionar el *peso* relativo de la mejoría obtenida del ingreso y empleo en los medios de vida del hogar. Para ello fue preciso determinar el *baseline* de la intervención, dimensionando algunos aspectos típicos de los medios de vida en general.

El modelo de intervención del cual trata de evaluar los efectos y los impactos está organizado en función de dos cadenas causales: una a partir de la Educación financiera (EF) y otra a partir de los Servicios de crédito grupal (SCG). Con la EF, se introducen mensajes con los cuales, siendo apropiado su contenido y convertido en actas por los receptores de los mismos, se incrementa el ahorro de los hogares. Dependiendo de la forma de este ahorro, tendrá un rédito en el **ingreso**, si es convertido en activos productivos<sup>2</sup>.

A partir del Crédito grupal la cadena causal para por los diferentes **usos** del mismo, estos pudiendo cambiar para el mismo usuario / familia, en función de la recurrencia y del monto, ambos correlacionados con el tiempo. De acuerdo a los usos, se tipifica posibles impactos. Así se obtiene la **utilidad bruta** y otras variables de importancia como el **empleo familiar** y bienes intangibles, como el **aprendizaje**. La utilidad bruta, a medida que es realizado, se traduce en cambio en el **ingreso familiar**.

---

<sup>2</sup> En los resultados, se verá que por el momento el efecto de la educación financiera en el ahorro no se puede evidenciar, y que el efecto dominante sobre el incremento de las actividades generadoras de ingreso es el del crédito, pero que la EF tiene otros beneficios generales en cuanto que coadyuva al funcionamiento del SCG.

El ingreso familiar se aprecia en sus diferentes fuentes y formas, incluidos los subsidios de otros programas estatales, y así se puede relativizar la contribución de la utilidad bruta adicional de las actividades por cuenta propia (atribuible o no al uso del crédito). A su vez, el ingreso familiar incrementado se traduce en cambios en la **capitalización doméstica**, en nuevas inversiones o en incremento del gasto corriente, en sus diversas categorías, en proporciones diversas.

En base a esta concepción de la cadena causal del Programa, y con el diseño metodológico que se expone en detalle en el “Protocolo metodológico” (documento separado), se obtuvieron los resultados de la investigación.

La evaluación se enfocó en las siguientes variables indicadoras de los resultados a diferentes niveles lógicos.

Variables de efectos vinculadas a EF: Aprendizaje rigor financiero, Nivel y composición del gasto, Nivel del ahorro según sus formas, Capacidad de pago percibida.

Variables de efectos vinculadas a SCG: Costo de transacción, Beneficios colaterales, Calidad percibida, Acceso y uso del crédito grupal.

Variables de impacto: Dinámica micro-empresarial (Empleo, Beneficio neto), Cambio en ingreso familiar (relativo y absoluto), Capitalización doméstica y productiva, Nivel de bienestar (tangible e intangible) de las familias.

A estas variables dependientes se agregan diferentes variables instrumentales potencialmente explicativas, y de control: Composición sociodemográfica de la familia y capital humano, Características del entorno, acceso a bienes públicos o semipúblicos, Empleo familiar y sus características (incluyendo migración), Ingreso familiar por otras fuentes (incluyendo transferencias), Otras fuentes de crédito y sus usos.

La primera etapa del análisis está basada en estadísticas descriptivas. Para cada uno de los indicadores pertinentes para cada nivel lógico y ámbito de resultados, el plan de análisis previsto permitirá la desagregación de los datos de acuerdo con jerarquías similares en ambos países.

Para **construir el grupo de comparación**, necesario para estimar los efectos e impactos “incrementales”, es decir atribuible razonablemente al acceso del SCG y de la EF, y dada la imposibilidad práctica de levantar una encuesta en hogares no usuarios del crédito grupal, se optó por una solución factible que consiste en cruzar los efectos observados por el estrato de antigüedad en la utilización de los SF grupales, al comparar las observaciones acerca de los que están comenzando a recibir y hacer uso de los SF (=CLIENTES NUEVOS, con 1 a 3 ciclos solamente) con las mismas variables en el caso de los hogares que ya han hecho repetidas veces uso de los mismos (=CLIENTES CONSOLIDADOS, con 7 ciclos o más). Las diferencias observadas en las variables de efectos entre ambos estratos proporcionaron la medición de la doble diferencia.

El postulado metodológico fundamental de estudio, es que la diferencia entre clientes consolidados y nuevos se debe a que estos últimos han tenido mayor exposición al crédito via SCG, *pero son similares en todos los demás aspectos*, y por ende las diferencias significativas observadas entre los dos grupos, en variables que indican efectos del uso del crédito, son *atribuibles* al crédito. Además, el signo y la

intensidad de las diferencias entre CC y CN se relacionan con la forma de la función de respuesta de las variables consideradas al crédito adicional.

No obstante, es posible que, antes de la exposición al crédito, los dos grupos hayan presentado alguna diferencia en cuanto al nivel de esta misma variable, pues similitud no significa identidad. Para eliminar del cambio longitudinal observado tanto en CN como en CC, considerando las posibles diferencias iniciales entre ellos, se aplica el método de la doble diferencia.

El **método de cálculo de la doble diferencia**, que se aplica en varias ocasiones en este capítulo y en el capítulo 5, consiste en calcular la Variación inter-temporal del tratamiento menos la Variación inter-temporal del control. Se puede explicar simplemente con el ejemplo siguiente:  $(547.6 - 207.0) - (361.6 - 201.4) = 340.6 - 160.2 = 180.4$ . Por eso decimos que, del aumento de 340 US\$ en utilidad, “poco más de la mitad”, 180 US\$ son atribuibles al crédito adicional, asumiendo que la exposición al crédito mayor es el único aspecto de la realidad que cambia para los consolidados en relación a los nuevos.

Por otra parte, cabe señalar que la comparación entre CC y CN provee una aproximación válida (Tratamiento y Control) para los cambios inducidos por el crédito pero son equivalentes a “antes” y “ahora” para lo que se refiere a los cambios en la intervención (sea por la oferta o por la demanda).

Para no volver más compleja y engorrosa la lectura de las tablas, no se agregó a cada una de ellas un análisis de varianza, no obstante, se cuidó de mantener el análisis comparativo de las medias en un nivel de agregación suficiente para que *todas* sean estadísticamente significativas. Esta es la razón por la cual las conclusiones, tanto de la estadística descriptiva como de los modelos, se refieren a la muestra en su conjunto, o eventualmente a la separación por país, y no se entró en un análisis de tipo no paramétrico para introducir simultáneamente todas las estratificaciones (país, lugar de residencia, tipo de grupos), pues ello hubiera automáticamente afectado la significancia de las diferencias, fragilizando por ende las conclusiones que se hubiera sacado de ellas.

En la segunda etapa del análisis se trata de explicar los resultados obtenidos, para lo cual recurre a la especificación de tres **modelos de regresión lineal múltiple**, para estimar tres hipótesis:

1. El beneficio neto de las ACP se incrementa con el recurso del crédito (SCG)
2. La renta disponible de los hogares se incrementa con el beneficio neto de las ACP
3. El incremento de la cartera de activos de los hogares depende de la EF.

La cadena causal del Programa que describen los 2 primeros modelos se puede resumir con el argumento que el crédito (SCG) conduce a una mayor renta disponible de los hogares, a través del aumento de la inversión y/o capital de trabajo de las ACP, asumiendo condiciones favorables a un incremento del beneficio neto. Luego, es posible que el incremento de la renta disponible de los hogares se traduzca en incremento del consumo, o de la inversión, o de ambas, dependiendo de sus estrategias de vida.

Por otra parte, el tercer modelo de regresión apunta a la otra cadena causal del Programa, la cual se basa en el argumento que la EF induce modificaciones en los comportamientos de los hogares aumentando la propensión al ahorro, eventualmente a expensas del consumo.

Dado que los dos tratamientos son combinados (la EF se imparte de manera presencial a personas que ya son clientes del SCG), la determinación estadística del consumo sería compleja y requeriría de un modelo muy fino para detectar los diversos cambios y atribuirlos. Además, en el protocolo de la investigación se advirtió que la información que se levantaría acerca del consumo sería solamente en el corte transversal actual, no así sobre el pasado, porque no tendría validez hacerlo, dada la imprecisión de este tipo de levantamiento. Por todas estas razones, no se planteó hacer un modelo econométrico para el consumo, ni siquiera usando las mismas variables explicativas que para el ingreso.

En relación a las **características del universo de clientes de las EMF a partir del cual se construye el universo de estudio** (tema ampliamente desarrollado en el Protocolo de la Evaluación, Abril 2012) se debe recalcar que se parte de un universo completo de 10,867 clientes en Nicaragua y de un universo reducido (por la concentración en ciertas áreas geográficas, pero guardando representatividad en el país) de 8,169 clientes en Honduras (el universo original es de 15,306 clientes).

De estos, en Nicaragua, se encuentran un 60% en zonas urbanas y las demás rurales, por diferencia<sup>3</sup>. En el caso de Honduras, solamente 4.5% de los clientes del sub-universo priorizado estaban clasificados como rurales, y el resto, o sea la casi totalidad, como urbanos. No obstante, esta aproximación inicial, basada en el tratamiento de su propia información por las EMF (las cuales toman como criterio la ubicación de la Agencia, no de los clientes) fue contrastada con la observación de campo que permitió determinar el tipo de localidad: urbano, periurbano y rural.

De acuerdo a la observación, la distribución final es, para los clientes urbanos de 49% en Nicaragua y de 59% en Honduras (y por ende 51% y 41% respectivamente para los clientes rurales).

\*\*\*

---

<sup>3</sup> En algunos casos, se pudo establecer una distinción más precisa entre el ámbito urbano y el periurbano, sobre todo para los clientes de BC. Como éstos se encuentran principalmente en pueblos funcionalmente “rurales”, aunque de hábitat concentrado, como son Teustepe, Esquipulas y Ciudad Darío, se consideró finalmente el ámbito periurbano como urbano.

### III. PRESENTACION DE LOS HALLAZGOS

Nivel Lógico	Variables de resultados en las dos cadenas y sus contribuciones conjuntas al desarrollo: Comparaciones entre valores de cambio en CC y CN	
Impacto indirecto 2	<ul style="list-style-type: none"> <li>Nivel de bienestar de las familias:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento del Capital doméstico = <b>+ 449.7 USD (CC) vs. + 134.5 USD (CN)</b></li> <li>Nivel y calidad del gasto familiar = <b>No medido</b><sup>4</sup></li> </ul> </li> <li>Empoderamiento / Autopercepción positiva = <b>98% (CC) vs. 94% (CN)</b></li> <li>Seguridad humana = <b>El grupo como un apoyo “en caso de necesidad”.</b></li> </ul>	
Impactos indirectos	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reducción en desempleo = <b>- 4.8% (CC) vs. - 2.0% (CN)</b></li> <li>Incremento en el ingreso familiar relativo = <b>+ 32.8% (CC) vs. + 20.8% (CN)</b></li> <li>Incremento en el ingreso familiar absoluto = <b>+ 144.8 USD (CC) vs. + 105.9 USD (CN)</b></li> </ul>	
Impactos directos (inducidos en los agentes privados)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Dinámica micro-empresarial:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento del equipamiento = <b>+ 47.1% (CC) vs. 26.3% (CN)</b></li> <li>Incremento del empleo total = <b>+ 114.6% (CC) vs. 108.0% (CN)</b></li> <li>Incremento en el uso de insumos = <b>+ 63.7% (CC) vs. 26.3% (CN)</b></li> <li>Incremento de la Utilidad bruta = <b>+ 164.5% (CC) vs. 79.5% (CN)</b></li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Incremento del ahorro = <b>+ 250.1% (CC) vs. 117.0% (CN)</b></li> <li>% de Hogares que incrementaron la inversión en la ACP = <b>+ 39.6% (CC) vs. 31.5% (CN)</b></li> <li>Cambio diferencial en la composición del gasto (para todos los Clientes expuestos a la EF) = <b>+1.2% para inversión / -1.6% para gasto básicos</b></li> <li>Capacidad de pago = <b>(no medido)</b></li> </ul>
Efectos EMF	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acceso y uso productivo del crédito grupal.               <ul style="list-style-type: none"> <li>% de hogares sin acceso a otras fuentes = <b>60.4% (CC) vs. 62.0% (CN)</b></li> <li>% uso productivo del crédito = <b>90.1% (CC) vs. 85.8% (CN)</b></li> </ul> </li> <li>Satisfacción acerca de los SCG y EF:               <ul style="list-style-type: none"> <li>% de clientes que expresan satisfacción por los montos, cuotas y plazos = <b>89.3% (CC) vs. 85.5% (CN)</b></li> <li>% de clientes que consideran que los intereses son altos o = <b>12.7% (CC) vs. 15.8% (CN)</b></li> </ul> </li> <li>Índice de Satisfacción de los Clientes respecto a la Calidad Funcional = <b>1.5 – 1.7 (en escala – 2 a + 2), tanto para CC como para CN</b></li> <li>Costo de transacción:               <ul style="list-style-type: none"> <li>Horas totales dedicadas al proceso de solicitud = <b>123.0 (CC) vs. 19.8 (CN)</b></li> <li>Horas totales dedicadas a la gestión del desembolso = <b>5.7 (CC) vs. 5.0 (CN)</b></li> </ul> </li> </ul>	

<sup>4</sup> El gasto doméstico solo fue medido para la línea de base. Es posible que se den cambios, pero la metodología para medirlos con alguna precisión no era factible dada la metodología de la encuesta. Se considera por ende solamente como una variable estructural.



Nivel Lógico	Variables de resultados en las dos cadenas y sus contribuciones conjuntas al desarrollo: Comparaciones entre valores de cambio en CC y CN				
Efectos PROMIFIN = Productos EMF	<ul style="list-style-type: none"> <li>Servicio de crédito según modalidad (SCG).               <ul style="list-style-type: none"> <li>Cobertura = (dato no construido)</li> <li>Universo de la evaluación:</li> </ul> </li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Educación financiera (EF, en combinación o no con SC) (recepción). Cobertura (modalidad presencial) = &lt; <b>60% de los clientes de SCG</b> Cobertura (modalidad radial) =</li> </ul>		
	MODALIDAD	NICARAGUA		HONDURAS	
		Clientes	Grupos	Clientes	Grupos
	GS	7,294	2,260	8,767	2,160
	BC / Cajas R.	3,573	280	6,539	590
	<b>Totales</b>	<b>10,867</b>	<b>-</b>	<b>15,306</b>	<b>-</b>

## 1. Caracterización de los hogares / clientes de SCG y beneficiarios de la EF

En la situación *antes* del crédito grupal, los hogares usuarios de los SCG, miembros de los BC o GS, tienen las características demográficas y socioeconómicas siguientes (datos consolidados en la tabla sinóptica 1):

**La gran mayoría de los clientes son mujeres:** 91% en los CC, sin diferencias significativas entre los países, ni entre las metodologías, ni entre áreas de residencia, pero 83% en los CN. La disminución en 8.6% de la frecuencia de mujeres (un incremento en 83.8% de la proporción de hombres) puede ser interpretada como una tendencia a incorporar más hombres entre los clientes nuevos por parte de las EMF (tal vez por efecto de una mayor expresión de demanda de parte de los varones), o bien porque en los consolidados hay una tasa de sobrevivencia menor de parte de los hombres.

La metodología de SCG, que se enfoca en perceptores de ingresos y tenedores de activos, **no tiene sesgo favorable a los jóvenes**, los cuales están sub-representados en relación a su peso en la población (aunque no necesariamente en relación a su peso en la PEA).

El **analfabetismo del universo de clientes (7 – 8% urbano, 11 – 12% rural) es considerablemente menor al promedio nacional** tanto en Nicaragua como en Honduras, en ambas áreas de residencia. El número de años promedio de estudio, al contrario, es estable en todos los segmentos, alrededor de 6 años.

Cerca del **44% de los clientes consolidados reciben remesas de amigos o parientes**, bajo distintas modalidades. Los montos promedios son estables (18 – 19 US\$ / mes), o se aumentan levemente en los consolidados de algunos segmentos. Al contrario, el porcentaje de los clientes que reciben algún tipo de apoyo directo (transferencias) de parte de los Gobiernos es menor (alrededor de 28%). Las transferencias de parte de las ONGs solo alcanzan al 4 – 5% de la población en promedio, aunque con más peso en Nicaragua, en medio rural.

La **calidad de las condiciones de hábitat** es una característica estructural de los hogares para la cual no se observa diferencias significativas entre CN y CC, comprobando la validez de la construcción cuasi experimental. El hallazgo más relevante es que *la población de los clientes en todos los segmentos es menos pobre de lo que esperaba*, lo que se confirma por todas las metodologías de medición.

El **ingreso familiar promedio per cápita** equivale a casi 4 US\$ per cápita / día, dos veces más que la línea de pobreza general. Este dato corrobora las observaciones acerca de los niveles de educación y la calidad de la vivienda. En el caso de los CC, solamente un 37.2% de los clientes son pobres en la categoría de pobreza general, de los cuales 18.2% viven en pobreza extrema, y un 33.3% en el caso de los CN (14.4% en extrema pobreza). Examinando las diferencias entre los segmentos, es en Honduras, en la categoría de los BC donde se encuentran más los hogares debajo de la línea de pobreza general (45%) y extrema (23%).

En el otro extremo, se encuentra también un pequeño segmento de clase media (o “no pobres superiores”) con ingreso per cápita arriba de 500 US\$ mensuales (1.5 – 1.7%), más entre los rurales (2%) que entre los urbanos, lo que podría resultar de una estrategia de captación del pequeño ahorro local en medio rural. No obstante, el segmento mayoritario de la distribución se encuentra en el estrato de “no pobres intermedios” (con ingresos per cápita de más de 60 US\$ mensuales, pero con menos de 500 US\$), que son el 57.9% del total en los CC y el 62.3% en los CN<sup>5</sup>.

Una situación similar se observa con la **distribución estimada del capital doméstico**, en la cual los hogares en Honduras, en particular los hogares en los GS urbanos tienen un nivel de capital doméstico superior a la media. Solo el 40% tienen activos domésticos con un valor total estimado por debajo de 600 US\$.

Desde la **perspectiva del consumo**, se llega a conclusiones similares. Basado en el método de línea de pobreza utilizando el consumo como medida de bienestar, se observa que sólo el 9% de los hogares de los CC y 11% de los hogares de los CN clasifican como pobres extremos, con diferencias no significativas entre los dos países, y que tanto en el segmento rural como en el urbano, esta proporción es similar a su incidencia actual según las estadísticas más recientes. Una conclusión similar aplica para la pobreza general, cuya prevalencia en CC y CN respectivamente es de 33 – 38% (según los datos de la Tabla 1.8c del Documento completo) es comparable con el rango de 32.7 – 38.4% (datos mencionados antes, basados en la distribución del ingreso per cápita)<sup>6</sup>.

La **distribución del gasto doméstico por rubros** tampoco es una distribución típica de la extrema pobreza (en la cual el gasto en alimentos puede alcanzar alrededor del 65% del gasto total) sino más bien *de pequeña clase media*, con una significativa propensión al ahorro y la inversión (11 – 12%), que es coherente con la selección de clientes relacionada con la metodología micro financiera en general.

Una sorprendente coincidencia se observa con las **percepciones de los hogares** respecto a su situación de pobreza (Tabla 1.9). En efecto, la auto-calificación como “pobres” es de 32.5% para los clientes consolidados, contra 32.7% de pobreza general según el método de línea, mientras que en los clientes nuevos la proporción de 39.8% es muy cercana al 38.4% de la tabla 1.8c. Cabe recordar que la auto-calificación se refiere al momento actual, al igual que la medición por el método de línea.

<sup>5</sup> Estos datos provienen de la tabla 1.6b del Documento completo.

<sup>6</sup> Cabe señalar que la coincidencia entre los dos rangos es aproximativa, pues en el caso de la pobreza por ingreso es el segmento CC que está en el borde más alto con 37%, mientras que este mismo segmento se encuentra en el borde inferior en el caso de la pobreza según la línea del gasto, con 33%. En cualquier caso, si se considera la población en su conjunto, ambas mediciones arrojan una cifra media de 35% para la pobreza general, lo que realmente es una coincidencia sorprendente, considerando que se trata de dos metodologías diferentes, a la par de la cual las variaciones de + o – 2% no son significativas.

En conclusión, respondiendo a uno de los objetivos de la evaluación, se puede concluir que **la metodología de SCG llega a un abanico de hogares pobres y no pobres**. Si se compara con el objetivo del marco programático de la fase V, del PROMIFIN en general, y de la cooperación suiza al fin de cuenta, el de más de un 60% de clientes no pobres señala un problema inherente a la metodología financiera en general como mecanismo de solución de la pobreza extrema, a no ser que se vea en términos relativos, es decir que, comparativamente, la metodología grupal podría llegar a más pobres generales o extremos que otras metodologías tradicionales de financiamiento.

En cuanto a la situación económica desde la perspectiva de la generación del ingreso, se observó que la distribución de las frecuencias por ramas de actividad en la situación anterior al primer crédito grupal muestra a la vez marcadas diferencias entre los segmentos y una evolución en el tiempo, la cual atribuible a un cambio en la composición de los clientes con el tiempo, sea por política de las EMF o por autoselección de los clientes. Entre los cambios tendenciales se observa un mayor peso de la producción agropecuaria, en ambos países (15% en CC y 24% en CN), aunque estructuralmente se queda muy por debajo del 70 - 80% de ocupación de la PEA rural.

Correlativamente, baja la proporción de clientes dedicados a actividades del sector de servicios, en las cuales el comercio ocupa la mayor parte, así como la proporción dedicada a actividades de transformación. Este resultado parece sugerir que, en un inicio la nueva metodología se orientó hacia actividades más complejas a partir de procesos de acumulación, pero luego se expandió en base a actividades de mayor rapidez de acumulación, como el comercio.

Claramente domina el sector de ACP, mucho más que en el nivel nacional (75.7% en los CC), por sesgo estructural del Programa, que responde de esta manera a su mandato de concentrarse en las actividades productivas directas de los hogares. Es también netamente menor entre los CN (68.8%), lo cual significa una mayor apertura reciente hacia otros segmentos, principalmente los empleados.

## 2. Impactos detectados en la economía y los satisfactores sociales de los hogares

Son considerados impactos directos de la intervención los cambios en el mundo de vida familiar que son consecuencias atribuibles a los usos del crédito obtenido por la vía de SCG y/o del ahorro familiar estimulado por la EF, a sabiendas que no se trata de ajustes mecánicos sino de prácticas sociales, posibilitadas por la mejoría económica, pero sobre-determinadas por decisiones que dependen de un conjunto de parámetros propios de la racionalidad familiar y del contexto particular de cada hogar.

Las transformaciones analizadas sucesivamente son: el incremento en la ocupación familiar total, las decisiones acerca del usos de las ganancias generadas por las ACP, el incremento de la remuneración personal a partir del uso de las ganancias, el incremento global del ingreso familiar y los cambios en el nivel de bienestar, medido a través de variables de acumulación (bienestar material). En cuanto a los impactos intangibles, se analiza el empoderamiento individual y las ventajas adicionales generadas por el capital social constituido por los grupos sociales y bancos comunales. (Los datos están consolidados en la tabla sinóptica 5).

En primer lugar, se observa que **se reduce la tasa de desocupación de la PEA familiar en 2.8 puntos porcentuales más en los CC que en los CN**, lo que es coherente con la comprensión que tienen los clientes acerca de los factores del cambio ocupacional: entre los que señalaron cambios positivos (75% de los casos), cerca del 24% (sobre el total de situaciones con cambios) son atribuibles al inicio de una ACP, sea por la persona entrevistada o por otra persona del hogar.

Una confirmación más contundente se obtuvo con el **empleo familiar en la ACP**, cuya medición arroja un incremento diferencial entre tratamiento y control de 164 horas de trabajo al mes, equivalente a una persona activa más de tiempo completo por hogar. El fenómeno es similar en los dos países, y presenta poca variación en función de la metodología grupal, pero es sensible al lugar de residencia: el incremento notable en medio urbano es el doble del que se observa en lo rural.

En cuanto al devenir del ingreso adicional generado por este incremento de actividad, en el caso de los clientes consolidados, **el 58% de las ganancias de las ACP es reinvertido en la actividad misma, contra un 38% dedicado a satisfactores básicos como vivienda, alimentación, etc.** (41% en los BC y rurales y 32% en los GS y urbanos). El patrón de comportamiento de esta variable es similar en el caso de los clientes nuevos (56% de reinversión, 36% en consumo)<sup>7</sup>.

No obstante, **tanto en los CC como en los CN se observa un incremento del ingreso total declarado por los hogares, pero no se presenta una diferencia significativa entre los ingresos procedentes de sus miembros ocupados en una ACP en ambos grupos**, a diferencia de lo que ocurre en la categoría de remuneración por actividades asalariadas<sup>8</sup>.

La comparación del cambio en el ingreso familiar total entre “antes” y “ahora” para los clientes consolidados versus los clientes nuevos arroja sin embargo **una doble diferencia del 12% en promedio para el conjunto de la muestra** (según la tabla 5.4a del Documento completo), sin diferencia entre los segmentos por la metodología grupal, con mayor intensidad en la Nicaragua rural (15%) que en Honduras urbano (9%). No obstante, estos datos deben ser tomados con cautela por el sub-registro del ingreso por ACP en la declaración del ingreso por perceptor.

**En cuanto a los indicadores del nivel de vida, se observa una mejoría en prácticamente todos los ítems y en todos los segmentos:** las diferencias de las tasas de carencia entre “antes” y “ahora” son todas negativas. Pero las dobles diferencias entre CC y CN son también negativas, lo que significa que los primeros mejoraron más que los segundos, en todos los segmentos, lo que permite atribuir una relación con el uso del recurso de crédito via SCG.

En cuanto al **capital doméstico** que está compuesto por los enseres duraderos del hogar, medios de comunicación, etc., la comparación inter-temporal para los dos grupos arroja una doble diferencia positiva: los hogares consolidados aumentaron su equipamiento doméstico en mayor medida que los

<sup>7</sup> Este comportamiento explica probablemente porque se observa pocos impactos indirectos en el nivel de vida de los hogares, en esta etapa que se puede considerar como incipiente, no para el Programa, pero sí para la gente con la metodología SCG.

<sup>8</sup> Esta situación podría estar ligada a la dificultad que tienen los cuentapropistas (por el hecho de no llevar controles contables) para identificar de forma precisa la parte de la utilidad bruta de su negocio que transfieren como “dividendo”. Cabe considerar que la parte gastada en el ámbito doméstico puede serlo desde la caja del mismo negocio, sin que el dueño y los demás familiares perciban que se están otorgando una renta personal por este medio, y por ende no la reportan como tal en la encuesta.

nuevos, en todos los segmentos. **El incremento promedio *adicional* del valor del capital doméstico es del 24% en relación a su valor en la situación inicial**, y esta proporción se mantiene constante en los segmentos de metodología y de lugar de residencia. No obstante es mayor en Honduras que en Nicaragua.

Se intentó especificar un **modelo cuantitativo (modelo 3)** para estimar **en cuánto la renta disponible de los hogares se incrementa con la utilidad bruta de las ACP**. Tentativamente, la renta disponible individual promedio de los integrantes del hogar podría ser una función de la Variación de la utilidad bruta mensual de la ME, pero también se probó en qué medida intervienen otros factores, como la Otra Renta disponible total del hogar. Se incorporó también al modelo factores estructurales acerca de los hogares, susceptibles de tener una incidencia sobre la variable que se trata de explicar. Estos son: la Razón de dependencia demográfica, la Calidad de la vivienda, el Valor de los activos domésticos totales y el Nivel promedio de educación de los perceptores de ingresos, así como el País de residencia y el status del cliente (CN vs. CC).

El resultado del análisis de regresión múltiple es que las otras fuentes de ingreso y la RDD (ésta con un signo inverso, como esperado<sup>9</sup>) explican la mayor parte del cambio en la renta disponible del hogar, mientras que la variación de la utilidad bruta mensual de la ME no lo hace. Lo mismo sucede si se considera el valor de la utilidad bruta de la ACP en vez de su variación, tanto el valor antes como actual. Ello se explica por la razón ya señalada del sub-registro de la parte del ingreso que proviene de las ACP.

Ahora bien, dada la poca capacidad del modelo de explicar la Renta disponible individual<sup>10</sup>, se probó un modelo alternativo, procurando explicar la variación del capital doméstico, en el cual se observó un resultado llamativo, consistente con las observaciones señaladas adelante acerca del efecto diferencial del crédito SCG en los estratos económicos más pobres, ya que la variación observada en el capital doméstico es inversamente proporcional a su nivel absoluto al inicio del periodo.

Además del cambio en los niveles promedios de ingreso y de acumulación doméstica, ocurre **una reducción de la proporción de los hogares que tienen activos domésticos totales por un valor estimado inferior a 10 veces la línea de pobreza per cápita**, que se puede considerar como una aproximación a la medición de la “pobreza de activos”. La reducción se da tanto en los hogares consolidados como en los nuevos, pero es netamente mayor en el caso de los primeros: en promedio, la doble diferencia arroja una reducción de 6 puntos porcentuales más en el tratamiento que en el control, que permite concluir a favor de una posible relación con el crédito, que se explicaría por el uso del ingreso adicional generado por la ACP, al igual que en el tema del mejoramiento de las condiciones del hábitat.

<sup>9</sup> La RDD de un hogar es la relación entre el total de miembros del mismo y el número de perceptores de ingreso con los cuales cuenta. Dado que la variable a explicar es la renta disponible distribuida entre todos los miembros del hogar, para un nivel determinado de renta total, el promedio individual es cuanto más bajo que la RDD es alta, y por ende se espera un coeficiente negativo.

<sup>10</sup> Se verificó que no existe colinealidad entre las variables explicativas, por medio del test que provee el SPSS para tal efecto. Se constata en la tabla anterior que los coeficientes de tolerancia son cercanos a 1, y por ende se descartan los problemas de colinealidad. Para confirmarlo directamente, también se observó los coeficientes de correlación parcial entre las variables explicativas. No obstante, en este caso se encontró que la variable Último año aprobado presenta un grado bajo pero significativo de correlación parcial con casi todas las demás, indicando un posible comportamiento incremental del proceso de acumulación doméstica con el nivel educacional (lo cual no contradice lo señalado en relación al modelo 1, pues en este caso se trata del efecto acumulado de todas las fuentes de ingreso, y no solamente del nivel de utilidad de una ACP en un plazo relativamente corto).

En la comparación con la distribución del ingreso por **estratos socioeconómicos**, se constata que los estratos de pobres generales y, en menor medida, los pobres extremos se reducen significativamente más entre los clientes consolidados que en los nuevos, aunque no se encontró evidencia acerca de la relación causal entre el beneficio de explotación (medido por la utilidad bruta) en las ACP, la renta personal y el peso de ésta en el ingreso familiar.

Asimismo, el incremento en **el valor promedio de activos domésticos (o capital doméstico) entre los CC (35% entre ahora y antes), es netamente superior al incremento que se da en los CN (10%)**, por lo que la doble diferencia de 25% sería potencialmente atribuible a la mayor utilización del crédito via SCG. Este incremento relativo es cuanto mayor que el hogar pertenece a un estrato económico más alto.

Ahora bien, el hecho que no se pueda calcular con más precisión la contribución de las utilidades generadas por las ACP al incremento del ingreso familiar no significa que no exista. Una parte al menos de estas utilidades se ocupan directamente en las mejoras a las condiciones de vida: el 12% se usan en la vivienda y en la compra de bienes de uso para el hogar<sup>11</sup>.

Considerando el **indicador de empoderamiento individual**<sup>12</sup> de manera agregada, se aprecia que menos del 8% de clientes niegan total o parcialmente (respectivamente respondieron -2 o -1) la validez de las 5 expresiones del empoderamiento individual en su caso. El porcentaje disminuye en los de más antigua relación con el GC, que son los “consolidados”, lo que marca una tendencia positiva.

Además del empoderamiento individual, se espera que la **asociatividad** tenga su propia dinámica y que los grupos se conviertan en parte del capital social local. Para verificarlo, se indagó acerca de la vida asociativa de los grupos desde dos ángulos (reflejados en los dos grupos de preguntas de la Tabla 5.7). Por un lado, se considera la calidad del funcionamiento interpersonal en los grupos, en el cual se obtuvo más de 80% de respuestas expresando total acuerdo, con excepción de la pregunta acerca del liderazgo de la persona entrevista en el grupo, lo cual es normal, dado que no todas las personas pueden tener el mismo nivel de liderazgo.

Por otro lado, se aborda la **calidad del funcionamiento colectivo**, en el cual las respuestas expresan una frecuencia de acuerdo total menor que para el primer grupo de preguntas. Si bien se considera potencialmente el grupo como un apoyo “en caso de necesidad”, en la práctica la actuación de los grupos escasamente ha ido más allá de la gestión del crédito para la cual fueron creados. Esto es una diferencia notable en relación por ejemplo a los GS (núcleos) del PPA en Nicaragua, y que cuestiona la sostenibilidad de la asociatividad de las dinámicas grupales. Se comprueba que los que comienzan en la metodología SCG lo hacen iniciando como asociación, no se basa en experiencias previas más consolidadas, con posibles excepciones que los promedios no permiten detectar.

<sup>11</sup> El problema metodológico está en la medición del ingreso, que se confunde con lo monetario, y no contabiliza los usos domésticos del excedente bruto de explotación de las ACP. Es probable que no se rompa la cadena de resultados, pero no se logró captar el último eslabón con suficiente precisión.

<sup>12</sup> El Indicador de empoderamiento individual se basa en el grado de validez, para cada persona, de 5 expresiones relacionadas con la autonomía en relación al gasto, el crecimiento personal (aprender haciendo), el sentimiento de independencia, la autonomía en relación al uso del crédito y la autonomía de decisión en general.

### 3. Los factores del cambio: el acceso al crédito, sus efectos en las microempresas, y la educación financiera

Después de haber evidenciado algunas transformaciones en los objetivos finales que son el nivel de vida de los hogares y el capital social, es preciso explicarlas no solamente por atribución cuantitativa en base a las dobles diferencias observadas, sino por su relación con los eslabones precedentes de la cadena causal de la intervención evaluada. Para ello, se remontó primero al acceso de los hogares al SCG. (Los datos están consolidados en la tabla sinóptica 2).

#### 3.1 ACCESO AL CREDITO Y VALORACIONES ACERCA DEL SERVICIO

La **proporción de clientes que no han tenido acceso a otra fuente de crédito** es de 60% para los clientes consolidados, y 62% en los nuevos, lo que revela un comportamiento estable en el tiempo. Si bien se podría considerar que no se ha tenido éxito en alcanzar el 100% de clientes “nuevos”, es decir que no eran sujetos de crédito anteriormente, tal como estaba programado; a nuestro modo de ver, esto está ligado al hecho de que, al no existir bases de datos compartidas en la industria micro-financiera, las EMF podrían excluir quienes fueron clientes de ellas mismas (con metodologías no grupales), pero no podrían excluir los hogares que hayan sido clientes de otras entidades, así que un filtro del lado de la oferta, con el objetivo de lograr una meta de 100% de clientes nuevos, no hubiera sido realizable, y por ende la meta misma era irrealista.

Otro aspecto a considerar es que los clientes que ya habían tenido acceso a créditos de otras fuentes fueron en su mayoría usuarios de pocos créditos (1 – 3): los usuarios de 7 o más créditos repetidos son menos del 2% del total, porque se puede suponer que **los SCG favorecen la repetitividad**.

Además, **la proporción de crédito via SCG en relación al total prestado por los hogares** que tienen acceso a otras fuentes es cercana al 50% del financiamiento total utilizado por estos hogares en los clientes nuevos, lo que refleja **la importancia que tiene el acceso a través de la nueva metodología** aun para estos hogares, y sube a dos tercios en el caso de los clientes consolidados, lo que marca una tendencia hacia la sustitución de las fuentes anteriores fuentes por la nueva.

En cuanto al destino por el cual los clientes consolidados de las EMF que operan con la metodología SCG solicitaron su crédito fue **en un 96% para invertir en su actividad económica propia existente** o para crear una (en pocos casos 1.5%; luego se verá que la práctica superó la intención declarada, puesto que un 10% de ellos crean efectivamente una ACP en el periodo de exposición). Por ende 4% lo solicitaron para usos domésticos). En el uso real, el gasto doméstico se incrementa ligeramente en relación a lo programado: de 4 a 5.7% entre los consolidados, y de 7.4 a 8.8% entre los nuevos. El incremento se debe principalmente a una variación en Nicaragua.

En cuanto a los **costos de transacción**, los lapsos de tiempo transcurridos para las solicitudes y para los desembolsos así como el tiempo personal gastado en cada uno de ellos por parte de los demandantes es un aspecto esencial del costo de transacción global en cualquier metodología de servicios financieros. En la metodología SCG, se reportan 12 a 13 días para el periodo de solicitud, un poco mayor en Nicaragua que en Honduras, sobre todo en la construcción de Banca comunal, lo que es coherente con lo que se

sabe de la relativa mayor complejidad de este tipo de grupos. Las diferencias no obstante tienden a reducir para los clientes nuevos, aunque permanece un poco más largo en medio rural.

Dentro de los dos periodos mencionados, se analiza ahora el tiempo personal gastado por los clientes para acompañar las respectivas gestiones. Se constata que los clientes consolidados gastaron 6 veces más tiempo que los nuevos (123 horas contra 20), lo que señala una mejoría en la eficiencia, sea porque el proceso en sí mismo mejora de parte de las EMF, o por aprendizaje de las nuevas cohortes de clientas, por posibles relaciones con otros grupos más avanzados en las mismas localidades.

Las percepciones de los usuarios / clientes son coherentes con la valoración anterior de los costos de transacción, pero la medición no es muy sensible, pues los nuevos no reflejan en su percepción la constatación de tiempos menores en la primera fase del proceso, posiblemente porque no pueden tomar el pasado de otros como punto de comparación.

En cuanto a **la calidad del servicio**, en lo que se refiere a los aspectos técnicos propios del mismo: plazos, montos, cuotas y costo financiero. El conjunto de variables con las cuales se aprecia las percepciones acerca de la calidad técnica se puede sintetizar en la apreciación de las respuestas a la pregunta ¿Por qué pidió crédito en esta MF y no en otra?, a la cual, entre todas las opciones<sup>13</sup>, se observa que un 61% se basan en una apreciación favorable de algún aspecto de dicha calidad, con mayor frecuencia entre los urbanos en GS de Honduras.

Entrando en detalle acerca de los aspectos técnicos mencionados, se aprecia que las tasas de satisfacción varían en un rango de 88% (acerca de los montos accedidos, en los CC) a 86% (en relación a las cuotas), sin diferencias significativas entre los segmentos. Es aceptable la proporción de clientes que consideran las cuotas “altas” o “excesivas” (13% en los consolidados), pero se observa un incremento (16%) en los clientes nuevos, lo cual no es preocupante, especialmente de parte de los BC rurales en Nicaragua, pero debe llamar la atención de los gerentes. Una distribución similar de opiniones expresan los clientes nuevos acerca del valor de los intereses.

Consistentemente con las valoraciones de la calidad técnica, los CC expresaron en un 80% su intención de solicitar otro crédito con la misma metodología SCG en las mismas EMF (74% en el caso de los nuevos), lo cual refleja claramente un factor de demanda, posiblemente una menor seguridad respecto al endeudamiento de parte de los clientes nuevos.

Además de la calidad técnica del crédito, se valoró la calidad funcional del servicio, básicamente concentrado en las percepciones acerca de la EMF. Se aborda a través de una escala de 5 criterios. Los valores se encuentran principalmente entre “Algo de acuerdo” y “Totalmente de acuerdo”.

### **3.2 CAMBIOS EN LA DINAMICA DE LAS ACP POR EFECTO DEL CREDITO**

Se analiza ahora el cambio en las ACP relacionable con el acceso al crédito y a su uso para este propósito. (Los datos están consolidados en la tabla sinóptica 3).

<sup>13</sup> Es llamativo que entre un 48.9% y un 61.6% según los segmentos consideraban tener opciones, cuando “solamente” un 39% han tenido acceso a otras fuentes de crédito, es decir que han tenido *efectivamente* opciones, lo cual significa que las personas pueden considerar que tienen una opción, aunque no hayan tenido la necesidad o la oportunidad de recurrir a ella.



El **valor de los activos productivos** de los CC al momento de la encuesta es del orden de 418 US\$, lo que representa un incremento del 47% en relación a la situación “antes”. El nivel de activos “antes” ya estaba significativamente más alto que el promedio en los GS de Honduras, y más bajo en los BC de Nicaragua. La diferencia entre urbanos y rurales contribuye poco a la variación total en el caso de los CC, siendo la diferencia entre países la que explica la mayor parte de la diversidad de situaciones.

Al contrario, los CN inician con un nivel promedio superior al de los CC, pero experimentan una acumulación menor, lo que es coherente con el menor tiempo de exposición al crédito. No es suficiente para atribuir la diferencia específicamente al crédito, pero ya es una pista que se va a confirmar con las siguientes variables examinadas. No hay diferencias significativas en función del ámbito de residencia.

Además de la doble diferencia que justifica atribuir el cambio a una mayor exposición al crédito, se verificó de manera directa la relación supuesta entre crédito e inversión adicional, preguntando por la “Forma más frecuente de adquisición del equipamiento actual de la ACP”. Para los clientes consolidados, y tomando en cuenta que el ítem “combinación de varias fuentes” es principalmente créditos + ahorro, resulta un total de 35% para el primero y 57% para el segundo, lo que indica que el rol del crédito es importante, *pero no sustituye al ahorro que sigue siendo la primera fuente para la inversión*. Para los clientes nuevos, este mismo cálculo arroja las cifras de 29% y 63% respectivamente, lo que muestra que el crédito está ganando en importancia como fuente de financiamiento de la inversión en las ACP a medida que se aumenta la exposición al tratamiento.

En conclusión, el 90% de los que tienen una ACP ya la tenían antes del crédito SCG, y su inversión había sido realizada principalmente con ahorros, aunque entre los clientes nuevos hay mayor presencia de donaciones, posiblemente por efecto de los programas estatales de capitalización. Al cabo del proceso de exposición al crédito a través del SCG, los activos productivos totales actuales, que aumentaron en un 26 – 47% según se trata de CN o CC, fueron financiados respectivamente en un 25 – 32% por el crédito. Es decir que *para los clientes nuevos, la acumulación adicional se hizo con el crédito, mientras que para los clientes consolidados ya se está generando un excedente adicional que permite la reinversión, mientras los créditos adicionales tienen un papel complementario*.

Las ACP de los CC incrementaron su **nivel de actividad económica**, medido por el **gasto en insumos** en US\$, 2.4 veces más que los nuevos. Un nivel de incremento relativo 50% mayor presenta Nicaragua en relación a Honduras, que favorece sobre todo los BC rurales, que son los que tenían el menor nivel de actividad en la situación inicial, pero se da también entre los nuevos, por lo que no es necesariamente atribuible al crédito. Más bien se puede relacionar con el dinamismo rural inducido por las políticas públicas en este país. Al contrario, si se aplican las dobles diferencias, se aprecia que los GS urbanos crecen más rápidamente, en ambos países.

Se duplica la magnitud relativa del cambio en **intensidad del uso de mano de obra remunerada**, tanto entre los clientes consolidados como entre los nuevos, no obstante, cabe recordar que ésta es relativamente pequeña en relación a la mano de obra total, que descansa fundamentalmente sobre el trabajo del dueño y familiares no remunerados. El **valor de las ventas** realizadas por la ACP tiene al contrario una clara relación con el crédito en todos los segmentos del análisis, siendo que el incremento

relativo en los clientes consolidados es netamente superior al de los nuevos, en promedio en 2.6 veces. Cabe notar que la intensidad del cambio relativo en el valor de las ventas es superior en todos los casos al cambio experimentado por el valor de los insumos, lo que indica un incremento en la rentabilidad (o utilidad bruta).

Además del incremento en el nivel de actividad y en la utilidad generada por las ACP existentes, se da también el fenómeno de la **creación de actividades nuevas** en 10 – 11% de los casos. Éstas se dan con la misma intensidad en los CN y CC, pero en este caso particular es posible que el fenómeno observado sea atribuible al crédito de todos modos, debido a que las creaciones de ACP deben coincidir con los primeros créditos, por lo que se dan tanto en los nuevos como en los consolidados.

Al contrastar la medición del cambio en las ACP y su atribución al crédito con la valoración del mismo fenómeno por los clientes mismos, se obtiene 61% de respuestas favorables, sin distingo del segmento de análisis, y sin diferencia significativa entre los clientes consolidados y los nuevos. Ello no invalida la relación posible, sino que muestra que la percepción absoluta no es suficiente, se requiere de un patrón para determinar en cuánto ha mejorado.

Al preguntársele al 61% de los clientes que mejoraron su ACP, sobre la naturaleza de los cambios, los cambios mencionados con más frecuencia (85% del total de motivos de cambio, tanto por los “consolidados” como por los “nuevos”) son el mejoramiento de la calidad de los productos, la expansión diversificación de los negocios y agregación de nuevos productos, que requieren de inversión y de más capital de trabajo, relacionado con el crédito. Para confirmar esta atribución, a los mismos clientes que habían mencionados en qué consistían los cambios, se les solicitó especificar los factores que podían haber sido los causantes de dichos cambios: más de la mitad (52 y 55% respectivamente para los clientes consolidados y nuevos), mencionaron *la mayor capacidad financiera*, con más frecuencia aún en Honduras que en Nicaragua, y con más frecuencia en los urbanos que en los rurales<sup>14</sup>.

Finalmente, se intentó especificar un **modelo cuantitativo (modelo 1)** para estimar **en cuánto se incrementa la utilidad bruta de las ACP en función del monto total del crédito utilizado**. Tentativamente, la Variación de la utilidad bruta mensual de la ME debería ser una función del Monto total del crédito via SCG utilizado, pero Se incorporó también al modelo factores estructurales acerca de la ACP, susceptibles de tener una incidencia sobre la variable que se trata de explicar. Estos son el Total de activos productivos, el Empleo total de la ME, la Ubicación geográfica de la ME, el Sexo del Jefe de hogar, la Edad de la persona que toma las decisiones y su Nivel educativo, así como las Otras fuentes de ingresos del hogar, las Otras fuentes de crédito, a los cuales se agregan el País de residencia y el status del cliente (CN vs. CC) como *dummies*.

El resultado del análisis de regresión múltiple es que efectivamente el Monto total del crédito via SCG utilizado tiene una correlación parcial con la Variación de la utilidad bruta mensual de la ME, con el

<sup>14</sup> En algunos segmentos, los clientes consolidados mencionaron la “mayor capacidad financiera” con más frecuencia que los nuevos, pero en otros segmentos fue lo contrario, de tal manera que no hay posibilidad de detectar una relación clara con la exposición al crédito. El crédito mejora de la misma manera desde el inicio a los clientes que invierten en su actividad económica propia, aunque posiblemente lo hace en mayor magnitud cuando la exposición es más larga, según se ha podido apreciar en este mismo capítulo, pero las preguntas cualitativas como la que se usó acá permiten confirmar la existencia de una relación, no medir su coeficiente.

único coeficiente de la regresión que sea robusto y el más alto entre todas las variables consideradas (*coeficiente beta standard de 0.20*)<sup>15, 16</sup>

Con el objeto de incorporar una variable explicativa del nivel de actividad económica (y no la rama de actividad, porque ésta resulta inclasificable, en un universo en el cual todas las ACP se concentran en el pequeño comercio variado, en combinación con los servicios informales y algunas actividades de transformación), se incluyó la medida estándar de la clasificación de empresas que es el número de trabajadores como proxy del tamaño del establecimiento, haciendo para ello 3 estratos: ACP unipersonales, ACP de 2 a 5 trabajadores y ACP de 6 o más trabajadores.

No obstante, el resultado de la regresión fue que el Estrato de tamaño de la ACP no influye sobre la variable a explicar, y aun en esta variante del modelo, el monto total de crédito via SCG es la única de las variables explicativas posibles que presenta un coeficiente beta significativo, alcanzando 0.200 en esta variante.

También era legítimo preguntarse si los clientes que usaron solamente el crédito via SCG, a exclusión de otras fuentes (el 61% ). Para ello se agregó una variable *dummy* que identifique a los clientes que solo reciben créditos con la metodología de PROMIFIN. No obstante, se obtuvo que la exclusividad o no en relación al uso del crédito via SCG no marca ninguna diferencia en el modelo, ni explica significativamente la variación en el nivel de utilidad en el periodo evaluado.

Al repetir la regresión por separado por tipo de cliente, se obtiene un coeficiente beta estandarizado apenas inferior, tanto para los CC como para los CN. Luego se probó separando por país, conservando el tipo de cliente como *dummy*, con lo cual la correlación parcial del monto de crédito con la utilidad de la ACP crece ligeramente en Nicaragua (0.26) y se mantiene en Honduras (0.21). La correlación parcial dentro de la regresión aplicada nuevamente a todo el universo, pero conservando el país como *dummy*, se mantiene al mismo nivel (0.20), conservando la misma robustez (*t* de Student alta y  $\sigma = 0$ ).

Más aún, al efectuar el análisis por separado para los 3 estratos socioeconómicos establecidos en el universo estudiado<sup>17</sup> (pobres extremos, pobres generales, no pobres intermedios), se observaron coeficientes de regresión parcial de 0.30, 0.47 y 0.13 respectivamente.

El hallazgo más significativo en esta parte del estudio es por ende que, una vez controlado el factor principal de variabilidad, que es el nivel de ingreso general del hogar (los que tienen más medios económicos ganan más, pero el incremento se debe a diversos factores otros que el crédito, como en el caso de los “no pobres intermedios”), aparece que es *en el estrato de los pobres generales, que son el 37% de los clientes, que el efecto del monto del crédito usado en el incremento de la utilidad generada en la ACP es el más fuerte ( $\beta = 0.47$ ) y el más significativo ( $\sigma < 0.0005$ ).*

<sup>15</sup> La F de la ANOVA no obstante es baja, lo que significa que hay otros factores que determinan mejor la variación de la utilidad, que no incorporamos en el modelo a priori (constante y error más altos).

<sup>16</sup> También fue preciso verificar que el modelo estuviera libre de multicolinealidad. En la versión ampliada de la investigación se reporta que la tolerancia para cada una de las variables explicativas posibles es cercana a 1. Por tanto se descartan los problemas de multicolinealidad. Con todo, la variable del set que presenta una tolerancia más baja, que es el Último año aprobado, presenta una correlación de 0.407 con la Edad (Años cumplidos). Todos los demás coeficientes de correlación ( $r^2$ ) entre las variables explicativas de este primer modelo son inferiores a 0.200, y son no significativos.

<sup>17</sup> Considerando que los casos del cuarto estrato (“ricos”) son solamente el 2% de la muestra es decir un sub-universo en el cual no tiene validez el modelo estadístico.

### **3.3 DINAMICA DEL GASTO Y DEL AHORRO DEL HOGAR POR EFECTO DE LA EF, INDIRECTAMENTE, POR EL EFECTO DEL SCG**

En este capítulo se describe y compara las variables claves de la recepción y apropiación de los mensajes de la EF, el comportamiento del ahorro y la relación entre gasto e inversión. (Los datos están consolidados en la tabla sinóptica 4). Se descubre que la EF ha tenido hasta el momento una efectividad reducida, pero que el impacto del SCG sobre el ahorro y la inversión opaca en cierta medida los cambios incipientes que podrían darse en esta cadena causal de la intervención del Programa.

El proceso de capacitación en EF tiene prácticamente el mismo nivel de avance<sup>18</sup> en todos los segmentos (60% para el primer módulo) y presenta una cobertura decreciente a medida que se avanza en el programa (hasta 48% en el cuarto módulo), lo que es lógico porque los módulos se imparten siguiendo una secuencia ordenada. Se observan no obstante algunas alteraciones al orden, como en el caso de Nicaragua, probablemente en los GS urbanos donde la cobertura del tercer módulo es superior a la del segundo. Pero este tipo situaciones se puede dar cuando las personas no asisten a algún módulo y luego retoman la secuencia, ya que no es requisito la presencia en los cursos anteriores para seguir asistiendo.

Entre los clientes nuevos, la distribución de frecuencias de asistencia es la misma, aunque globalmente unos dos puntos más abajo, lo que podría ser consecuencia de que los más recién incorporados aún no se incorporan al proceso.

Dentro de los beneficiarios de al menos 1 módulo de capacitación en EF la variación de la apropiación de un tema a otro es notable, y se mantiene constante entre los dos grupos, consolidados y nuevos. El grado de apropiación no parece depender de la secuencia cronológica de los temas, los cuales tampoco parecen tener una progresión didáctica. Al contrario, el tema con relativamente más apropiación es que se relaciona con el manejo del crédito (moda entre 1 y 2)<sup>19</sup>, lo cual es coherente con el hecho que todos los capacitados lo son por ser clientes de SCG (a diferencia de los entrevistados por la encuesta de conveniencia, que se analiza en la siguiente sección).

*Mientras tanto, los primeros temas, enfocados a la formulación de la meta de ahorro y a su puesta en práctica, más difíciles de aplicar, tienen un puntaje más bajo (moda entre 0 y 1).* Es particularmente el caso en Nicaragua y no en Honduras, donde la apropiación de todos los módulos es similar (moda igual a 1). No hay diferencias notables entre urbanos y rurales, ni entre las metodologías de SCG.

Al examinar las distribuciones particulares de las respuestas para cada módulo se obtuvo una gama amplia de respuestas, pero se puede hacer una primera apreciación general favorable, puesto que, para el primer y el segundo módulo, ambos orientados al ahorro, más del 80% se encuentra del lado positivo

<sup>18</sup> Dado que la educación financiera se refiere a un proceso de capacitación modular dirigido a todos los clientes de las EMF pero que éstas han tenido que ejecutarlo progresivamente, habiendo iniciado en algunos casos en 2011, y en otros a principios del 2012, antes de poder evaluar los efectos de la capacitación, era necesario identificar cuántos clientes efectivamente habían recibido las capacitaciones al momento de la encuesta, y a cuáles temas habían asistido. Esta primera verificación corresponde, en el modelo evaluativo de la cadena de resultados, al nivel de "productos".

<sup>19</sup> Cabe notar que los valores de la tabla son promedios de los valores discretos de la escala, ponderados por la frecuencia de las respuestas para cada valor. Dado que la escala está hecha de valores discretos, su distribución es un histograma que solo abusivamente se considera como si fuera una curva continua cuando se calcula el promedio reportado en la tabla. En realidad, este histograma, si se considera unimodal y de dos colas, tiene una moda, que es la frecuencia de respuestas más alta o la interpolación entre las dos más altas.

de la escala o al menos nulo, y el aún el 57% del lado estrictamente positivo, lo cual sin duda es exitoso, a los pocos meses de la capacitación. No obstante, estas apreciaciones favorables no garantizan aun la puesta en práctica.

En el módulo sobre uso del crédito, estos porcentajes suben respectivamente a 90% y 75% respectivamente. En todos los módulos se observa tal como se suponía el mismo comportamiento entre urbanos y rurales, y entre las metodologías de SCG, mientras que la diferencia entre país se confirma, siendo la distribución en Honduras más asimétrica hacia la derecha, con 64% entre 1 y 2). No se presentó la separación por grupos en este caso, pues y se verificó que no presentaban diferencias notables.

Al indagar sobre la expresión concreta del efecto esperado que es el nivel de ahorro de los hogares, *sea éste atribuible a la capacitación en EF o no*, se observa efectivamente una propensión al ahorro alta (examinando primero la proporción de familias con ahorro voluntario, sin incluir las aportaciones obligatorias en el caso de los BC), posiblemente superior a la media nacional para este segmento de la población de ambos países, aunque con diferencias marginales, pero significativas.

No obstante, las diferencias significativas entre los segmentos no corroboran las que se observó para la variable de apropiación. Más de 10 puntos porcentuales para los clientes consolidados (14 para los nuevos) en Nicaragua, es lo contrario de lo que indicó la consulta cualitativa. Asimismo, se observa diferencias a favor de los BC y en menor medida entre áreas de residencia, que relacionan esta distribución con la del incremento de la utilidad por las ACP. En este caso, se debe suponer que es la utilidad adicional obtenida por la inversión que habría generado el ahorro incremental, y no la reducción del gasto.

En las **modalidades del ahorro** se observan importantes diferencias entre los segmentos, sobre todo entre países: siendo la relación entre ahorro en efectivo (que las personas guardan en casa) y ahorro depositado en un banco es totalmente opuesta entre los dos países, mientras que hay pocas diferencias entre los demás ejes. Tampoco hay diferencias entre los grupos de clientes consolidados o nuevos, lo que indica que el fenómeno no se relaciona con su desarrollo como sujetos de crédito grupal.

Es llamativo *el bajo porcentaje que obtiene el ahorro voluntario depositado en la cuenta grupal*<sup>20</sup>, aún en los BC (5.1% en los clientes nuevos, contra 2.3% en los clientes nuevos de los GS, siendo aún más bajos estos porcentajes en los clientes consolidados), lo cual indica que *hay un potencial importante de ahorro que los grupos deberían aspirar a captar*. No obstante, el hecho que el porcentaje que ahora en los grupos sea aún más bajo en los clientes consolidados podría indicar que a medida que la capacidad de ahorro crece, éste no va preferentemente al Banco comunal, que se limita esencialmente al ahorro obligatorio.

En todos los hogares que ahorran, el promedio es 1.3 ahorrante por hogar, mientras que el promedio de perceptores de ingresos es de 2.7 por hogar. No hay diferencias entre países ni entre los demás

---

<sup>20</sup> En las preguntas no se invita a considerar específicamente el ahorro obligatorio en el banco comunal.

segmentos, ni entre tratamiento y control. Por ende, el número de ahorrantes por hogar no es una variable sensible a la exposición a la EF.

Al contrario, el monto promedio ahorrado por los hogares es significativamente mayor, al momento de la encuesta, para los clientes consolidados en relación a los nuevos (280 US\$ contra 217), y asimismo el incremento relativo del ahorro en relación a la situación inicial, antes del crédito via SCG, en el caso de los consolidados es el doble del que experimentaron los clientes nuevos, en promedio, y hasta más del triple en algunos segmentos (en Honduras). Esta variable recoge por tanto los efectos conjuntos de la generación de excedentes en la ACP y de la inducción al ahorro via la EF, y no se puede separarlos mediante estadísticas descriptivas. Tampoco se puede separar en este caso el efecto del ahorro obligatorio, porque no podemos tener certeza que los hogares lo hayan contabilizado en sus respuestas, ya que la pregunta acerca de la modalidad de ahorro no se cruzó con la del monto dentro del cuestionario.

Complementariamente, se intentó especificar un **modelo cuantitativo (modelo 2)** para estimar **en cuánto se incrementa** la cartera de activos de los hogares **en función de la percepción de los mensajes de la EF**.

Tentativamente, el Incremento del ahorro total del Hogar en el periodo de referencia debería ser una función del Índice de recepción de mensajes de EF, pero se incorporó también al modelo factores estructurales susceptibles de tener una incidencia sobre el ahorro, como la Renta disponible total del hogar, la Variación de la utilidad bruta mensual de la ME, el Total de activos productivos, el Valor de los activos domésticos totales, así como el País de residencia y el status del cliente (CN vs. CC). No se pudo incluir el Valor total de las deudas del hogar promedio en el periodo, por la dificultad de captar esta variable.

El resultado del análisis de regresión múltiple es que la recepción de mensajes de la EF no es un factor explicativo del incremento del ahorro, lo cual se relaciona posiblemente con la baja intensidad evidencia en los niveles de apropiación conllevando una puesta en práctica efectiva del mensaje. Es más, el único de los otros factores considerados que ejerce alguna incidencia es el ingreso familiar total, con un signo inverso, es decir que la propensión a ahorrar es mayor entre los estratos pobres<sup>21</sup>. Este resultado es coherente con lo que se observó previamente con las estadísticas descriptivas.

En el resultado anterior, se consideró la recepción de mensajes de EF relacionados con el ahorro de manera global, no obstante, al considerar por separado los dos temas incorporados en estos mensajes, no se mejoró la relación, siendo prácticamente nulo el coeficiente de regresión parcial en ambos casos.

Separando ahora el análisis de regresión por país, se encontró en Nicaragua una incidencia significativa sobre el ahorro de la variación de la utilidad neta de la ACP, y se obtuvo una mejoría en cuanto a la

<sup>21</sup> Se verificó que no existe colinealidad entre las variables del Ingreso familiar (antes) y la Variación de la utilidad bruta mensual, de dos maneras: primero porque los coeficientes de tolerancia del test de colinealidad son suficientemente altos (cerca de 1), y segundo de manera directa al calcular los coeficientes de correlación parcial entre las variables explicativas: de los 10 coeficientes ( $r^2$ ) obtenidos, sin incluir el país y usando el tipo de cliente como control, ninguno presenta una correlación significativa, siendo el más alto de 0.086. En el caso particular de la correlación entre el Ingreso familiar (antes) y la Variación de la utilidad bruta mensual, el coeficiente ( $r^2$ ) es de 0.052, lo que confirma la ausencia total de colinealidad desde este punto de vista.

incidencia del Índice de recepción de mensajes de EF, al menos en el caso del primer sub-tema ( $\beta = 0.125$  y  $0.137$  respectivamente en Nicaragua y Honduras, pero son resultados poco significativos (sigmas altos).

Por otra parte, retomando las estadísticas descriptivas, se indagó acerca de la **percepción de los hogares** respecto a la dinámica de su ahorro y se encontró que el 53% consideraron que éste había aumentado el periodo analizado, en un rango de 48 – 60% según los segmentos, con mayor grado de entre los rurales, en ambos países y metodologías.

El último eslabón de la cadena de resultados que se abarcó en el análisis es referido **a los cambios en la composición del gasto y en particular en la propensión a invertir** “a partir de su comprensión de la importancia del ahorro”. Así se encontró que el 40% de los hogares de los clientes consolidados aumentaron su inversión, contra 31% entre los clientes nuevos, lo cual abona a la concepción según la cual los hogares aumentan su inversión a raíz de la mejoría económica, la cual a su vez es un resultante del crédito. De hecho tanto los clientes nuevos como los consolidados reciben la EF (el 60% de ellos según se vio anteriormente), y se espera sobre el comportamiento del ahorro un “efecto conjunto” (en realidad un efecto de la EF y un impacto del SCG).

De allí que no hay ninguna contradicción entre la constatación del carácter incipiente del efecto de la EF, (la cual es corroborada por el modelo cuantitativo, en el cual no hay ninguna evidencia de una incidencia de la EF sobre el ahorro familiar) y el resultado comentado aquí, acerca de una recomposición del gasto familiar tendiendo a un incremento de la inversión.

Una aproximación se encuentra en el índice de cambio en la asignación del gasto, en el cual, a pesar de ser una medición poco sensible, se aprecia que el rubro de “inversión y ahorro” es el de mayor aumento relativo.

Ahora bien, el resultado anterior disfraza parcialmente el comportamiento de la inversión y ahorro en el sentido que se trata de un promedio que puede esconder comportamientos opuestos, de los cuales conviene analizar la distribución.

Así se aprecia que, para una fracción no despreciable de hogares, esta variable ha disminuido, lo que contribuye a reducir el promedio del conjunto y no permite apreciar la magnitud del cambio positivo. Ello se aclara con la tabulación del porcentaje de hogares que incrementaron la inversión en la ACP en la cual se verifica que el 39.6% de los clientes consolidados y el 31.5% de los clientes nuevos aumentaron su inversión “a partir de su comprensión de la importancia del ahorro”.

Complementariamente con la observación anterior, en la comparación de la composición del gasto doméstico entre clientes consolidados y nuevos, se apreció que el rubro de inversión y ahorro es el de mayor incremento relativo entre todos los ítems, y con un comportamiento similar en todos los segmentos, pero sobre todo en GS urbanos en Honduras, es decir donde se encontraron las mayores tasas relativas de incremento de las utilidades generadas por las ACP, lo que confirmaría la interpretación avanzada arriba, según la cual el factor explicativo más probable del incremento de la

inversión y el ahorro es el incremento de las utilidades de las ACP y por ende indirectamente el SCG, y no la EF.

#### 4. Percepción y apropiación de los mensajes radiales de EF<sup>22</sup>

Los resultados presentados en esta sección provienen de una entrevista que se aplicó a una muestra de conveniencia de personas adultas o adolescentes (mayores de 14 años), de ambos sexos, a exclusión de los beneficiarios/as de crédito grupal. La encuesta<sup>23</sup> cuenta de 3 partes: EXPOSICION a programas radiales y/o televisivos con contenido de educación financiera, en hasta 3 opciones de radios diferentes; PERCEPCION del contenido de los mensajes orientados a educación financiera; ACTITUDES: detección de cambios actitudinales relacionados con los contenidos de los mensajes percibidos.

La **frecuencia de percepción de los mensajes divulgados a través de las cuñas radiales** en los lugares incluidos en la investigación es razonablemente alta, indican que al menos en lo que se refiere a la diseminación de los mensajes se alcanza una cobertura satisfactoria. De hecho se observa un comportamiento similar a la cobertura alcanzada con los clientes de SCG a través del proceso de capacitaciones semanales, en el sentido que los dos primeros módulos superan los 60% de exposición, e inclusive 68% en el caso de Nicaragua, para luego bajar en los últimos dos, hasta 37% en el caso de Honduras para el módulo 4.

No obstante, detrás de esta similitud aparente, se observa que la tasa de cobertura en la encuesta de conveniencia, que inicia en el primer módulo siendo más alta que en las capacitaciones de los clientes, termina más baja en el último, lo que revela una falta de constancia en el proceso de captación de mensajes radiales, mientras que en el caso de las capacitaciones las bajas en el proceso fueron menores y, posiblemente, ligadas al desfase en la impartición de los temas.

Considerando ahora solamente las personas entrevistadas que respondieron positivamente a la recepción de los mensajes, se encuentra que los **índices de apropiación**<sup>24</sup> por módulo, son bajos: en el caso de Nicaragua la moda está cerca de 0 y en Honduras se coloca entre 0 y 1. Especialmente en Nicaragua, son significativamente más bajos que los encontrados entre los clientes de SCG.

Al igual que se hizo para el análisis de las respuestas de los clientes de SCG, se procura mayor precisión en la explotación de las preguntas sobre apropiación al consultar la distribución de las respuestas. Se confirma que los porcentaje de apropiación son sistemáticamente más altos en la parte negativa de la escala, (o sea de - 2 a - 1), a nivel de promedios general y para cada país separadamente, pero alcanzando valores similares a los de la encuesta a clientes en lo que se refiere a valor median (0), para luego superarlos en el extremo positivo. Se perfila por ende la conformación de distribuciones

<sup>22</sup> La educación financiera radial cuyos efectos se está evaluando por medio de la presente encuesta de conveniencia es la misma (mismos módulos y mismos temas) que la que fue impartida a los clientes de SCG.

<sup>23</sup> Se aplicó abordando personas en las aceras y calles de los cascos urbanos en los cuales se encuentran las sedes de las entidades microfinancieras objetos de la presente evaluación, y en los espacios públicos de los asentamientos humanos de cualquier tamaño en los cuales se encuentren los hogares de la muestra enfocada en el crédito grupal.

<sup>24</sup> La apropiación se mide con una escala de 5 valores discretos de - 2 a + 2 cuyo significado está indicado debajo de la tabla 6.2, El índice de apropiación es el promedio de los valores discretos de la escala, ponderados por la frecuencia de las respuestas para cada valor.



bimodales, que indican la eficiencia de los mensajes radiales en una pequeña parte de la población expuesta, pero no en su mayoría.

#### IV. RESPECTO A LOS INSUMOS PROVISTOS POR LAS IMF'S

Los insumos provistos por las EMF fueron fundamentales para desarrollar las actividades de esta evaluación, y en este apartado comentaremos particularmente sobre los listados que contienen la información de los clientes que trabajan con la metodología grupal propuesta por PROMIFIN. Estos listados tienen el propósito de establecer el universo del estudio y brindar información que permita ubicar a los elementos de la muestra, sin embargo este propósito se alcanzó parcialmente debido a la imprecisión de la información contenida en los listados provistos por las EMF. A continuación puntualizamos algunas de las situaciones que se dieron tanto en Nicaragua como en Honduras:

- **Los listados proporcionados por las microfinancieras tenían información incompleta.** Por ejemplo había listados en los que solo aparecía el nombre del grupo solidario o banco comunal pero no aparecían los nombres ni las direcciones de los integrantes de dichos grupos, o aunque aparecían los nombres no aparecían las direcciones<sup>25</sup>. Subsancar esto implicó visitar las sucursales de las microfinancieras y con el apoyo de sus funcionarios revisar cada uno de los expedientes físicos de clientes que integraban la muestra para completar la información faltante. Habían casos en los que solo se logró obtener la información de los líderes de los grupos y no del resto de los integrantes.
- **La información recolectada en la oficina resultó ser imprecisa.** Estando en campo, sucedió en algunos casos que las direcciones recolectadas en la oficina no eran correctas porque los integrantes del grupo habían cambiado de domicilio y no se actualizó el expediente, e implicó que el supuesto de que *los integrantes de un mismo grupo viven en un radio no mayor de 5 cuerdas* no se cumpliera. Por ejemplo clientes que supuestamente vivían en el municipio de la Larreynaga hubo que ir a buscarlos en el municipio de El Jicaral o en el municipio de Santa Rosa del Peñón. También sucedió que personas que en los registros de la EMF aparecían como clientes pero estando en campo se constató que no lo eran. Por ejemplo hubo un caso en el que un tercio de las personas que se pensaba encuestar ya no eran clientes de la institución razón por la cual fue necesario ampliar los listados de la muestra de reposición.
- **En una de las microfinancieras entre un 60% y 70% de la muestra es una cartera morosa.** Esto ha dificultado localizar a la gente y ha provocado el rechazo de la encuesta, aún cuando es el encuestador el que se presente para solicitar el permiso de realizar la encuesta. La relación del asesor con los clientes -al parecer poco satisfactoria- también ha provocado el rechazo para contestar la encuesta, tanto de clientes morosos como de no morosos. También en esa microfinanciera, hay poco conocimiento de los asesores de créditos en cuanto a la ubicación de los clientes de la muestra, ya que son carteras morosas heredadas de la cual no disponen información o

<sup>25</sup> Habían listados que aun cuando el campo de "dirección" estaba lleno, con dicha información no era posible ubicar al cliente. Por ejemplo nos encontramos direcciones que únicamente decían "comarca acedades", claramente solo con el nombre de una comarca (que equivale a una microrregión dentro de un municipio), es muy complicado localizar a una persona en específico.

aún no han tenido oportunidad de visitar, y esto ha dificultado la localización de los clientes. Todo lo anterior se ha subsanado reemplazando a los clientes que rechazaron la encuesta por clientes que pertenecen a la muestra de reposición. Debido a que la magnitud de los reemplazos es superior a la esperada, fue necesario ampliar la muestra de reposición.

Las situaciones descritas en los puntos anteriores implicaron retrasos en el proceso de recolección de información.

Durante la realización de las actividades de diseño y recolección de datos pudimos observar algunas situaciones que creemos que merecen ser mencionadas en este informe y que a continuación detallamos.

- **Fue notoria la existencia de “presta nombre”.** Se trata fundamentalmente de mujeres que aparecen registradas como clientes de la EMF pero no tienen ningún negocio, no participan en la metodología grupal, ni tampoco administraron el crédito. En realidad los clientes son sus cónyuges. Al preguntarle a estas mujeres porqué aparecen en los registros de las EMF, ellas respondieron que sus esposos las convencían de que “prestaran su nombre” para solicitar créditos que serían administrados por ellos, ya que al ser mujeres tenían más oportunidades de que las IMF les aprobara la solicitud.
- **El manejo de la información de los clientes debe modernizarse.** La mayoría de las EMF no dispone de una base de datos electrónica que cuente con información esencial acerca de la identificación y ubicación de los clientes, la metodología con la que trabaja y el historial de créditos. Esta información está disponible solamente en los expedientes físicos los cuales están guardados en las sucursales ubicadas en los distintos territorios, esto claramente complica el acceso a dicha información. Fue hasta que se solicitaron los datos para construir el marco muestral que las EMF comenzaron a dedicar recursos para solucionar esta deficiencia.
- **La ubicación de los clientes depende únicamente de un funcionario.** El promotor de crédito es la persona que está en mejor capacidad para ubicar a los clientes, y en la mayoría de los casos es la única persona, esto debido a que la manera como se registra la información de contacto en los expedientes es insatisfactoria. Ya en este documento hemos explicado las impresiones. Sin embargo se debe hacer un esfuerzo para que esta información se registre de manera correcta, de modo que sean varios funcionarios de la EMF los que puedan localizar al cliente, en caso contrario el promotor de crédito se vuelve indispensable. Lo anterior no es deseable teniendo en cuenta que algunas micro financieras la rotación de los promotores de crédito es alta.

\*\*\*

## ANEXO: TABLAS SINÓPTICAS DE LOS RESULTADOS PRINCIPALES, SEPARANDO POR TIPO DE CLIENTE

VERSION FINAL

**Tabla sinóptica 1. Características socioeconómicas de los hogares clientes / beneficiarios**

Comparación entre Tratamiento (clientes consolidados) y Control (clientes nuevos)

		Consolidados	Nuevos
Tamaño Promedio del Hogar		4.8	4.8
% de Clientes Mujeres		90.7	82.9
Estratos etarios	% De 15 a 24 años	7.7	13.7
	% De 25 a 54 años	78.0	75.7
	% 55 años o más	14.3	10.5
Tasa de Analfabetismo	% Urbano	6.6	7.9
	% Rural	12.7	11.3
Años de Estudio Promedio		6.1	6.0
Transferencias Privadas	% de Hogares que Reciben	43.7	36.7
	Monto mensual (US\$)	18.9	17.8
Transferencias Públicas	% de Hogares que Reciben	27.7	28.7
	Monto mensual (US\$)	102.5	207.6
Transferencias ONGs	% de Hogares que Reciben	4.5	4.1
	Monto mensual (US\$)	134.8	108.7
Características seleccionadas de la vivienda (% con...)	Hacinamiento	23.3	20.1
	Falta Acceso al Agua Potable	8.7	10.6
	Eliminación Excretas Inadecuado	6.9	7.5
	Piso inadecuado	35.7	31.9
Ramas de actividad (%)	Producción agropecuaria	15.0	24.1
	Servicios diversos	71.1	64.4
	Procesos de transformación	11.4	8.7
Status laboral (%)	Patrón/Empresario	4.2	5.7
	Trabajador cuenta propia	71.5	63.1
Ingreso familiar mensual (antes) por fuente (US\$)	Dividendos de las ACP	254.3	251.0
	Remuneraciones salariales	144.0	186.7
	Transferencias públicas + ONG	34.4	63.9
	Transferencias privadas	8.3	6.5
Ingreso familiar mensual (antes) por estrato (US\$)	<= 30 US\$ / mes	18.2	14.4
	30 - 60 US\$ / mes	19.0	18.9
	60 - 500 US\$ / mes	57.9	62.3
	> 500 US\$ / mes	1.5	1.7
Estimación del capital doméstico (US\$)		1,291.0	1,328.5
Gasto Promedio Mensual del Hogar (US\$)		466.4	424.4
Composición del Gasto de los Hogares (%)	Alimentos	50.5	51.3
	Gastos corrientes	12.6	12.9
	Otros gastos básicos	9.0	9.6
	Inversión y ahorro	12.4	11.2
Condición de Pobreza según línea del gasto (%)	No pobres totales	67.3	61.6
	Pobres No Extremos	23.6	26.8
	Pobres Extremos	9.1	11.6
% de Hogares que Consideran que Viven en Pobreza		32.5	39.8

Fuente: Encuesta de Evaluación Intermedia de PROMIFIN

**Tabla sinóptica 2. Características del acceso al crédito y valoraciones subjetivas**  
Comparación entre Tratamiento (clientes consolidados) y Control (clientes nuevos)

		Consolidados	Nuevos
% de Hogares con acceso a otras fuentes	1 a 3 créditos	34.2	33.3
	4 o más créditos	5.4	4.7
% del crédito SCG en el crédito total (hogares con otras Fuentes)	% monto	66.9	48.2
	% # créditos	73.6	56.3
Monto Promedio (US\$) del Créditos	Crédito PROMIFIN (SCG)	426.1	301.3
	Crédito de otras fuentes	534.7	640.1
# Promedio de Créditos recibidos	Crédito PROMIFIN (SCG)	5.1	2.2
	Crédito de otras fuentes	1.9	1.9
Intervalo Promedio (meses) entre Créditos	Crédito PROMIFIN (SCG)	10.3	7.9
	Crédito de otras fuentes	10.7	11.7
Motivos de la Solicitud de Crédito SCG (%)	Para el negocio actual	89.7	78.9
	Para otro negocio o finca	4.8	11.5
	Para iniciar un negocio	1.5	2.3
	Para vivienda o uso personal	4.0	7.4
Usos efectivos del crédito SCG (%)	Inversión productiva	90.1	85.8
	Gasto familiar	5.7	8.8
	Pago de deudas y otros	4.1	5.5
Costos de transacción (días transcurridos)	Hasta la solicitud	12.8	12.0
	Hasta el desembolso	11.8	12.4
Horas totales dedicadas al proceso ...	De solicitud	123.0	19.8
	De desembolso	5.7	5.0
Opinión acerca del tiempo invertido en capacitaciones y espera del crédito (%)	Poco	18.0	15.6
	Razonable	74.5	75.9
	Mucho	4.1	4.9
	Excesivo	1.9	1.9
% Clientes que hubieran solicitado crédito en otro lugar		56.9	52.7
% Respuestas que reconocen la calidad técnica		61.5	61.4
% Clientes que recibieron el monto que solicitaron		88.3	81.0
% Clientes satisfechos con el plazo		92.4	89.8
% Clientes satisfechos con las cuotas		87.1	85.7
Las Cuotas que pagan son consideradas como (%)	Bajas	15.2	13.2
	Razonables	70.8	70.1
	Altas	12.3	15.1
	Excesivas	1.3	0.9
Los Intereses que pagan son considerados como (%)	Bajos	21.9	16.8
	Razonables	64.5	66.7
	Altos	11.0	14.4
	Excesivos	1.7	1.4
% Clientes que Solicitará otro Crédito a esta IMF		80.3	73.8
% Clientes que Recomendaría EMF a Amigos y Familiares		94.4	91.3

Fuente: Encuesta de Evaluación Intermedia de PROMIFIN

**Tabla sinóptica 3. Cambios en las ACP relacionados con el uso del crédito (SCG)**  
Comparación entre Tratamiento (clientes consolidados) y Control (clientes nuevos)

		Consolidados	Nuevos
Valor del Equipamiento utilizado para realizar la ACP (US\$)	Antes	284.6	358.8
	Ahora	418.7	454.3
	% Cambio	47.1	26.3
Forma más frecuente de adquisición del equipamiento (%)	Con el crédito	4.9	4.7
	Con ahorros previos o ingresos	81.5	77.1
	Otros	13.6	18.2
Valor de los Insumos utilizados para realizar la ACP (U\$ / mes)	Antes	369.1	266.7
	Ahora	604.1	336.9
	% Cambio	63.7	26.3
Valor de la Mano de Obra (U\$ / mes) remunerada	Antes	24.7	14.0
	Ahora	53.0	29.1
	% Cambio	114.6	108.0
Valor de las Ventas (U\$ / mes)	Antes	600.8	482.1
	Ahora	1,148.7	650.1
	% Cambio	91.2	34.8
Valor de la Utilidad bruta (U\$ / mes)	Antes	207.0	201.4
	Ahora	547.6	361.6
	% Cambio	164.5	79.5
% Hogares que iniciaron una ACP		10.0	10.6
% de Negocios según cambio	Si, ha mejorado	62.0	60.5
	Sigue igual	36.8	37.5
	Si, ha empeorado	1.3	1.9
Principales mejoras en los negocios (%)	Agregó nuevos prod. o servicios	24.0	21.3
	Expandió su negocio /diversificó	33.6	30.7
	Mejóro la calidad de productos	26.7	33.7
	Redujo costos de materia prima	6.2	3.3
	Otros	10.0	11.0
Principales factores de mejoras en los negocios (%)	Mayor capacidad financiera	52.4	55.8
	Más existencia, materiales , ins.	30.3	28.3
	Diversificó su negocio	4.8	2.8
	Inversión en el negocio	0.0	0.4
Otros factores (externos)		11.8	12.8

Fuente: Encuesta de Evaluación Intermedia de PROMIFIN

**Tabla sinóptica 4. Cambios en el gasto y el ahorro, relacionados a la EF**

Comparación clientes consolidados y clientes nuevos

		Consolidados	Nuevos
% de Clientes que ha participado en al menos 1 Sesión de EF	Presupuesto	60.6	59.6
	Ahorro	56.7	54.6
	Manejo del Crédito	55.8	52.3
	Negociación Financiera	47.6	44.6
Índice de Apropiación de los Temas Impartidos	Presupuesto	0.7	0.7
	Ahorro	0.7	0.7
	Manejo del Crédito	1.1	1.1
	Negociación Financiera	0.8	0.8
Nivel de Apropiación máxima (%)	Presupuesto		36.3
	Ahorro		37.0
	Manejo del Crédito		48.3
	Negociación Financiera		43.7
Nivel de Apropiación mínima (%)	Presupuesto		18.1
	Ahorro		18.9
	Manejo del Crédito		9.7
	Negociación Financiera		18.3
% de Hogares con al Menos una Persona que Ahorra		69.1	58.9
Formas de Ahorro (%)	En Efectivo	59.9	57.5
	En el Banco	29.0	31.7
	Otras	19.3	15.1
# Promedio de Ahorrantes en los Hogares		1.3	1.3
Monto Promedio del Ahorro del Hogar (US\$)	Antes	80.1	100.2
	Ahora	280.5	217.5
	% Cambio	250.1	117.0
Distribución de los Hogares que Ahorran según opiniones (%)	Han disminuido	9.1	12.1
	Se mantienen igual	35.2	32.7
	Han aumentado	53.0	54.2
	No sabe no responde	2.7	1.0
Índice de Cambio en la Asignación del Gasto	Hacia Inversión y ahorro	0.3	0.2
	Hacia otros rubros	0.1 – 0.2	0.1 – 0.2
% de Hogares que incrementaron la inversión en la ACP		39.6	31.5
Diferencial de Cambios (en puntos porcentuales) de la Composición del Gasto	Alimentos		- 0.8
	Salud		- 0.3
	Inversión y ahorro		1.2
Mantenimiento de la vivienda			- 0.5

Fuente: Encuesta de Evaluación Intermedia de PROMIFIN

**Tabla sinóptica 5. Cambios en la economía y el hogar relacionados con el crédito (SCG) y el ahorro**  
Comparación entre Tratamiento (clientes consolidados) y Control (clientes nuevos)

		Consolidados	Nuevos
% de la PEA que no trabajó el mes pasado	Antes	38.8	37.8
	Ahora	33.9	35.8
	% Cambio	- 4.8	- 2.0
Razones del cambio ocupacional (%)	Encontró empleo	31.3	29.1
	Empezó una ACP	19.3	21.5
	Otro empezó una ACP	4.5	5.7
	Otro cambio positivo	20.5	11.4
	Perdió el empleo	11.9	13.3
	Dejó de ejercer una ACP	4.5	13.3
	Otro cambio negativo	7.4	5.1
Ocupación familiar en la ACP (Horas/mes)	En un mes típico (antes)	763	606
	En el mes anterior (actual)	1,055	736
	Incremento ocupacional	293	129
Principal Uso de las Ganancias (%)	En infraestruct. / equipamiento	7.4	11.8
	Otros gastos del negocio	50.6	44.5
	Bienestar familiar	38.1	36.7
	Otros	3.8	6.9
Variaciones en las fuentes principales del Ingreso familiar (%)	Dividendos de las ACP	22	20
	Remuneraciones salariales	32	15
Ingreso familiar mensual total actual (US\$ / mes)	Antes	441.0	508.1
	Ahora	585.8	614.0
	% Cambio	32.8	20.8
Cambios en el ingreso familiar por estratos de pobreza (en puntos porcentuales)	Pobres extremos	-8.0	-5.7
	Pobres generales	-13.4	-7.3
	No pobres intermedios	14.5	7.9
	No pobres superiores	0.0	0.6
Cambios en Características de la vivienda (en puntos porcentuales)	Hacinamiento	- 6.9	- 1.6
	Falta Acceso al Agua Potable	- 2.8	- 0.2
	Eliminación Excretas Inadecuado	- 2.0	- 0.5
	Piso inadecuado	- 9.1	- 3.6
Variación del capital doméstico estimado (US\$)	Antes	1,291.0	1,328.5
	Ahora	1,740.7	1,463.0
	Cambio (absoluto)	449.7	134.5
Cambio en el % de hogares por debajo de la línea de pobreza	Antes	40.7	42.7
	Ahora	27.9	36.1
	Cambio (puntos porcentuales)	- 12.8	- 6.5
% de Expresiones desfavorables acerca del empoderamiento individual	Ahora decido cómo gastar...	1.8	4.9
	Ha crecido personalmente	2.5	6.8
	Se siente más independiente	2.9	7.3
	Decide sobre uso del crédito	2.5	6.1
	Siente que tiene capacidad...	2.0	5.1

Fuente: Encuesta de Evaluación Intermedia de PROMIFIN



VERSION FINAL