

**GLOBAL**  
**PARTNERSHIPS**

# ADRA Case Study

Aprendizaje sobre las clientes  
y medición del progreso



# Contents

---

<b>Resumen ejecutivo</b>	<b>3</b>	<b>Resultados</b>	<b>13</b>
<b>ANTECEDENTES DEL PROYECTO</b>	<b>4</b>	 <b>PERFIL DEL CLIENTE</b>	<b>14</b>
<b>OBJETIVOS Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>	<b>4</b>	<i>Datos demográficos</i>	14
<b>RESULTADOS</b>	<b>6</b>	<i>Ingresos y nivel de pobreza</i>	17
<b>IDEAS CLAVE</b>	<b>7</b>	<i>Resiliencia</i>	18
<b>Antecedentes del proyecto</b>	<b>8</b>	 <b>EFFECTIVIDAD DEL PROGRAMA</b>	<b>20</b>
<b>OBJETIVOS DE IMPACTO</b>	<b>9</b>	<i>Sobreendeudamiento</i>	21
<i>Global Partnerships</i>	9	<i>Salud</i>	23
<i>ADRA</i>	9		
<i>Programas Educativos</i>	10		
<b>APRENDIZAJE SOBRE LAS CLIENTES Y MEDICIÓN DEL PROGRESO</b>	<b>11</b>		
<i>Hipótesis y preguntas de la investigación</i>	11		
<i>Metodología de investigación</i>	11		

---



# Resumen Ejecutivo

## Antecedentes del proyecto

### GLOBAL PARTNERSHIPS

Global Partnerships (GP) es un inversionista impulsado por el impacto, que tiene la misión de expandir las oportunidades para las personas que viven en pobreza. GP invierte en socios empresariales sociales que brindan productos y servicios de alto impacto que les permiten a las personas ganarse la vida y mejorar sus vidas. La cartera de GP está compuesta por una creciente cantidad de Iniciativas de inversión diseñadas para abordar diversos aspectos de la pobreza.




GP se dedica a comprender los resultados que se alcanzan a través de sus inversiones. Emplean una práctica de administración de impacto iterativa que utiliza datos cualitativos y cuantitativos de diversos dominios para obtener una percepción más profunda sobre qué funciona, por qué, para quién y en qué circunstancias. Como parte de su programa de aprendizaje continuo, GP lanzó una iniciativa de estudio de casos con socios de sus áreas de enfoque. Este informe describe los resultados de un estudio de caso realizado por Microfinance Opportunities (MFO) en asociación con ADRA, receptora de inversiones de GP, en el Perú.

### ADRA

ADRA es una institución internacional sin fines de lucro que trabaja en más de 130 países y nueve áreas de impacto esenciales para implementar soluciones adecuadas para las regiones con el fin de generar cambios positivos y sostenibles. En el Perú, ADRA opera un programa de microfinanzas para microempresarias vulnerables que viven en áreas periurbanas y rurales. Su programa de microfinanzas utiliza una metodología de banco comunitario en la que grupos de 15 a 35 mujeres reciben colectivamente un préstamo de ADRA, garantizan su reintegro y gestionan la distribución del préstamo y el reintegro internamente. Está alineado con la Iniciativa de Finanzas con Enfoque en las Mujeres y Educación de GP, ya que ofrece programas educativos junto con el programa de banco comunitario.

## Objetivos y diseño de la investigación

GP y ADRA realizaron este estudio con el objetivo de aprender más sobre las clientes de ADRA y la efectividad de sus programas educativos, con el fin de respaldar el desarrollo de los productos y servicios de ADRA. Específicamente, los socios buscaron responder tres preguntas de investigación:

-  ¿Cuál es el perfil de pobreza de las clientes de ADRA?
-  ¿Qué tan resilientes son las clientes de ADRA a las fluctuaciones en sus flujos de efectivo y los impactos económicos?
-  ¿Las clientes demuestran poseer conocimientos, actitudes y comportamientos coherentes con los programas educativos de ADRA, específicamente con respecto a los módulos de salud personal y sobreendeudamiento?

### GLOBAL PARTNERSHIPS EN NÚMEROS\*

**19 PAÍSES**  
donde GP ha trabajado

**121 SOCIOS**

**10 MILLONES DE VIDAS IMPACTADAS**  
(número estimado resultado de las inversiones de GP en sus socios)

**\$300.4 MILLONES**  
de capital extendido

**13 INICIATIVAS DE INVERSIÓN**

*\*Acumulado al 31 de marzo de 2018*



**SOCIO:** ADRA

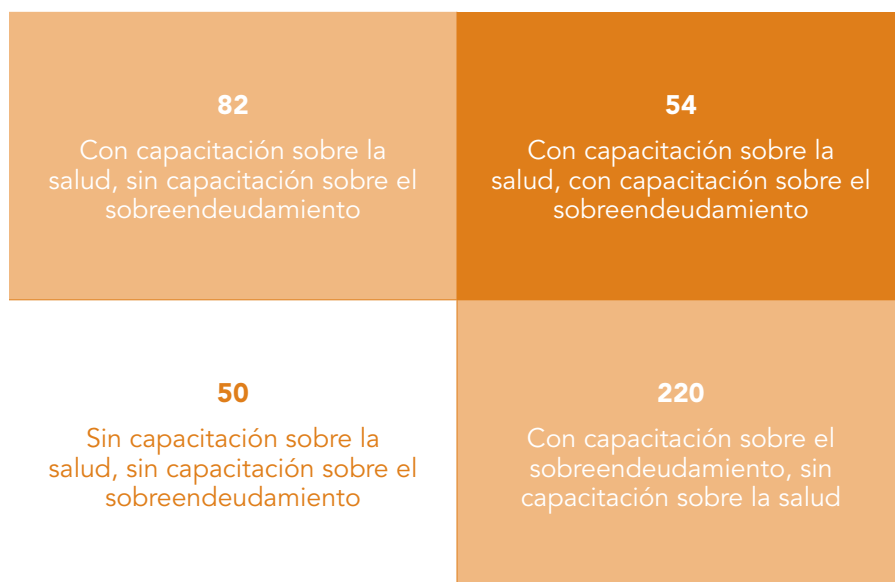
**PAÍS:** Perú

**FUNDADO:** 1983




MFO, con el asesoramiento de GP y ADRA, diseñó una encuesta para obtener información para responder estas preguntas. La encuesta recopiló datos descriptivos de clientes en un conjunto diverso de indicadores socio-económicos. También recopiló datos sobre los conocimientos, las actitudes y los comportamientos relacionados con las capacitaciones sobre la salud y el sobreendeudamiento.

El estudio se realizó en la sucursal de ADRA en Pucallpa, ubicada en el departamento de Ucayali, en la selva tropical amazónica del este del Perú. En el momento del estudio, la sucursal de Pucallpa prestaba servicios a aproximadamente 3700 clientes en 179 grupos del banco comunitario.

MFO seleccionó a grupos que habían completado una o ambas capacitaciones y grupos que no habían participado en ninguna capacitación para permitir realizar el análisis sobre la efectividad de los programas educativos. En total, MFO encuestó a 406 clientes:



## Resultados


-  La encuesta de MFO mostró que al momento del estudio, los clientes de ADRA tenían un perfil de pobreza consistente con las personas que viven en pobreza moderada en el Perú. Informaron tener medios de vida confiables, pero a veces no fueron suficientes para cubrir sus gastos.
-  Los clientes se preocupan por la capacidad de responder a los shocks. Si bien es probable para poder responder a tales shocks si se producen, algunos pueden tener que recurrir a estrategias particularmente estresantes, como asumir más deudas para poder hacerlo.
-  Con respecto a los programas educativos, hubo pruebas de que los clientes de ADRA mostraban conocimiento y comportamiento asociados con el sobreendeudamiento y la educación para la salud. Sin embargo, los datos mostraron solo pequeñas diferencias en el conocimiento y comportamiento entre los clientes que recibieron la educación y los que no, después de controlar otros factores, como la tenencia con ADRA, si los clientes recibieron educación a través de otras instituciones, educación de los clientes y el nivel de pobreza de los clientes

Por ejemplo:


- *Educación sobre endeudamiento*
  - Al evaluar la efectividad del módulo de sobreendeudamiento, los datos sugieren que los clientes que recibieron la educación más capaz de recordar la tasa de interés de su préstamo que los clientes que no recibió la educación.
- *Educación para la salud*
  - Al evaluar el módulo de salud, sugirieron modelos econométricos la educación tuvo un efecto positivo en la visión de la vida de los clientes.



## Ideas clave

 Microcredito ha demostrado la capacidad de llegar a quienes viven en la pobreza; sin embargo, puede ser dañino para aquellos que no tienen la capacidad de pagar. Sabiendo esto, Global Partnerships invierte en IMF, como ADRA, que demuestran una sólida inclusión financiera y protección del cliente, yendo más allá del crédito para proporcionar a los clientes la información que necesitan para tomar decisiones informadas. Este estudio de caso indica que los clientes de ADRA en general demuestran conocimiento básico de crédito y tienen la capacidad de pagar. También señala áreas en las que ADRA podría inclinarse hacia una inclusión más profunda y / o un plan de estudios educativo más sólido.

El progreso fuera de la pobreza no es lineal. Los hogares experimentan conmociones y retrocesos a lo largo del camino. Si bien los niveles de pobreza monetaria de los clientes pueden no parecer graves, siguen siendo económicamente vulnerables y llevan ese estrés consigo. Sin acceso a herramientas financieras apropiadas, los hogares pueden recurrir a mecanismos negativos para enfrentar situaciones difíciles, como solicitar un préstamo para pagar otro préstamo. Las microfinanzas son una de las muchas herramientas que los hogares utilizan para aumentar su resiliencia económica.

 Para evaluar la eficacia del programa educativo de ADRA, este estudio de caso utilizó métodos estadísticos para controlar factores externos, como la educación de los clientes y los niveles de pobreza. Al hacerlo, tuvo como objetivo determinar si los cambios en el conocimiento, las actitudes y el comportamiento del cliente se pueden atribuir a la educación impartida por ADRA. Los resultados indican que, en general, los clientes demuestran el conocimiento y el comportamiento deseados, pero con la excepción de un par de áreas, es difícil atribuir esto al programa educativo de ADRA. Desde una perspectiva comercial, estos hallazgos.





## Antecedentes del proyecto



## Objetivos de impacto

### GLOBAL PARTNERSHIPS

Global Partnerships (GP) proporciona préstamos de capital de trabajo a empresas socias para fortalecer y mejorar el suministro de bienes y servicios que empoderan a las familias de bajos recursos para ganarse la vida y mejorar sus vidas. A través del acceso a servicios financieros y educación, GP busca empoderar a las mujeres con los recursos y la información que necesitan para tomar decisiones fundamentadas, regular sus ingresos y consumos, generar activos y absorber mejor los impactos económicos.

### ADRA

En el Perú, ADRA opera un programa de microfinanzas para microempresarias vulnerables que viven principalmente en áreas periurbanas y rurales. Su programa de microfinanzas utiliza una metodología de banco comunitario en la que grupos de 15 a 35 mujeres reciben colectivamente un préstamo de ADRA, garantizan su reintegro y gestionan la distribución del préstamo y el reintegro internamente. Además, ADRA les brinda a las mujeres acceso a una diversidad de programas de capacitación.

En términos generales, los programas de desarrollo económico de ADRA, dentro de los cuales forma parte las microfinanzas, funcionan sobre la creencia de que, si ADRA puede brindar un mejor acceso a las herramientas financieras, principalmente los ahorros y los préstamos, y puede unir eso con diversos programas educativos, les permitirá a las familias mejorar sus ingresos y reducir su vulnerabilidad a los impactos económicos.

## GLOBAL PARTNERSHIPS

Dentro de su Iniciativa de Finanzas con Enfoque en las Mujeres y Educación, GP busca mejorar el bienestar y la resiliencia económica de las familias mediante el empoderamiento de la mujer como encargada de tomar decisiones y fuente de ingresos.



ADRA es una institución internacional sin fines de lucro que trabaja en más de 130 países y nueve áreas de impacto esenciales para implementar soluciones adecuadas para las regiones con el fin de generar cambios positivos y sostenibles.



## Teoría de Cambio

INSUMOS Y ACTIVIDADES	RESULTADOS A CORTO PLAZO	RESULTADOS A MEDIANO PLAZO	RESULTADOS A LARGO PLAZO
<b>Crédito a través del método de banco comunitario</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mitigar los faltantes de flujo de efectivo a corto plazo</li> <li>Aumentar la inversión empresarial</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento empresarial</li> <li>Mayores ingresos</li> <li>Mayor resiliencia económica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor bienestar económico</li> </ul>
<b>Capacitación y educación financiera</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayores conocimientos sobre los préstamos, su gestión y el uso de otras herramientas financieras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demostraron poseer actitudes y comportamientos relacionados con una mejor gestión de dinero</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayor resiliencia económica</li> <li>Mayor bienestar económico</li> </ul>
<b>Educación sobre la salud</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mayores conocimientos sobre comportamientos saludables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Demostraron poseer actitudes y comportamientos relacionados con comportamientos saludables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mejor salud</li> </ul>

## PROGRAMAS EDUCATIVOS

Este estudio de caso se diseñó, en parte, para evaluar dos módulos de capacitación de ADRA: “Sobreendeudamiento”, un sub-módulo de su programa de educación financiera, y “Cuidando mi salud”, un sub-módulo de sus capacitaciones generales sobre la salud.

El módulo de sobreendeudamiento se proporcionó a algunos grupos de banco comunitario entre fines de 2015 y principios de 2016. Su objetivo principal era educar a las clientes sobre los peligros del sobreendeudamiento al enseñarles sobre el acceso a alternativas de crédito y a considerar las consecuencias de solicitar demasiados préstamos. Durante el lanzamiento inicial, ADRA ofreció el módulo de sobreendeudamiento en cinco sesiones y luego, lo consolidó en tres sesiones.

ADRA estaba ofreciendo el módulo “Cuidando mi salud” al momento en que se realizó la encuesta en 2017. Su objetivo era educar a los participantes sobre la importancia de establecer hábitos saludables, como una dieta saludable, administrar la respiración personal, beber una cantidad suficiente de agua y participar en actividades recreativas y de ejercicios. También buscó fomentar la adopción de medidas de salud preventiva en los lugares de trabajo de las clientes, como evitar la exposición directa al sol y los riesgos ergonómicos de levantar objetos pesados.



# Aprendizaje sobre las clientes y medición del progreso

## HIPÓTESIS Y PREGUNTAS DE LA INVESTIGACIÓN

GP y ADRA realizaron este estudio de caso con el objetivo de aprender más sobre las clientes de ADRA. Específicamente, el estudio buscó proporcionar datos socioeconómicos cuantitativos sobre las clientes y datos sobre su resiliencia y vulnerabilidad económica. Estos datos complementarían los datos programáticos de ADRA y el entendimiento cualitativo del personal sobre las vidas de las clientes.

Además, este estudio buscó examinar la efectividad de un subconjunto de programas educativos que ADRA proporcionaba a las clientes. GP, ADRA y MFO plantearon la hipótesis de que las clientes que recibieron la capacitación sobre el sobreendeudamiento tendrían mayores niveles de alfabetización financiera con respecto a los temas de la capacitación y tendrían una menor probabilidad de haberse involucrado en ciclos de deuda, en comparación con quienes no recibieron la capacitación. Los socios plantearon la hipótesis que las clientes que habían recibido la capacitación sobre la salud demostrarían poseer mayores conocimientos y comportamientos saludables en comparación con las clientes que no recibieron la capacitación.

Para captar estos hallazgos y enmarcar las hipótesis, GP y ADRA identificaron tres preguntas de investigación principales:

- 👤 ¿Cuál es el perfil de pobreza de las clientes de ADRA?
- 👤 ¿Qué tan resilientes son las clientes de ADRA a las fluctuaciones en sus flujos de efectivo y los impactos económicos?
- 📊 ¿Las clientes demuestran poseer conocimientos, actitudes y comportamientos coherentes con los programas educativos de ADRA, específicamente con respecto a los módulos de salud personal y sobreendeudamiento?

## METODOLOGÍA DE INVESTIGACIÓN

ADRA eligió realizar el estudio de caso en Pucallpa. De acuerdo con los datos de ADRA, el programa de microfinanzas de esa localidad se brindó a aproximadamente 3700 clientes en 179 grupos que operaban en 12 distritos en el momento en que MFO realizó el estudio de caso. Para establecer un marco de muestreo, MFO trabajó con ADRA para identificar los grupos que habían completado la capacitación sobre el sobreendeudamiento, la capacitación sobre la salud, ambas capacitaciones o ninguna. MFO excluyó de la lista a aquellos grupos que ADRA indicó que solo recibieron una capacitación parcial. Esto creó un marco de muestreo que permitiría la comparación entre los grupos que habían recibido todas las capacitaciones que formaban parte de los módulos educativos en comparación con quienes no recibieron ninguna capacitación.

Los recursos disponibles para este proyecto y la logística relacionada con la metodología de banco comunitario influenciaron en gran medida el proceso de muestreo. Por ejemplo, MFO decidió entrevistar a clientes en reuniones



grupales en lugar de hacerlo en sus viviendas, pero los grupos de banco comunitario de ADRA se reunieron solo una vez por mes y, por lo general, en horarios similares. Además, se entrevistó a estos grupos en sus actividades regulares (mientras distribuían préstamos y cobraban reintegros o participaban en capacitaciones), lo que implicó que MFO contó con poco tiempo en las reuniones grupales para completar la encuesta.

Para seleccionar a los grupos, MFO identificó qué grupos se reunirían durante cada semana del plazo de recopilación de datos, que tuvo una duración de un mes y los días, horarios y ubicaciones de esas reuniones. El equipo de investigación trabajó con las oficiales de crédito locales para crear programas de visita que maximizaran la cantidad de grupos que los encuestadores pudiesen alcanzar. En las reuniones grupales, los encuestadores se esforzaron por seleccionar y entrevistar aleatoriamente a la mayor cantidad de miembros posibles en el tiempo asignado.

<b>82</b>	<b>54</b>
Con capacitación sobre la salud, sin capacitación sobre el sobreendeudamiento	Con capacitación sobre la salud, con capacitación sobre el sobreendeudamiento
<b>50</b>	<b>220</b>
Sin capacitación sobre la salud, sin capacitación sobre el sobreendeudamiento	Con capacitación sobre el sobreendeudamiento, sin capacitación sobre la salud

## SURVEY SAMPLE

*MFO entrevistó a 406 clientes en 53 grupos de banco comunitario en Pucallpa y sus alrededores. Los grupos seleccionados se encontraban geográficamente distribuidos de forma similar a los grupos de banco comunitario, en general. Las personas seleccionadas tenían probabilidades de pobreza similares (según el Progreso de Índice de Pobreza [PPI]) a las de otros clientes en la sucursal de Pucallpa, lo que sugirió que la muestra seleccionada es altamente representativa de las clientes de esa área.*



MFO seleccionó a los grupos que habían completado las capacitaciones; sin embargo, debido a la naturaleza dinámica de los grupos, algunas personas dentro de los grupos que habían completado capacitaciones solo habían completado partes de las capacitaciones o no habían participado en las capacitaciones. No obstante, enfocarse en los grupos que habían completado la capacitación le permitió a MFO detectar efectos *spill-over* entre los miembros individuales del grupo al comparar a las personas que habían completado la capacitación con las personas que solo habían completado parte de la capacitación y con las personas que no recibieron la capacitación.



# Resultados

## Perfil del cliente

### Pregunta de la investigación:

- ¿Cuál es el perfil de pobreza de las clientes de ADRA?
- ¿Qué tan resilientes son las clientes de ADRA a las fluctuaciones en sus flujos de efectivo y los impactos económicos?

### Respuesta:

El cliente típico encuestado tenía estas características:

- Mujer casada que completó, al menos, la escuela primaria y vive en una familia de cuatro personas.
- Se gana la vida a través de una microempresa, típicamente con la venta de alimentos preparados, con una tienda pequeña o con la venta de prendas de vestir; su esposo probablemente trabaja en el sector de la agricultura o como chofer.
- Probablemente vive en un nivel de pobreza moderado. Indicó que sus ingresos son relativamente consistentes; no obstante, algunas veces durante el año, no le alcanza para cubrir sus gastos.
  - Esto podría explicar por qué aproximadamente el 30 por ciento de las mujeres encuestadas informó haber tenido un acceso limitado o inadecuado a los alimentos en algún momento durante el año anterior.

- Si vivió un suceso negativo en el hogar (el 42 por ciento lo tuvo), probablemente fue a causa de una enfermedad o lesión. En ese caso, informó que tuvo que depender de los ahorros o de préstamos de familiares y amigos para cubrir los gastos inesperados.
- Independientemente de si vivió un suceso negativo, informó que, para ella, conseguir dinero adicional es una gran preocupación.

Estos datos son coherentes con las familias que viven en un nivel de pobreza moderado. Las mujeres se preocupan por la capacidad de responder a los shocks. Aunque es probable que puedan responder a dichos shocks si se producen, es posible que algunas deban optar por estrategias particularmente estresantes para hacerlo.

## DATOS DEMOGRÁFICOS

La ciudad de Pucallpa está situada contra un recodo del río Ucayali. Esta ciudad mediana en la selva tropical amazónica al este del Perú es un centro de distribución de bienes importante que fluyen hacia el este por camiones y hacia el norte y el sur por canales. La ciudad posee diversas comodidades modernas: carreteras amplias con luces que llevan a los centros peatonales y los hoteles. Mientras se aleja de la ciudad, no obstante, la pobreza relativa de la región comienza a notarse con tiendas de uno y dos pisos y viviendas construidas con bloques de hormigón y láminas de lámina oxidadas a la vista. Más allá de estas comunidades encontrará el río Ucayali, un viaje que puede requerir un paseo en bote, con comunidades enfocadas en la agricultura y que viven en casas construidas sobre pilotes como anticipación a las inundaciones de la temporada de lluvias.

ADRA enfoca su energía sobre estas comunidades periurbanas y rurales y crea grupos de bancos comunitarios predominantemente para microempresarias que, de otro modo, quedarían financieramente excluidas.



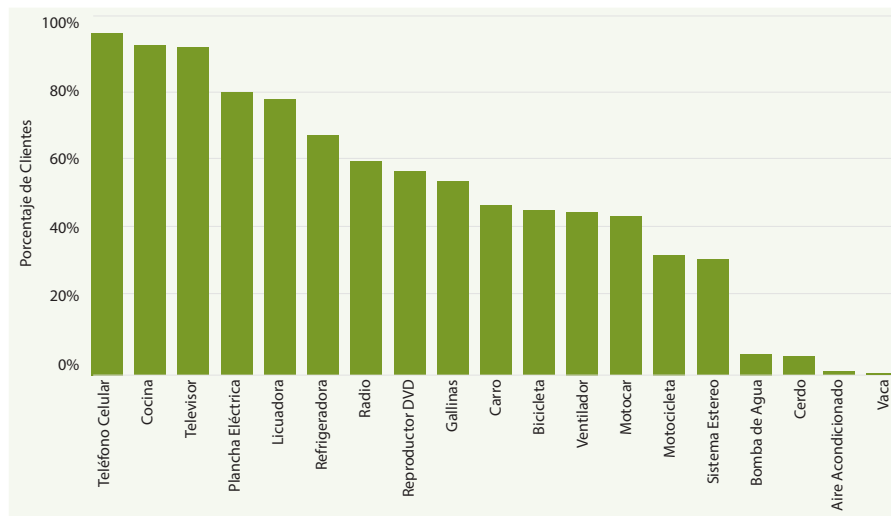


Silvia es una de esas mujeres. Al igual que el 74 por ciento de las mujeres en nuestra muestra, Silvia está casada y vive junto a su esposo y dos niños. Más de la mitad de las mujeres en la muestra no contaban con educación superior, aparte de la escuela primaria; sin embargo, Silvia pertenece al 38 por ciento de las mujeres que completó la escuela secundaria.

Estado Civil		Educación		Tamaño del Hogar	
Cada/Conviviente	74%	Ninguna	0%	1	3%
Separada/Divorciada	9%	Primaria incompleta	11%	2	6%
Soltera	12%	Primaria completa	41%	3	17%
Viuda	5%	Secundaria completa	38%	4	29%
		Algún técnico o universidad incompleta	9%	5	20%
				6	12%
				7	13%

La familia de Silvia vivía en una vivienda de dos habitaciones con paredes de madera y techo de lámina en el distrito de Yarinacocha, en el borde noreste de Pucallpa. Posee electrodomésticos básicos que son comunes para las personas que viven en países de ingresos medianos y altos, pero se consideran lujos para las personas pobres. Silvia tiene una cocina a gas y una licuadora en la cocina y una televisión y un reproductor de DVD en la sala de estar.

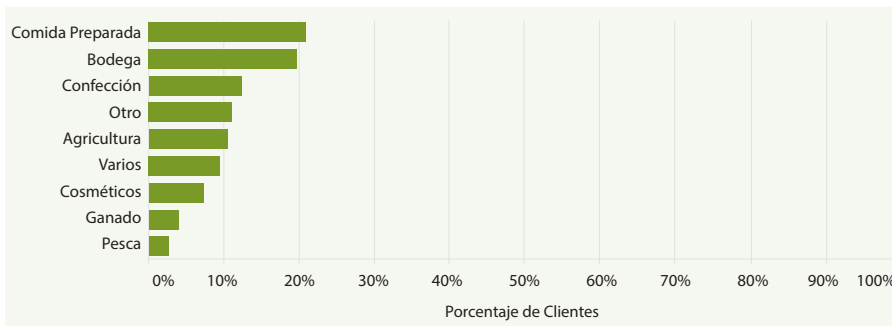
#### Bienes



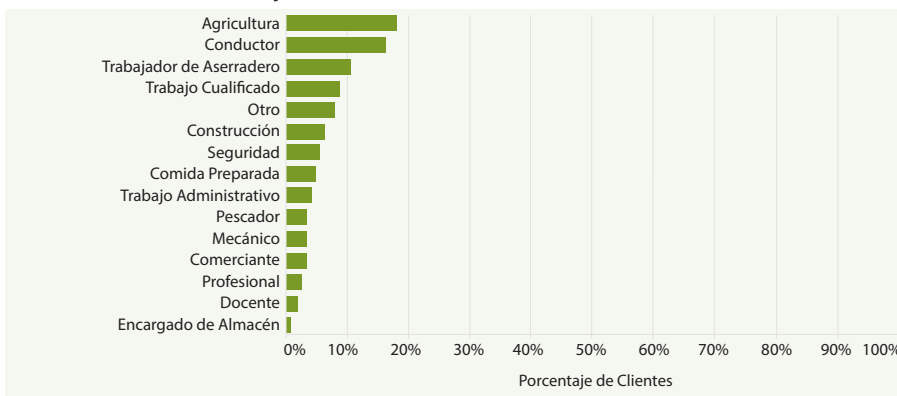
Al igual que el 65 por ciento de las mujeres encuestadas, vive en una casa con alguna forma de transporte motorizado (ya sea un automóvil, un motocar o motocicleta); no obstante, en muchos casos, estos vehículos se utilizan para generar ingresos, ya que muchos de los hombres en las familias obtienen dinero conduciendo taxis. Se destaca que la familia no posee un refrigerador. Silvia dirige su propio negocio con la venta de "bocaditos" (pequeñas porciones de diversos alimentos preparados). Su esposo hace lo mismo, sin embargo, su puesto tiene el beneficio adicional de contar con una fuente de sodas.



**Medios de Subsistencia**



**Medios de Subsistencia Parejas**



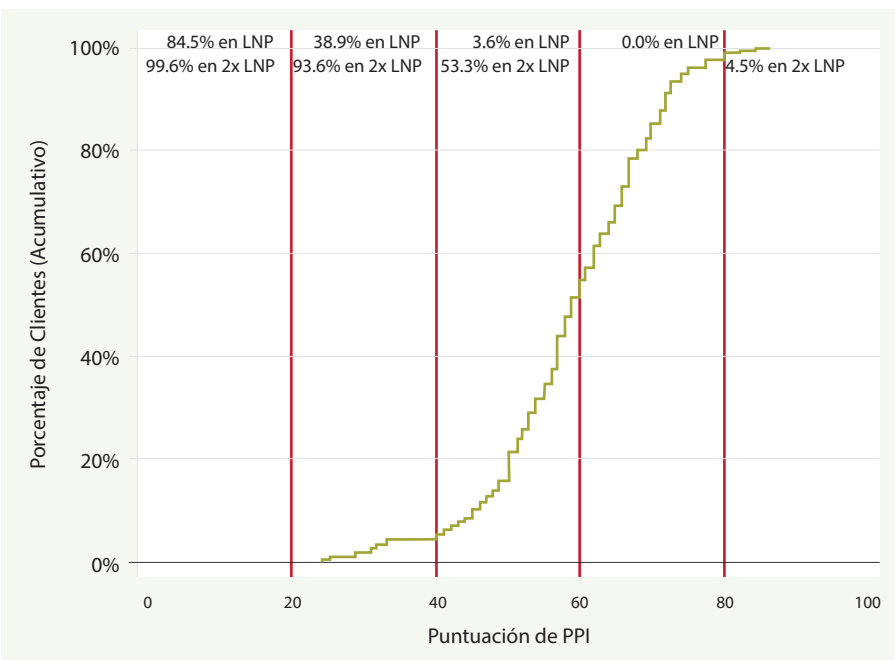
Aproximadamente una cuarta parte de las mujeres no vivía con un cónyuge o pareja. Este gráfico muestra los medios de subsistencia de los conyugues o parejas de aquellas mujeres que vivían con un cónyuge o pareja.



## INGRESOS Y NIVEL DE POBREZA

A pesar de trabajar regularmente, Silvia no gana mucho dinero. Informó que, por lo general, gana 800 soles peruanos o menos por mes, lo que equivale a aproximadamente USD 510 después de ajustar el monto al poder de compra. La línea de pobreza nacional en Perú es de 328 soles por persona por mes o 1312 soles por mes para una familia de cuatro (que equivale a USD 837 después de ajustar el monto al poder de compra). En las áreas urbanas de selva similares a donde vive Silvia, el Instituto Nacional de Estadística e Informática calcula que la línea de pobreza se acerca a los 305 soles por mes por persona. En consecuencia, si únicamente Silvia trabajara, los datos sugieren que se encontraría bastante por debajo de la línea de pobreza. No obstante, su esposo también gana dinero y el ingreso ayuda a elevar la situación de la familia. De acuerdo con el PPI, solo tienen un 8,1 por ciento de probabilidad de vivir por debajo de la línea de pobreza nacional, pero un 68 por ciento de probabilidad de vivir muy por debajo de ese nivel.

De forma individual, las ganancias de Silvia la colocan en el tercio inferior de clientes de MFO encuestados; no obstante, como familia, la vivienda de Silvia clasifica justo en la mitad: la familia promedio también tenía un 8,1 por ciento de probabilidad de vivir por debajo de la línea de pobreza nacional, pero un 68 por ciento de probabilidad de vivir muy por debajo de ese nivel. Juntos, estos datos sugieren que las familias encuestadas por MFO viven en un nivel de pobreza moderado, pero no extremo.



Este gráfico muestra la distribución acumulada de encuestadas en función de su puntaje en bruto de Progreso de Índice de Pobreza (PPI). Las líneas de referencia verticales rojas presentan cálculos de la probabilidad de que una familia con ese puntaje de PPI viva en la línea de pobreza nacional (LNP) debajo de esta y muy por debajo de la LNP (2 veces la LNP).

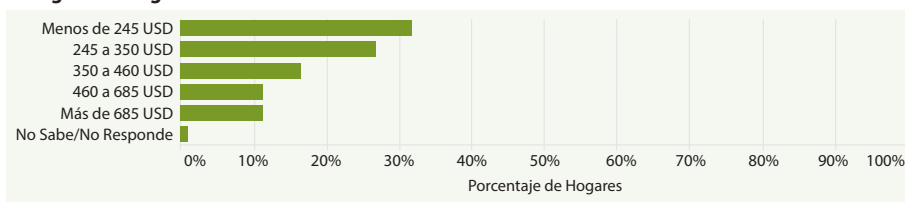
## RESULTADOS

La encuesta de MFO mostró que al momento del estudio, los clientes de ADRA tenían un perfil de pobreza consistente con las personas que viven en pobreza moderada en el Perú. Informaron tener medios de vida confiables, pero a veces no fueron suficientes para cubrir sus gastos.

### IDEAS CLAVE:

Este estudio de caso indica que los clientes de ADRA en general demuestran conocimiento básico de crédito y tienen la capacidad de pagar. También señala áreas en las que ADRA podría inclinarse hacia una inclusión más profunda y / o un plan de estudios educativo más sólido.

### Catagoría de Ingresos



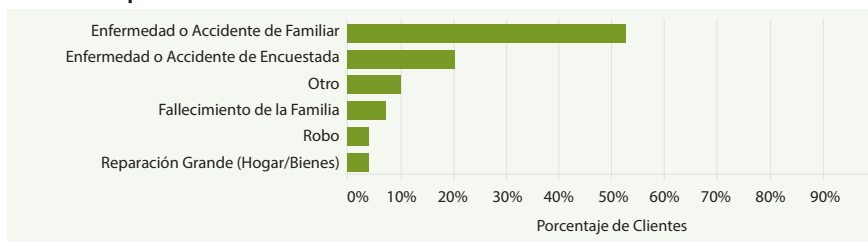
Desde que se unieron a ADRA, el 75 por ciento de las clientes encuestadas notificó un aumento percibido en sus ingresos, mientras que apenas un dos por ciento notificó una caída percibida en sus ingresos.<sup>1</sup> Además, el 93 por ciento de las clientes encuestadas, incluida Silvia, notificó que sus flujos de ingresos combinados (ganancias de ventas, salarios, remesas, etc.) eran confiables.

## RESILIENCIA

Aunque las clientes encuestadas notificaron poseer ingresos confiables, también informaron períodos de estrés financiero, algo que no es inusual para las familias que viven en condiciones de pobreza moderada. Aproximadamente el 52 por ciento de las mujeres, incluida Silvia, informaron que hubo períodos del año en los que sus ingresos no fueron suficientes para cubrir los gastos, y aproximadamente el 30 por ciento de las mujeres informaron que, en algún momento durante los últimos 12 meses, un faltante de efectivo les generó preocupación, ya que no sabían si habría comida suficiente para la familia.

Para muchas mujeres, hubo sucesos inesperados que acompañaron a este estrés financiero, y algunas veces precipitaron los faltantes de efectivo. Por ejemplo, el 42 por ciento de las clientes informó haber experimentado un suceso imprevisto importante. De ese 42 por ciento, casi tres cuartos indicaron que el suceso inesperado fue consecuencia de un accidente o una enfermedad que sufrió la encuestada o un familiar.

### Eventos Inesperados



Cuarenta y dos (42) por ciento de los clientes informaron haber experimentado un evento negativo e inesperado en los últimos 12 meses. Este gráfico muestra la cantidad de eventos que reportaron esos clientes.

Las mujeres afectadas por un suceso negativo recurrieron a diversas fuentes de dinero para lidiar con el suceso. Más de la mitad de las mujeres informaron que recurrieron a los ahorros y obtener un préstamo de un familiar o amigo fue la segunda opción más frecuente. Algunas mujeres pudieron generar dinero de una nueva fuente de ingresos o recurrieron a una institución microfinanciera (microfinance institution, IMF) local para recibir ayuda.<sup>2</sup> Una minoría de mujeres optó por vender activos, empeñar pertenencias y reducir gastos.

1. El alcance y la naturaleza de este estudio no permitieron atribuir directamente estos aumentos percibidos a la participación en los programas de ADRA. La tasa de pobreza nacional en el Perú ha disminuido drásticamente en los últimos 10 años, por lo que es probable que estas familias se hayan beneficiado, al menos de forma parcial, de las tendencias macroeconómicas.

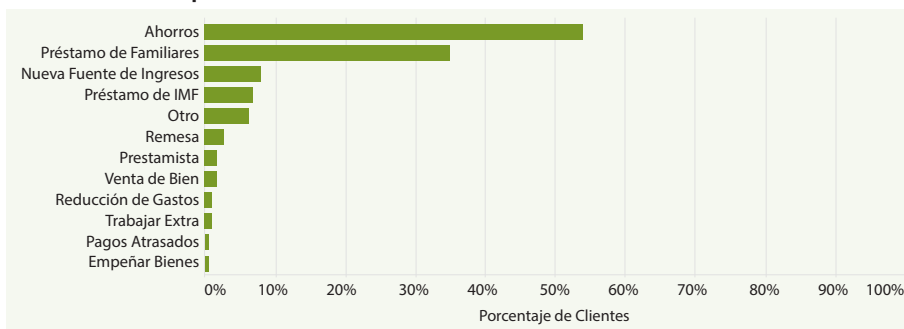
2. La encuesta no recopiló datos con respecto a qué IMFIF recurrieron las clientes en momentos de necesidad. No obstante, 32 clientes informaron tener un préstamo de una IMFIF distinta de ADRA.



## RESULTADOS

Los clientes se preocupan por la capacidad de responder a los shocks. Si bien es probable para poder responder a tales shocks si se producen, algunos pueden tener que recurrir a estrategias particularmente estresantes, como asumir más deudas para poder hacerlo.

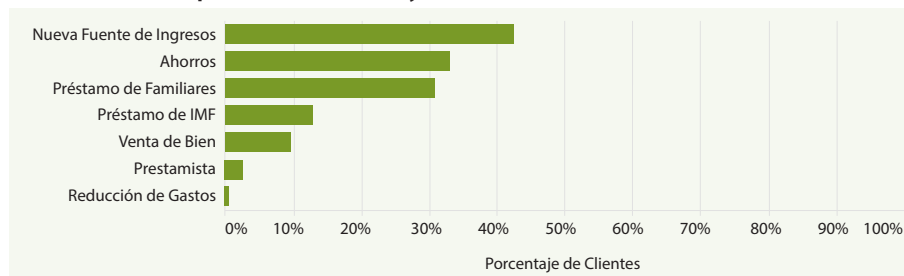
### Mecanismos de Adaptación Financiera Usados



Aunque un 42 por ciento de las mujeres informaron haber tenido un suceso negativo como este, el 65 por ciento indicó que se preocupaba mucho por obtener el dinero necesario para cubrir sucesos similares en el futuro y otro 28 por ciento indicó que se preocupaba en cierta medida, lo que resalta la amenaza que los gastos grandes e inesperados presentan a las mujeres moderadamente pobres como Silvia.

Al igual que la mayoría de las mujeres, Silvia pensó que probablemente podría conseguir el dinero para cubrir un suceso como en el caso de una enfermedad. Indicó que podría solicitar un préstamo a familiares o amigos, intentar generar una nueva fuente de ingresos y empeñar bienes, si tuviera que hacerlo. No es la única que indica que intentaría generar alguna nueva fuente de dinero; aproximadamente, el 43 por ciento de las mujeres indica que esa es la forma en que ayudarían a pagar, al menos, parte de los gastos. No obstante, apenas un 10 por ciento de las mujeres informó llevarlo a la práctica (como lo muestra el gráfico anterior). Si las experiencias de las mujeres que tuvieron un suceso negativo indican algo es que es más probable que las mujeres dependan de los ahorros y préstamos de familiares y amigos para lidiar con un suceso financiero negativo. Además, las experiencias informadas indican que ella probablemente intentará evitar mecanismos de enfrentamiento particularmente desagradables, como vender o empeñar activos, solicitar dinero de un prestamista privado o reducir los gastos de su familia.

### Mecanismos de Adaptación Financiera Proyectados



### IDEAS CLAVE:

*El progreso fuera de la pobreza no es lineal. Los hogares experimentan conmociones y retrocesos a lo largo del camino. Si bien los niveles de pobreza monetaria de los clientes pueden no parecer graves, siguen siendo económicamente vulnerables y llevan ese estrés consigo. Sin acceso a herramientas financieras apropiadas, los hogares pueden recurrir a mecanismos negativos para enfrentar situaciones difíciles, como solicitar un préstamo para pagar otro préstamo.*

Los Diarios financieros de MFO revelan que las familias usualmente logran hacer frente a shocks exógenos periódicos utilizando algunos de los mecanismos de adaptación financiera descritos aquí. No obstante, una serie de eventos inesperados en sucesión rápida puede arrastrar de regreso a la pobreza a las familias que estaban por escapar de esta situación.



## Efectividad del programa

### Pregunta de la investigación:

¿Las clientes demuestran poseer conocimientos, actitudes y comportamientos coherentes con los programas educativos de ADRA, específicamente con respecto a los módulos de salud personal y sobreendeudamiento de sus programas de capacitación?

### Respuesta:

#### Sobreendeudamiento

- Tanto las clientes que participaron en la capacitación como los que no lo hicieron conocían el costo relativo de solicitar préstamos de distintas fuentes y reconocieron que conocer la capacidad personal para pagar un préstamo es un factor importante al considerar un préstamo.
- Aunque la mayoría de las clientes sabía cómo calcular su capacidad para pagar préstamos, solo un 30 por ciento conocía la tasa de interés sobre el préstamo.
- El veinte por ciento de las clientes encuestadas informó que solicitaron un préstamo para pagar otro préstamo en algún momento.
- Los datos sugieren que las clientes que habían recibido la capacitación eran más capaces de recordar la tasa de interés sobre sus préstamos, en comparación con las clientes que no recibieron la capacitación. No obstante, no hubo diferencias estadísticamente significativas entre los grupos para otras preguntas referentes al conocimiento, actitudes y comportamiento, al controlar por otros factores tales como el tiempo de antigüedad con ADRA, si las clientes habían recibido capacitaciones sobre temas similares con otras instituciones, el nivel de educación de las clientes y el nivel de pobreza de las clientes.

#### Capacitación sobre la salud

- Tanto las clientes que habían participado en la capacitación como los que no, informaron, con tasas similares conocer la importancia de poseer hábitos saludables y de intentar tener comportamientos saludables.
- Casi el 80 por ciento de las clientes informó haber participado en una actividad de relajación durante el último mes y casi dos tercios informó haberse ejercitado durante la última semana.
- Una comparación de medias, demostró que hubo diferencias, entre las clientes que participaron en la capacitación y las clientes que no, cuando se les consultó sobre la cantidad promedio de verduras consumidas, la frecuencia con la que se ejercitaban y si habían tomado alguna medida para mejorar las condiciones de salud de sus empresas. Sin embargo, estas diferencias desaparecieron después de controlar por otros factores, tales como el tiempo de antigüedad con ADRA, si las clientes habían recibido capacitaciones sobre temas similares con otras instituciones, el nivel de educación de las clientes y el nivel de pobreza de las clientes.
- Los modelos econométricos sugirieron que la capacitación sobre la salud, si tuvo un efecto positivo en la perspectiva sobre la vida de las clientes.

ADRA ofrece distintos programas educativos a sus clientes. Para este estudio de casos, ADRA y GP acordaron examinar un módulo de educación financiera sobre el sobreendeudamiento que se había ofrecido a grupos entre 2015 y 2016 y el módulo "Cuidando mi salud" que se lanzó en 2017. El primer módulo se alineó con la oferta de servicio esencial (crédito) de ADRA y el segundo módulo fue de particular interés para ADRA, ya que formaba parte de una nueva capacitación sobre la salud que estaban proporcionando cuando se realizó la encuesta.

El objetivo de la encuesta fue evaluar si las clientes de ADRA en Pucallpa poseían conocimientos sobre los temas presentados en estas capacitaciones y determinar si había evidencia de que las clientes obtuvieron este conocimiento debido a los programas de capacitación. Además, la encuesta recopiló datos sobre las actitudes y los conocimientos relacionados con el contenido de la capacitación para determinar si había diferencias entre las clientes que recibieron las capacitaciones y quienes no las recibieron. Para identificar diferencias, MFO seleccionó una muestra que incluyó a clientes que recibieron una o ambas capacitaciones y clientes que no recibieron ninguna capacitación. Esto le permitió a MFO comparar a las clientes que recibieron la capacitación con otros clientes de ADRA que no la recibieron.

<b>82</b> Con capacitación sobre la salud, sin capacitación sobre el sobreendeudamiento	<b>54</b> Con capacitación sobre la salud, con capacitación sobre el sobreendeudamiento
<b>50</b> Sin capacitación sobre la salud, sin capacitación sobre el sobreendeudamiento	<b>220</b> Con capacitación sobre el sobreendeudamiento, sin capacitación sobre la salud

**RESULTADOS**

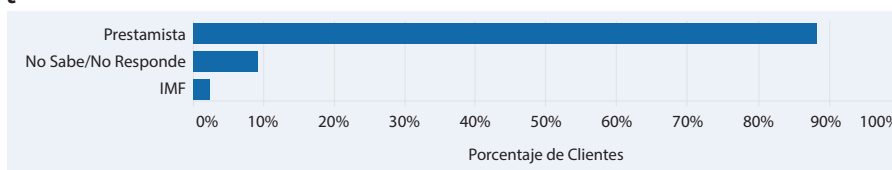
Hubo pruebas de que los clientes de ADRA mostraban conocimiento y comportamiento asociados con el sobreendeudamiento y la educación para la salud. Sin embargo, los datos mostraron solo pequeñas diferencias en el conocimiento y comportamiento entre los clientes que recibieron la educación y los que no, después de controlar otros factores.

## SOBREENDEUDAMIENTO

### Conocimientos

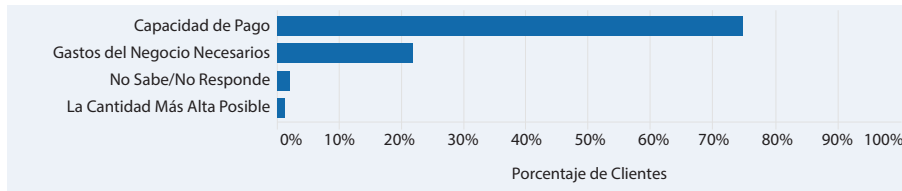
Cuando se les pidió elegir la opción más económica entre una IMF y un prestamista privado para solicitar un préstamo, el 88 por ciento de las clientes informaron saber que los prestamistas privados eran una fuente de préstamos más costosa que las IMF. Su preferencia de préstamos de familiares y amigos, que suelen tener un costo muy bajo o son gratuitas, brindan más evidencia de que las clientes probablemente fueron astutas para determinar los costos relativos de los distintos préstamos.

#### ¿Cual es Más Caro?



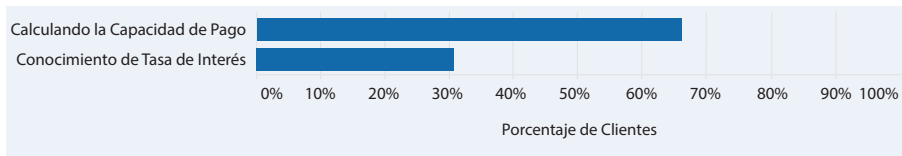
Cuando se les solicitó identificar la información más importante que las personas deben considerar al momento de solicitar un préstamo, el 74 por ciento indicó que “la capacidad de pago” era el factor más importante, mientras que el 22 por ciento indicó que las necesidades comerciales de sus negocios constituían el factor determinante.

#### ¿Cómo Decide Cuánto Dinero Prestar?



De forma similar, casi dos tercios de las clientes informaron poder calcular su capacidad de pagar un préstamo. No obstante, solo un tercio informó conocer su tasa de interés sobre el préstamo de ADRA.

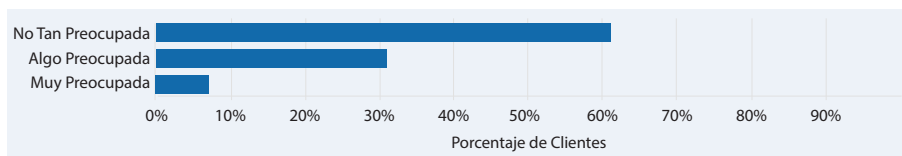
#### Calculando la Capacidad de Pago y Conocimiento de Tasa de Interés



#### Actitudes

Casi el 62 por ciento de las clientes informó que no se preocupaba mucho por pagar la próxima cuota del préstamo de ADRA, pero el 31 por ciento de las clientes se preocupaba en cierta medida y el 7 por ciento se sentía muy preocupada por el próximo pago, lo que indica que las clientes todavía lidian con un estrés financiero moderado y pueden sobre apalancarse.

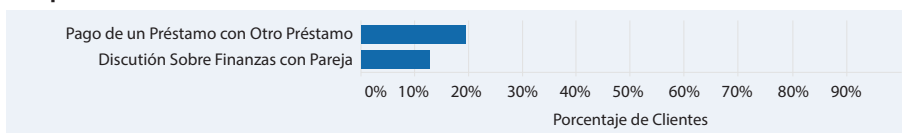
#### Nivel de Estrés Financiero



#### Comportamiento

Casi el 20 por ciento de las clientes indicó que, algunas veces, han solicitado un préstamo para cancelar otro, lo que indica que hay una parte de clientes que puede tener dificultades para administrar su deuda. Además, solo el 13 por ciento de las clientes informó que analizó sus finanzas con sus parejas, lo que justifica otra investigación, ya que ADRA enseña que la comunicación positiva entre los miembros de la familia sobre asuntos financieros es una forma de evitar el estrés financiero.

#### Comportamiento de Sobreendeudamiento



#### KEY INSIGHT:

*Los clientes demuestran el conocimiento y el comportamiento deseados, pero con la excepción de un par de áreas, es difícil atribuir esto al programa educativo de ADRA. Desde una perspectiva comercial, estos hallazgos.*



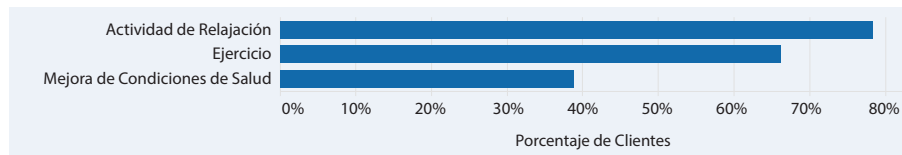
## Efectividad

MFO comparó las respuestas de las clientes que recibieron la capacitación acerca del sobreendeudamiento con las de las clientes que no la recibieron, utilizando modelos econométricos que controlaron los efectos de otros factores, como el tiempo de antigüedad con ADRA, el nivel de ingresos, la educación, el tamaño de la familia y el estado civil. Esos modelos revelaron que existe alguna evidencia que indica que las clientes que habían recibido la capacitación eran más capaces de recordar la tasa de interés sobre sus préstamos, en comparación con las clientes que no recibieron la capacitación. No obstante, no hubo diferencias estadísticamente significativas entre los grupos con respecto a otras preguntas sobre conocimientos, actitudes y comportamientos.

## SALUD

La capacitación sobre la salud alentó a las clientes a adoptar comportamientos saludables, y los datos sugirieron que las encuestadas frecuentemente intentaron hacerlo. Las encuestadas informaron que frecuentemente intentaron adoptar hábitos saludables en su vida. Casi el 80 por ciento indicó que disfrutó de, al menos, una actividad de relajación durante el mes pasado, y el 67 por ciento indicó que practicó alguna forma de ejercicio durante la semana pasada. Otro 40 por ciento indicó que ha estado intentando mejorar las condiciones de salud de su empresa con la mejora de la limpieza, la actividad más común.

### Comportamientos Saludables



No obstante, al igual que con la capacitación sobre el sobreendeudamiento, hubo poca evidencia de que estos comportamientos se relacionaran con la capacitación sobre la salud. Hubo diferencias en las medias de ambos grupos, pero después de controlar otros factores, los modelos econométricos sugirieron que la capacitación solo tuvo un efecto positivo en la perspectiva sobre la vida de las clientes. De otro modo, no hubo evidencia estadísticamente significativa que revelara que las clientes que habían recibido la capacitación sobre la salud tuviesen una mayor probabilidad de tener comportamientos saludables en comparación con las clientes que no habían recibido la capacitación.



# Organizaciones participantes

## GLOBAL PARTNERSHIPS

Global Partnerships (GP) es un inversionista impulsado por el impacto que lidera e invierte en empresas sociales sostenibles que brindan productos y servicios de alto impacto a las personas que viven en pobreza. Global Partnerships invierte en instituciones microfinancieras (microfinance institutions, MFI), empresas sociales y cooperativas en Latinoamérica, el Caribe y África subsahariana.



ADRA es una institución internacional sin fines de lucro que trabaja en más de 130 países y nueve áreas de impacto esenciales para implementar soluciones adecuadas para las regiones con el fin de generar cambios positivos y sostenibles.



Microfinance Opportunities es una organización mundial sin fines de lucro que se compromete a comprender las realidades financieras de las familias de bajos recursos y a desarrollar soluciones enfocadas en el consumidor. Su trabajo forma el diseño y el suministro de productos y servicios financieros y mejora la capacidad de los consumidores de bajos recursos para tomar decisiones financieras fundamentadas. Junto con una amplia variedad de socios de los sectores públicos y privados, su investigación y pericia ayudan a aumentar el acceso del consumidor a las finanzas en los países en vías de desarrollo.

### **Este estudio fue posible en parte gracias al generoso apoyo de la Confederación Suiza y JPMorgan Chase:**



La división de Cooperación y Desarrollo Económico es parte de la competencia económica de SECO. En los países en desarrollo avanzados, apoya el crecimiento económico social, ambiental y respetuoso del clima con más y mejores empleos para todos los niveles de la población. Esto abre perspectivas, reduce la pobreza y elimina desigualdades. Suiza se beneficia de este tipo de desarrollo a través de nuevos socios comerciales, mayor seguridad y menor presión migratoria

### **JPMORGAN CHASE & CO.**

JPMorgan Chase cree que un mayor número de personas deberían tener acceso a oportunidades y a la posibilidad de ascender en la escala económica, particularmente en las ciudades del mundo donde los beneficios de la revitalización no llegan a todos. Sus iniciativas globales se centran en impulsores clave de crecimiento inclusivo, para abordar los desafíos sociales y económicos y aprovechar la presencia, el talento y los recursos mundiales de la empresa.