

LP-57

EVALUACIÓN DE IMPACTOS
FONDO FINANCIERO PRIVADO ECOFUTURO

FFP ECOFUTURO S.A - BOLIVIA

La Asociación de Instituciones Financieras para el Desarrollo Rural FINRURAL fue constituida el 28 de septiembre de 1993 como una asociación civil sin fines de lucro y desde entonces ha tenido un papel activo en el desarrollo de las microfinanzas en Bolivia y el exterior del país.

En esta nueva etapa y sobre la base de las políticas establecidas para la refundación se han establecido los siguientes objetivos:

- 1) Representar a las Asociadas
- 2) Impulsar políticas públicas para las microfinanzas
- 3) Apoyar el fortalecimiento de sus asociadas
- 4) Promover programas y productos financieros, tecnologías y servicios
- 5) Buscar la sostenibilidad progresiva de la asociación.

Para el cumplimiento de estos objetivos, FINRURAL ha priorizado cuatro áreas de intervención:

1. Gestión y Representación Pública
2. Desarrollo y Oferta de Servicios
3. Desarrollo de nuevos servicios financieros, y
4. Promoción y Difusión

EVALUACIÓN DE IMPACTOS
FONDO FINANCIERO PRIVADO ECO FUTURO
(FFP ECO Futuro S.A.)

La Paz - Bolivia
2003

Agradecimientos	3
Presentación FFP ECO FUTURO S.A.	5
Presentación FINRURAL	8
Resumen Ejecutivo	11
Certificación Académica del Estudio	15
1. Antecedentes	19
1.1 Acerca del FFP ECO FUTURO S. A.	19
1.2 Acerca del Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL	20
1.3 Metodología de Evaluación de Impactos	21
1.3.1 Hipótesis y sub-hipótesis de investigación	22
1.3.2 Variables e indicadores de impacto	23
1.3.3 Enfoque para la atribución de impactos	24
1.3.4 Población objetivo de la investigación	25
1.3.5 Herramientas para el levantamiento de información	25
2. Resultados cuantitativos del impacto de ECO FUTURO	29
2.1 Antecedentes	29
2.2 Impactos económicos de ECO FUTURO	32
2.2.1 Impactos sobre Inversión en la Unidad Económica	32
2.2.2 Impactos sobre el Empleo en la Unidad Económica	35
2.2.3 Impactos sobre Ingresos de la Unidad Económica	36
2.2.4 Impactos sobre Diversificación de la Unidad Económica	38
2.2.5 Impactos sobre Ingresos de la Unidad Familiar	40
2.2.6 Impactos sobre Activos de la Unidad Familiar	41
2.3 Impactos sociales de ECO FUTURO	42
2.3.1 Impactos en Seguridad Alimentaria de la unidad familiar	42
2.3.2 Impactos sobre la prevención de la salud de la unidad familiar	43
2.3.3 Impactos en la educación de la unidad familiar	44
2.3.4 Impactos en condiciones de vivienda de la unidad familiar	45
2.4 Impactos de ECO FUTURO sobre el empoderamiento de cliente	46
2.4.1 Impactos sobre empoderamiento económico del individuo	46
2.4.2 Autoestima del individuo	46
2.4.3 Impactos sobre capacidades empresariales	49
2.5 Percepción de clientes sobre el impacto de ECO FUTURO	50
2.5.1 Percepciones generales	50
2.5.2 Percepción de impacto sobre la unidad económica	51
2.5.3 Percepción de impactos sobre la unidad familiar	52
2.5.4 Percepción de impactos a nivel individual	53
2.5.5 Predisposición a continuar con la institución	53
3. Resultados cualitativos del impacto de ECO FUTURO	57
3.1 Uso de los créditos de ECO FUTURO	57
3.2 Cadenas de impactos de ECO FUTURO	57
3.3 Impactos inesperados de ECO FUTURO	59
3.3.1 Impactos inesperados sobre las unidades económicas de clientes	59

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

Depósito legal: 4-1-230-04

La Paz - Bolivia
 2003

3.3.2	Impactos inesperados sobre las unidades familiares de los clientes	60
3.3.3	Impactos inesperados sobre las unidades de clientes	60
3.4	Análisis sociológico de los impactos de ECO FUTURO	60
3.4.1	Antecedentes	60
3.4.2	Impactos sociales sobre la unidad familiar-individuo: categoría participación social	61
3.4.2.1	Pertenencia a grupos sociales	61
3.4.2.2	Cumplimiento de roles	61
3.4.2.3	Valores y actitudes	62
3.4.2.4	Movilidad social	62
3.4.2.5	Cambios en las pautas de consumo	62
3.4.3	Impactos sociales sobre la unidad económica-individuo: categoría cambio social	63
3.4.3.1	Racionalidad empresarial	63
3.4.3.2	Empoderamiento de la mujer	63
3.4.4	Satisfacción del cliente con el programa de ECO FUTURO	63
3.4.4.1	Normas que generan conformidad social	64
3.4.4.2	Normas que generan frustración	64
3.4.5	Historias de clientes de ECO FUTURO	64
3.4.5.1	El caso de Aurelia, cliente del municipio de La Paz	64
3.4.5.2	El caso de Antonia, cliente del municipio de El Alto, La Paz	65
4	Análisis cuantitativo ampliado	71
4.1	Análisis de impactos en pobreza	71
4.2	Análisis de comparación de medias y medianas muestrales	74
4.3	Análisis de correlación	77
4.3.1	Análisis de correlación entre una variables del programa de microfinanzas	77
4.3.2	Análisis de correlación entre variables dependientes y las demás variables	78
4.4	Diseño del modelo econométrico	79
5	Conclusiones de la investigación y recomendaciones	85

AGRADECIMIENTOS

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

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

Por otra parte, agradecemos a Fundación Ford, que a través de su programa internacional de investigación-acción Imp-Act (Microfinanzas: Mejorando el Impacto para mitigar la Pobreza), posibilitó el funcionamiento del Servicio de Evaluación de Impactos. Imp-Act, financió la fase de diseño del Servicio y ha estado apoyando su fase de operación, cubriendo parte de los costos de la evaluación de distintos programas de microfinanzas. Adicionalmente, Imp-Act, gracias a su liderazgo académico proveniente de las Universidades británicas: Bath, Sussex y Sheffield, ha brindado a FINRURAL apoyo técnico a su trabajo de evaluación de impactos y, se ha encargado de certificar la calidad de los informes elaborados por FINRURAL realzando la rigurosidad y credibilidad de los resultados generados bajo este esquema.

También agradecemos el apoyo brindado por la Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo (ICCO) y del Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROFIN) de la Cooperación Suiza en Bolivia. Estas entidades hicieron posible que el Servicio amplíe su cobertura, financiando parte de los costos de la evaluación de programas de microfinanzas de distintas entidades.

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

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

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

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

PRESENTACIÓN DE ECO FUTURO

El proceso histórico económico, político y social vivido en Bolivia ha dado origen al sector informal. Desde la colonia, este sector se ha caracterizado por realizar diferentes actividades productivas, comerciales y de servicios. Su crecimiento se acentuó con la crisis económica de los años 80 que golpeó fuertemente a las economías latinoamericanas y, en el caso de Bolivia, se agudizó por los niveles inflacionarios sin precedentes. Estos sucesos causaron grandes despidos de trabajadores mineros, cierres de fábricas y una elevada migración campo-ciudad, promoviendo que una gran parte de la población ingrese al sector informal estableciendo pequeños negocios y generando su propio empleo (autoempleo). Sin embargo, este autoempleo se produjo con muy baja tecnología y productividad, con poca capacitación y casi sin acceso a insumos productivos por la falta de recursos financieros. Al presente, en las tres ciudades de eje troncal de Bolivia (La Paz-El Alto, Cochabamba y Santa Cruz) el sector informal representa entre el 60% al 70% de la Población Económicamente Activa (PEA) y tiene una tasa de crecimiento de entre el 5% al 7%.

En Bolivia, el sector informal ha sido sinónimo del sector microempresarial. Este sector aporta decididamente al desarrollo de la economía regional y nacional, contribuyendo a su dinamismo a través de su iniciativa, creatividad y capacidad para desenvolverse. En consecuencia, la microempresa de nuestro país es la respuesta creativa a las oportunidades del mercado frente a las deficiencias estructurales de la economía en vías de desarrollo y el espíritu de superación, iniciativa y esfuerzo del microempresario, aspectos que garantizan su desarrollo, además de ser una alternativa al problema del desempleo. Asimismo la microempresa ha contribuido a generar y expandir las oportunidades del mercado, la capacidad de comercialización, ayudando de manera importante a regular el mercado de bienes y servicios, el empleo y el sector financiero.

La industria de las microfinanzas en Bolivia ha hecho esfuerzos importantes para facilitar el acceso a servicios financieros de sectores microempresariales. En el último quinquenio de la década de los 80, muchas ONGs comenzaron a expandir servicios en favor de esta población meta. Los criterios de atención y especialización fueron diversos. Unas instituciones decidieron desde el inicio especializarse y otorgar solamente servicios crediticios. Otras ONGs entraron al mercado proponiendo servicios integrales, es decir, servicios crediticios junto a otros servicios no-financieros complementarios, tales como, servicios de capacitación, desarrollo empresarial y asistencia técnica, entre otros. Las tecnologías crediticias también fueron diversas, entre ellas: a) el Crédito

Solidario, que fue considerado un producto "estrella", por que podía llegar a muchas personas eliminando las evaluaciones de riesgo muy sofisticadas; b) el Crédito Individual; c) el Crédito a Bancos Comunales; y d) el Crédito Asociativo. Desde ángulos distintos de comprensión de la realidad boliviana, los programas crediticios arrancaron y lo hicieron con mucho éxito, pues pusieron mucha atención a la metodología de crédito, los sistemas y, en particular, en la búsqueda de recursos humanos que se comprometían con sus "beneficiarios". Se seleccionaron recursos humanos emergentes de estratos sociales afines, que hablen el mismo idioma del cliente y que entiendan sus problemas.

El propio Estado hizo eco de este éxito. Tomando en cuenta estas experiencias positivas, facilitó el camino que permitió "regularizar" la actuación de las entidades financieras. A través de una disposición legal permitió la creación de entidades financieras especializadas para atender a los pequeños y microempresarios del país. Estas nuevas instituciones, denominadas Fondos Financieros Privados (FFPs) podían con montos de patrimonio menores a los exigidos para la banca, ingresar al mercado. En poco tiempo, FFPs que emergen de una experiencia inicial de operación como ONGs crediticias comienzan a funcionar en el mercado. Entre estas entidades se incluye FFP ECO FUTURO S.A.

Desde entonces, ECO FUTURO ha estado expandiendo su posicionamiento en mercados, mejorando su tecnología, capacitando sus recursos humanos y mejorando día a día su tecnología informática, para ofrecer servicios de alta calidad que permita mejorar las condiciones de vida de sus clientes. En consecuencia, para ECO FUTURO es importante conocer y evaluar los principales impactos económicos, sociales y de desarrollo que se han logrado en las pequeñas y micro empresas de sus clientes, para tomar de decisiones respecto a planes y estrategias de intervención y el desarrollo de productos y metodologías. Además, es necesario explorar más en el conocimiento de las demandas y necesidades de nuestras clientes, que nos permita tomar acciones inmediatas para proponer soluciones.

En este contexto, ECO FUTURO recurrió a FINRURAL como organización proveedora de un Servicio de Evaluación de Impactos, con el objetivo de conocer el impacto de sus programas de microfinanzas en sus clientes y, en las unidades económicas y familiares de sus clientes, en los ámbitos económico, social, de empoderamiento y de satisfacción del cliente. De esta manera, FINRURAL desarrolló para ECO Futuro un "Estudio de Evaluación de Impactos". FINRURAL se encargó el diseño metodológico de la investigación y fue responsable de todo el proceso de la evaluación de impactos, desde la recolección de la información de los clientes, su procesamiento y la sistematización de la información.

Los resultados obtenidos en la Evaluación de Impacto del Fondo Financiero Privado Eco Futuro S.A. están expresados en el presente documento. Estos resultados son producto de una evaluación externa imparcial y no de una autoevaluación institucional. La utilización de una metodología de investigación homogénea para evaluar basada en un mismo enfoque e iguales herramientas de recolección de información, constituye una metodología innovativa y novedosa y, por tanto, demuestra de manera rigurosa los impactos que ECO FUTURO S.A. FFP ha generado sobre sus clientes.

Lic. RODOLFO MEDRANO

Gerente General ECO FUTURO

PRESENTACIÓN FINRURAL

En la gestión 2001, nace el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL con el objeto de generar información que permita verificar de manera rigurosa y creíble el impacto que las entidades de microfinanzas locales estaban teniendo en la vida de sus clientes. Los productos ofertados eran dos. El primero, un "Informe de Evaluación de Impactos Individual", que permitiría conocer el impacto de la entidad microfinanciera evaluada sobre su clientela. El segundo, un "Informe de Impactos Agregados" que permitiría establecer el impacto generado por el conjunto de entidades microfinancieras evaluadas en el marco del Servicio.

Con la prestación de este Servicio, FINRURAL asumió la responsabilidad de ejecutar todo el proceso de evaluación de impactos: desde el diseño metodológico, de aplicación común a todas las entidades microfinancieras evaluadas, pasando por la recolección de datos, su procesamiento y análisis, hasta la generación de los informes de impacto.

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

Bajo estas características el Servicio de Evaluación de Impactos inició formalmente operaciones en Marzo del 2002, contemplando como primeras entidades usuarias a las siguientes cuatro socias de FINRURAL: CRECER, FADES, PRO MUJER y DIACONIA-FRIF. En Abril de 2002, el Servicio amplió su cobertura hacia entidades de microfinanzas no-socias de FINRURAL, incorporando a los Fondos Financieros Privados FIE y ECO FUTURO S.A. En Julio del 2002, se amplió también la variedad de entidades financieras usuarias del Servicio con la incorporación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito TRINIDAD y COMARAPA Ltda.

En el primer semestre del 2003, FINRURAL presentó a estas ocho entidades el primer producto del Servicio, es decir, el informe final de la evaluación de impactos de sus respectivos programas de microfinanzas. Asimismo, FINRURAL

realizó presentaciones orales de los resultados de estos informes al personal y al directorio de cada entidad. También se generó el informe de los impactos agregados de las ocho entidades, el cual fue presentado a varios actores de la industria de las microfinanzas en el marco de un Taller "Servicio de Evaluación de Impactos y sus Resultados", realizado en el mes de Abril.

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

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

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

crédito recibidos. Finalmente, el quinto capítulo describe las principales conclusiones del estudio de impacto, clasificadas en las principales áreas investigadas.

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

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

Lic. Reynaldo Marconi Ojeda
Gerente de FINRURAL

RESUMEN EJECUTIVO

Al comparar una muestra de clientes de ECOFUTURO y un grupo de control, con características similares, pero que no han recibido crédito y, suponiendo que las diferencias entre ambos se deben a su participación o no-participación en el programa de crédito de ECOFUTURO, la investigación llega a las conclusiones:

Impactos económicos de ECO FUTURO

- El promedio de ventas del grupo de control equivale al 42% del promedio de las ventas de los clientes.
- La inversión en activos productivos de los clientes, supera 5 veces a la inversión del grupo de control.
- La inversión en capital de trabajo de los clientes, supera 2 veces este capital en el grupo de control.
- El 48% de la muestra de clientes y 20% del grupo control tienen 2 o 3 actividades generadoras de ingresos.
- Las unidades económicas de los clientes, en promedio, suelen ejecutar dos actividades generadoras de ingresos.
- La fuerza laboral de los negocios de los clientes es 3 veces superior a la del grupo de control.
- El ingreso familiar promedio de la muestra de clientes supera en 71% al grupo de control.
- La inversión en activos familiares de clientes, es 2 veces mayor a la inversión del grupo de control.

Impactos sociales de ECO FUTURO sobre las unidades familiares de sus clientes

- El 32% de los hogares de los clientes y el 19% en el grupo de control refaccionaron su vivienda.
- Al 74% de los clientes y el 64% del grupo de control no les faltaron alimentos por falta de dinero.
- En el 58% de hogares de clientes y en el 38% del grupo de control los menores recibieron control de salud.

Impactos de ECO FUTURO sobre el empoderamiento de sus clientes

- El ingreso personal de los clientes varones es 60% superior al de los varones del grupo de control.

- El ingreso personal promedio de las clientas supera en 90% al ingreso de las demás mujeres.
- Las mujeres que participan en organizaciones son 24% en clientas y al 14% en el grupo de control.
- Los varones que son dirigentes representan al 68% de los clientes y al 50% del grupo de control.
- Las clientas que realizan registros contables son 36% y el 25% en el grupo de control.

Visión sociológica de los impactos de ECO FUTURO

- **Participación:** El crédito impulsa participación y liderazgo, pero tiene efecto contrario cuando el éxito económico es perseguido a través de jornadas de trabajo prolongadas.
- **Cumplimiento de roles:**
 - Estrategia de sobrevivencia a través de la adaptación de un rol económico con dedicación exclusiva.
 - Adopción de nuevos roles en las mujeres; acceso al trabajo; tramite de créditos.
 - Asignación de los roles tradicionales de la madre a otros integrantes de la familia.
- **Movilidad social:**
 - El crédito brinda opciones laborales a quienes no lograron empleo como profesionales.
 - Abre posibilidades de ascenso social, pero la expectativa de cambio se transfiere a los hijos profesionales.
- **Racionalidad empresarial:**
 - El crédito promueve diversificación de la actividad empresarial, reinversión e incorporación de trabajo remunerado.
 - Mejora condiciones las de trabajo de la unidad económica y los servicios que presta.
 - Establece un puente entre actividades económicas rurales y urbanas.
 - Pese al apoyo del crédito, el empresario se apoya en el trabajo familiar. Es propietario-trabajador.
 - En algunos casos los hijos son empleados de la empresa, indicador de falta de fuentes de trabajo, estancamiento en la movilidad social y limitaciones en el tránsito de la empresa familiar a la unidad económica de carácter empresarial.
 - En muchos casos la actividad económica de los prestatarios no se

formaliza, hecho reflejado por jornadas de trabajo de más 8 horas, ausencia de seguro médico y trabajo de menores.

• Empoderamiento de la mujer:

- La incorpora al trabajo y la sustrae de la esfera de lo puramente doméstico.
- Prevalece la toma de decisiones en pareja, pero a menudo se impone la voluntad del varón. La mujer decide en ausencia de un esposo. En algunos casos, cada uno decide en su propio espacio.
- El papel de la mujer se revaloriza pues complementa los ingresos del esposo o lo auxilia en el desempleo.

Impactos de ECO FUTURO sobre la reducción de pobreza

- Considerando como línea de pobreza un ingreso familiar de 162 dólares mensuales, la proporción de hogares pobres del grupo de control es 2 veces superior a los hogares pobres de los clientes. Los clientes con antigüedad de por lo menos 2 años han reducido sus niveles de pobreza.

Resultados del análisis cuantitativo ampliado

1) Resultados de los tests de diferencias de medias muestrales

- Existen diferencias en 6 variables de impactos económicos: inversión, empleo, ingresos y diversificación de ingresos de los negocios de clientes y en ingresos y activos de los hogares, diferencias respaldadas por tests estadísticos.

2) Resultados del análisis de correlación

- A mayor monto del préstamo, mayor nivel de empleo, inversión e ingresos; mayores ingresos y activos para el hogar, mejores condiciones de salud, seguridad alimentaria y vivienda; mejores niveles de ingresos personales, autoestima y habilidades empresariales en los clientes.
- A mayor antigüedad del prestatario, mayores niveles de ingresos y empleo; mayor inversión en activos para el hogar y en la educación de los hijos;
- A mayor número de préstamos, mayor nivel de empleo en el negocio y mayores los ingresos familiares.

3) Resultados del modelo econométrico

- Se construyeron dos modelos: uno para cada muestra, con el monto de capital de trabajo como variable proxy de la situación de la unidad económica.
- La situación de las unidades económicas de los clientes está explicada por: 1) Monto del préstamo con peso de 0,25; 2) Gasto del negocio, con 0,39; 3) Nivel de instrucción, con 0,12; y 4) Ingreso personal, con 0,9.

- La situación de las unidades económicas del grupo de control está explicada por: 1) Ventas del negocio: peso 0,50; 2) Inversión en activos productivos: peso 0,26; y 3) Nivel de instrucción del cliente: peso 0,14.

Resultados sobre la percepción de los clientes en cuanto a los impactos de ECO FUTURO

- Para el 53% el crédito ha mejorado su unidad económica. Principal mejora: crecimiento del negocio.
- Para el 43% ha mejorado la situación de su hogar. Principales mejoras: ingreso y condiciones de vida.
- El 11% es escéptico, pero para el 51% mejoró la persona en cuanto a ingreso personal y autoestima.

Usos de los créditos de ECO FUTURO

- Inversión en el negocio en capital de trabajo y activos productivos.
- Destino secundario: Inversión en mejoramiento de vivienda y bienes de consumo familiar.
- Usos no deseables: pago de deudas con otros y gastos familiares, como alimentos y vestimenta.

Impactos Inesperados de ECO FUTURO

- 1) Estabilidad de ingresos y suavización de déficits estacionales,
- 2) Productividad y
- 3) Menores costos de inversión;
- 4) Posibilidad de cambiar de negocio,
- 5) Valor Agregado y
- 6) Competitividad.
- 7) En la familia: incremento del gasto familiar.

Certificación académica de la evaluación de impactos de FFP ECO FUTURO S.A.

En el informe destacan la claridad de la exposición, el balance logrado entre la utilización de metodología de investigación cualitativas y cuantitativas, así como, la identificación de "impactos inesperados" de ECO Futuro, que van más allá de las hipótesis, variables e indicadores de investigación planteados.

El impacto positivo de las actividades de la organización se ve muy claramente desde las páginas de este informe. Es un placer destacar la magnitud de los impactos observados. Por ejemplo, evidenciar que la inversión de clientes de ECO FUTURO supera en casi 5 veces a la inversión del grupo de control. Sería importante conocer un poco más a fondo el cómo este efecto se ha producido. También es destacable el crecimiento del empleo en las unidades económicas de los clientes, el cual, es comparativamente mayor al del grupo de control. La mejora de estos resultados podrían tener efectos significativos anti-pobreza.

Adicionalmente, es destacable el cuidado con que se han trazado las "cadenas de impacto" generadas por la participación en el programa. Si bien es importante comprender cual es el impacto, aún más importante es comprender porque sucede. En este contexto, es útil comprender cuales son las características de la organización más apreciadas por los clientes.

Por último, destaco el análisis sociológico del impacto contenido en el informe, el cual, permite comprender con mayor profundidad los efectos positivos logrados sobre empoderamiento y la autoestima de los clientes. Dentro de este marco, los estudios de caso de clientes individuales son muy valiosos, no solamente para comprender el impacto de ECO FUTURO, sino también para comprender las estrategias que necesitan las clientes de diversas organizaciones para sobrevivir en un periodo de retroceso económico e inestabilidad política.

Por último, planteo una preguntas de investigación futura, que son claves para el programa Imp-Act: ¿cuál ha sido el contribución de la evaluación de impactos para la implementación de un sistema permanente de monitoreo del cliente dentro la organización? y, ¿cuál ha sido el efecto de este informe en ECO FUTURO como organización, ¿cómo ha ayudado el informe realizado a mejorar la eficiencia de la organización?

Es un placer confirmar la alta calidad técnica y práctica del informe.

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

Capítulo

I

ANTECEDENTES

1.1 ACERCA DEL FONDO FINANCIERO PRIVADO ECO FUTURO S.A.

El Fondo Financiero Privado ECO FUTURO S.A. inició operaciones en 1999. Inicialmente, su estructura accionaria contó con la participación de ONGs financieras locales: FADES, ANED, CIDRE e IDEPRO, una red de ONGs: La Unión Nacional de Instituciones para el Trabajo de Acción Social (UNITAS), la Agencia Suiza para la Cooperación y Desarrollo (COSUDE) y empresarios privados locales. Posteriormente se incorporó a la Corporación Andina de Fomento (CAF).

Su misión es:

“Contribuir al logro de los objetivos de nuestros clientes, con servicios financieros integrales y diversificados, priorizando la atención a la micro, pequeña y mediana empresa urbana y rural”.

Sus valores son los siguientes:

- Equidad, honestidad y transparencia en la relación con los clientes internos y externos.
- Compromiso de socios, directores y personal con la misión, valores y visión de la empresa.
- Equilibrio entre rentabilidad y cumplimiento de una función social.
- Buen trato al cliente.
- Oportunidad, agilidad y eficiencia en la prestación de servicios.
- Compromiso permanente con la innovación tecnológica.

Entre sus objetivos institucionales se cuentan:

- Democratizar el crédito ofreciendo atención masiva y especializada a los requerimientos crediticios de los microempresarios rurales y urbanos.
- Ampliar y diversificar los servicios financieros destinados a esta población meta, especialmente la introducción del ahorro y así favorecer a poblaciones que no han tenido estos servicios.
- Construir una institución financiera atractiva y elegible que permita la canalización de mayores fuentes de fondos.

- Convertirse en una institución financiera con presencia urbana y rural y una oferta ampliada de servicios financieros en beneficio de los microempresarios y las pequeñas unidades económicas campesinas.
- Consolidarse como la entidad financiera que ofrezca a su clientela una imagen de confianza, permanencia en el tiempo, eficiencia en la prestación de servicios, sustentabilidad y rentabilidad.

El Fondo Financiero Privado ECO FUTURO, a Junio del 2002 contaba con un equipo humano de 87 empleados, trabajando en sus 6 oficinas de atención en áreas urbanas de los departamentos de La Paz, Cochabamba, Beni, Santa Cruz y Oruro. A nivel rural ECO futuro cuenta con 5 agencias distribuidas en los departamentos de La Paz y Cochabamba y trabajando con un total de 15 empleados.

ECO FUTURO trabaja con créditos solidarios, individuales y asociativos. El primero atiende la demanda para capital de inversión y de trabajo. Se otorga a grupos de 3 y 10 personas. La obligación crediticia se cumple para los créditos solidarios mediante pagos únicos e indivisibles. Los créditos individuales se otorgan al propietario de un negocio. Los créditos asociativos son para grupos de 3 a 20 personas dedicadas a una misma actividad. Financia actividad individuales o conjuntas en forma coyuntural o permanente. Para efectos legales es una obligación mancomunada.

A Junio de 2002, ECO FUTURO atendía 15 mil clientes. El 58,5% se ubica en áreas urbanas. El 60% corresponden a clientes con créditos solidarios. En los créditos individuales, el 77% pertenecen al área urbana. Los créditos solidarios constituyen el 54%. El crédito promedio es de 627 dólares. En los créditos individuales urbanos y rurales el promedio llega a 1.057 dólares. En el área urbana es de 1.187 dólares y en el área rural, 621 dólares. En los créditos solidarios, el monto promedio es de 339 dólares por prestatario. En el área urbana este promedio es de 514 dólares y de 190 dólares en el área rural.

Como indicadores de eficiencia de esta institución, a junio 2002, se tiene que la tasa de mora llega al 26%. El total de los ingresos representa el 82% de los egresos y el 35% de los egresos están representados por los ingresos financieros.

1.2. ACERCA DEL SERVICIO DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS DE FINRURAL

Las microfinanzas han sido concebidas como un instrumento para paliar la pobreza. Sin embargo, se mide su desempeño sin reflejar la situación de sus clientes. En Bolivia es importante medir los impactos sobre los clientes para

recuperar la credibilidad de las microfinanzas ante manifestaciones coyunturales y estructurales de crisis en el sector¹.

A fin de promocionar la evaluación de impacto de los programas de microfinanzas sobre sus clientes, FINRURAL cuenta con un Servicio orientado a "identificar" los cambios que han generado los programas de microfinanzas. El Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL ofrece a las instituciones financieras locales que operan programas de microfinanzas la "Evaluación del Impacto Individual" para conocer, desde la perspectiva del cliente, el impacto que ha generado un programa de microfinanzas. La "Evaluación del Impacto Agregado" establece el impacto conjunto de programas de microfinanzas de las instituciones usuarias del Servicio, proporcionando datos de apoyo a decisiones políticas y estratégicas, de instancias públicas y privadas vinculadas a las microfinanzas.

FINRURAL ha contado con el apoyo principal del Programa Imp-Act (Microfinanzas: Mejorando el Impacto para mitigar la Pobreza: un programa de investigación-acción), patrocinado por la Fundación Ford y liderizado por académicos de tres universidades británicas. Adicionalmente, FINRURAL obtuvo el apoyo de la Organización Intereclesiástica para Cooperación al Desarrollo (ICCO) y de la Cooperación Suiza para el Desarrollo (COSUDE), a través de su Programa de Apoyo al Sector Financiero (PROFIN).

1.3 METODOLOGIA DE EVALUACIÓN DE IMPACTOS

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

Cabe destacar que se considera al término "programas de microfinanzas" en su definición más amplia, refiriéndose no sólo a los programas enfocados en la prestación de servicios microfinancieros sino también a los programas que, de manera complementaria a los servicios microfinancieros, otorgan servicios

¹ La crisis coyuntural del sector microfinanciero, por el lado de la oferta, se manifestó en: (a) reducción de los volúmenes de operaciones; (b) incremento de la morosidad en créditos; (c) baja generalizada en resultados y rentabilidad. Por el lado de la demanda, se manifestó en: (a) brotes de resistencia al pago de las obligaciones crediticias; (b) demandas de combinación de créditos; y, (c) cuestionamientos a las tasas de interés activas por considerarlas muy altas. Por su parte, la crisis estructural se manifestó en: (a) saturación de algunos mercados urbanos; (b) escasa atención al sector productivo, principalmente rural; (c) estancamiento de la expansión y profundización en los mercados y la diversificación de los servicios financieros rurales; (d) deterioro de las tecnologías crediticias; y, (e) adormecimiento en la innovación tecnológica.

no-financieros. Por otra parte, se define al término "impacto", como todo cambio positivo o negativo, tangible o intangible, de carácter significativo y sostenido, que la entidad evaluada genera en sus clientes, así como, en su unidad económica y en su unidad familiar a través de la intervención de su programa de microfinanzas.

1.3.1 Hipótesis, niveles de investigación y tipos de impactos

Hipótesis general: "El programa de microfinanzas de la entidad evaluada, contribuye a mejorar la situación de las unidades económicas y las unidades familiares de sus clientes, así como la situación de sus clientes como individuos"

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

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

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

Gráfico 1.1 | ECO FUTURO: Tipos de impacto y variables de impacto evaluadas, según nivel de investigación. Nivel de evaluación



Fuente: FHNURJAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

1.3.2 Variables e indicadores de impacto

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

Cuadro 1.7 Indicadores de impacto para cada una de las 13 variables evaluadas por el Servicio de Evaluación de Impactos

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

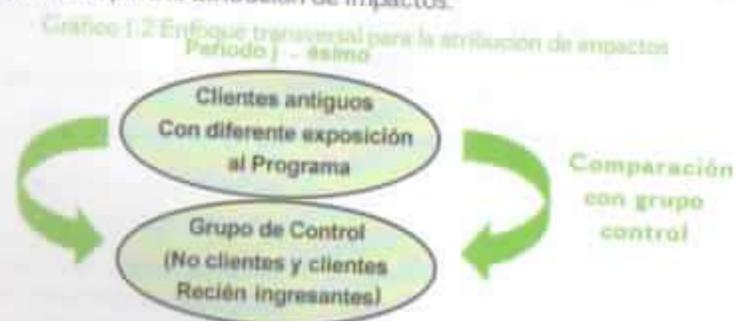
NIVEL DE EVALUACIÓN: CLIENTE O PERSONA	
VARIABLES	INDICADORES
Autoestima	26. Planteamiento de retos personales. 27. Participación y liderazgo en organizaciones sociales 28. Poder de decisión de la asignación de ingresos generados (aplicable sólo a mujeres)
Habilidades empresariales	29. Hábito de realizar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

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

1.3.3 Enfoque para la atribución de impactos

Para la determinación del impacto del programa de microfinanzas de ECO FUTURO sobre su clientela, se utilizó un enfoque transversal. Este enfoque recolecta información, en un instante de tiempo, proveniente de una muestra de clientes maduros o con una antigüedad significativa (2 o más años) como para que su exposición al programa de microfinanzas haya generado cambios significativos y sostenibles en sus vidas. Esta información de clientes maduros es comparada con la información de un "grupo de control", conformado por personas que aunque tienen las características de la población objetivo de la entidad no han participado en su programa de microfinanzas ó, alternativamente, recién están ingresando o iniciando su participación en el mismo con un tiempo máximo de 3 meses.

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



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

1.3.4 Población objetivo de la investigación

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

A nivel de clientes de la entidad evaluada

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

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

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

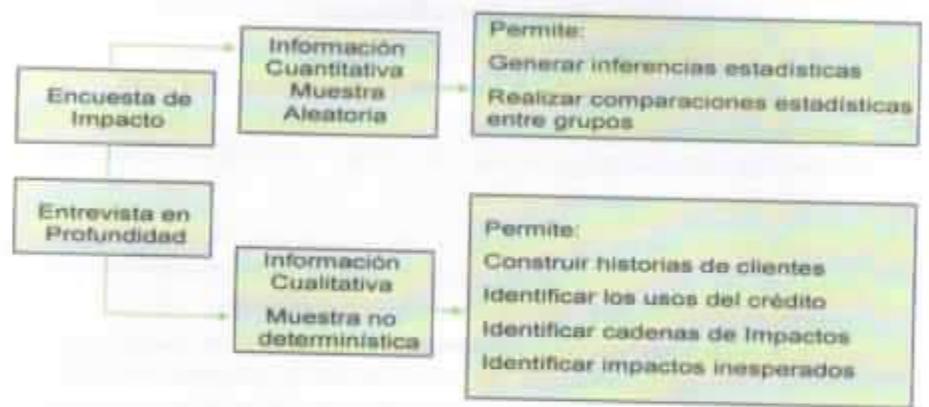
1.3.5 Herramientas para el relevamiento de información

Para el relevamiento de la información proveniente de la población objetivo identificada, se utilizaron las siguientes dos herramientas. El gráfico 1.3 bosqueja algunas de las características de las herramientas utilizadas para el relevamiento de información.

- La primera, es una herramienta para la generación de información cuantitativa denominada "Encuesta de Impacto". Se aplica a una muestra "probabilística" de clientes de la entidad evaluada y a un grupo de control, ambos con las características de la población objetivo de la investigación. El nivel de error asignado para la estimación de la muestra ronda al 4%. El objeto de esta herramienta es generar estadísticas cuantitativas que permitan comparar a la muestra de clientes y el grupo de control a fin de inferir estadísticamente impactos por su exposición o no-exposición al programa de microfinanzas de la entidad evaluada. Su duración promedio es de 30 minutos por encuesta.

La segunda, es una herramienta para la generación de información cualitativa denominada "Entrevista en profundidad". Se aplica a una muestra "determinística" de clientes de la entidad evaluada, que cumplen con las características de la población objetivo de la investigación. Su objeto general es profundizar el conocimiento sobre los impactos del programa de microfinanzas de la entidad evaluada. También recaba recomendaciones de este tipo de clientela para que la entidad evaluada genere mayores impactos sobre sus clientes. Su duración promedio es de una hora por entrevista.

Gráfico 1.1 Características de la Encuesta de Impacto y la Entrevista en profundidad



Fuente: Servicio de Evaluación de Impactos, FINRURAL.

Resultados cuantitativos del impacto de FFP ECO FUTURO

2.1 ANTECEDENTES

Los resultados presentados en este capítulo están basados en un trabajo de campo que se efectuó entre julio y agosto de 2002 para el relevamiento de datos de la siguiente población objetivo

Por una parte, clientes de ECO FUTURO que cumplan las siguientes características: 1) Clientes, hombres o mujeres, mayores de edad, que se dediquen a una actividad económica orientada al mercado, propia o compartida con familiares y/o socios, 2) Clientes con una antigüedad de dos años o más en servicios de microcrédito y 3) Prestatarios activos, o con una mora máxima de 30 días a la fecha de planificación del estudio. Como muestra el Cuadro 2.1, esta población objetivo, estaba conformada por 11.349 personas y representa al 72,49% de la clientela total atendida por la institución en el primer trimestre de la gestión 2002.

Cuadro 2.1. Clientes que cumplen las condiciones de la población objetivo, a julio de 2002

Departamento	Urbanos	Rurales	Total Clientes	Porcentajes
La Paz	2.913	1.121	4.034	35,54
El Alto	1.553	0	1.553	13,68
Cochabamba	900	1.449	2.349	20,69
Oruro	1.049	327	1.376	12,12
Santa Cruz	942	0	942	8,30
Beni	1.095	0	1.095	9,64
Total	8.452	2.897	11.349	100,00

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Además se relevaron datos de un grupo de control de los clientes de ECO FUTURO que cumplieran las siguientes características: 1) Hombres o mujeres que se dediquen a una actividad económica orientada al mercado, propia o compartida con familiares y/o socios, 2) No participar en programas de

microcrédito, o ser clientes con antigüedad menor a 3 meses y 3) Ser vecinos de las personas seleccionadas en la muestra de clientes, o desempeñar actividades económicas en lugares próximos a los de la muestra de clientes.

En total se relevaron 700 encuestas. Luego del control de calidad, como muestra el Gráfico 2.1, se trabajó con 693 encuestas, 455 corresponden a clientes y 238 al grupo de control.

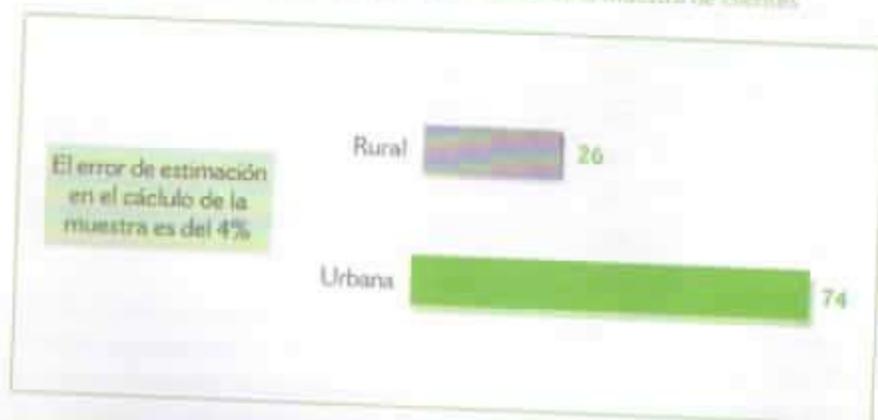
Gráfico 2.1 ECO FUTURO: Distribución de la muestra de clientes.



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los encuestados se seleccionaron aleatoriamente de una lista institucional. Se estableció una muestra de reemplazo, en el caso de no encontrar a la persona o que ésta no quiera responder. La muestra es probabilista, ya que todos los clientes tienen la misma probabilidad de ser elegidos. El error de estimación de la muestra es de 4%. El gráfico 2.2, evidencia la distribución zonal de la muestra del estudio de impacto.

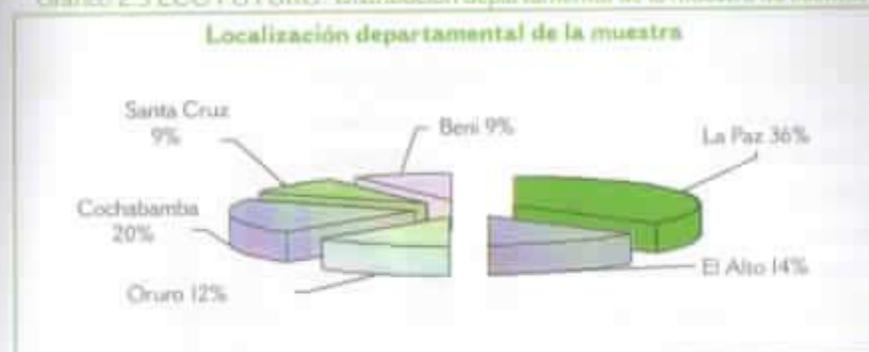
Gráfico 2.2 ECO FUTURO: Localización de la muestra de clientes.



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como muestra el Gráfico 2.3, la mayor parte de las encuestas se relevaron en el Departamento de La Paz. Cochabamba fue el segundo lugar más representativo. La participación restante correspondió a las encuestas realizadas en los departamentos de Oruro, Santa Cruz y Beni.

Gráfico 2.3 ECO FUTURO: Distribución departamental de la muestra de clientes.



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

El Gráfico 2.4, refleja características del perfil de los clientes de ECO Futuro que conforman la muestra.

Gráfico 2.4 ECO futuro: Características del perfil del prestatario.



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como se puede apreciar, existe una participación casi equilibrada entre prestatarios demandantes de créditos individuales y prestatarios de créditos solidarios. El 51% de los clientes tiene un préstamo individual y el 49% restante un crédito solidario. La mayoría de los clientes de la muestra recibió su primer crédito de la institución, o de las ONGs socias de la institución que traspasaron carteras, hace 3 años. También la mayoría de estos clientes ya recibieron dos préstamos y tiene un préstamo vigente de 1.500 dólares.

El Cuadro 2.2, compara los datos del perfil de la muestra de clientes y el grupo de control observados más frecuentemente. Como se puede apreciar,

ambas muestras son comparables por dos razones: 1) Las características similares de la unidad familiar, económica y del individuo y, 2) No existen diferencias estructurales significativas que distorsionen los resultados de la comparación.

Gráfico 2.2 ECO FUTURO

Datos más frecuentes del perfil de clientes y el grupo de control

A nivel del individuo	Muestra de Clientes	Grupo de control
Lugar de residencia	Urbana	Urbana
Sexo del individuo	Femenino	Femenino
Edad del individuo	42 años	38 años
Estado civil del individuo	Casado(a)	Casado(a)
Máximo Nivel de instrucción	Primaria	Primaria
A nivel de la unidad familiar	Muestra de Clientes	Grupo de control
Tamaño del hogar	4	4 miembros
Número de menores de 0 a 5 años	1	1 miembro
Número de menores en edad escolar	1	1 miembro
Número de adultos	2	2
Tipo de vivienda	Si	Si
A nivel de la unidad económica	Muestra de Clientes	Grupo de control
Tipo de propiedad	Unipersonal	Unipersonal
Principal sector de actividad	Comercio minorista y servicios	Comercio minorista
Antigüedad de la principal actividad	Menos de 5 años	Menos de 5 años

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En las siguientes secciones se comparan los resultados de la muestra de clientes y el grupo de control de acuerdo a los indicadores de impacto definidos en la metodología. Dado el nivel de error asignado para la estimación de la muestra, 4%, se consideran que las diferencias entre los resultados de la muestra de clientes y el grupo de control son considerables o significativas, si solo si, superan a los cuatro puntos porcentuales.

2.2 IMPACTOS ECONÓMICOS DE ECO FUTURO

2.2.1 Impactos sobre la Inversión en la Unidad Económica.

Nivel de inversión en activos. Los niveles más bajos de inversiones en activos utilizados en actividades económicas, de 1.500 dólares o menos, son más frecuentes en el grupo de control que en la muestra de clientes. Como muestra el Gráfico 2.5, estos niveles de inversión representan al 74% del grupo

de control y sólo al 41% en la muestra de clientes. Cuando se trata de niveles de inversión más altos, entre 1.501 y 50 mil dólares, la situación cambia ya que la representatividad de los clientes es comparativamente superior. En este rango de inversiones la participación de los clientes es de 55% superando en más del 100% a la participación de 26% del grupo de control. Las inversiones mayores a 50 mil dólares no son significativas en ninguna de las muestras.

Gráfico 2.5 ECO FUTURO Inversión en activos productivos de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

La inversión promedio en activos productivos de las unidades económicas de la muestra de clientes es de 10.463 dólares, monto que supera en 80% al promedio de 2.006 dólares de las unidades económicas del grupo de control.

Nivel de inversión en capital de trabajo. La mayor inversión en capital de trabajo se observa con más frecuencia en clientes. Entre 501 y 5 mil dólares, la presencia de clientes es mayor. En inversiones mayores a 5 mil dólares, las unidades económicas de los clientes continúan siendo las más representativas.

Gráfico 2.6 ECO FUTURO-Monto del capital de trabajo de las unidades económicas de la muestra (montos en dólares estadounidenses)



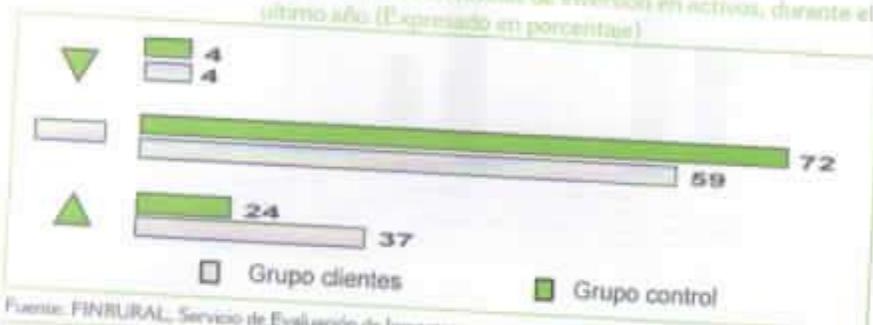
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

La inversión promedio en capital de trabajo es 2.980 dólares en la muestra de clientes. En el grupo de control es de 1.262 dólares, o sea 42% del promedio del grupo de clientes.

En conclusión, ECO FUTURO mejora las actividades generadoras de ingresos de sus clientes y posibilita que las unidades económicas de sus clientes tengan niveles de inversión más altos.

Cambio en niveles de inversión en activos, durante el último año. Predominaron las unidades económicas que no sufrieron cambios en activos, 59% en los clientes y 72% en el grupo de control, pero las que los incrementaron pertenecieron a clientes. Las unidades que disminuyeron su inversión son el 4% en ambas muestras. Por lo tanto, en la disminución de la inversión no intervino el crédito.

Gráfico 2.7 ECO FUTURO: Cambios en niveles de inversión en activos, durante el último año (Expresado en porcentaje)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que en el último año incrementaron sus niveles de inversión en activos, representan el 37% de la muestra de clientes y el 24% del grupo de control.

Cambio en niveles de inversión en capital de trabajo, durante el último año. Las unidades económicas que incrementaron su capital de trabajo son el 42% de los clientes y el 33% del grupo de control. En segundo lugar están quienes no sufrieron cambios, mayoritarios en el grupo de control. Quienes en el último año se descapitalizaron son aproximadamente el 23% en ambas muestras.

Gráfico 2.8 ECO FUTURO: Cambios en niveles de inversión en capital de trabajo, durante el último año (Expresado en porcentaje)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En conclusión, ECO FUTURO contribuyó a incrementar los niveles de inversión en las unidades económicas de los clientes.

2.2.2 Impactos sobre Empleo en la Unidad Económica

Tamaño de la fuerza laboral. Las actividades económicas de los clientes de ECO FUTURO, operan con una fuerza laboral superior a la del grupo de control. Un 28% de las unidades económicas son operadas por 3 a 4 trabajadores, frente a sólo un 16% en el grupo de control. Según las encuestas, el tamaño promedio de fuerza laboral es de casi 2 trabajadores en el grupo de control y de casi 5, en la muestra de clientes.

Gráfico 2.9 ECO FUTURO: Tamaño de la fuerza laboral de las unidades económicas de la muestra

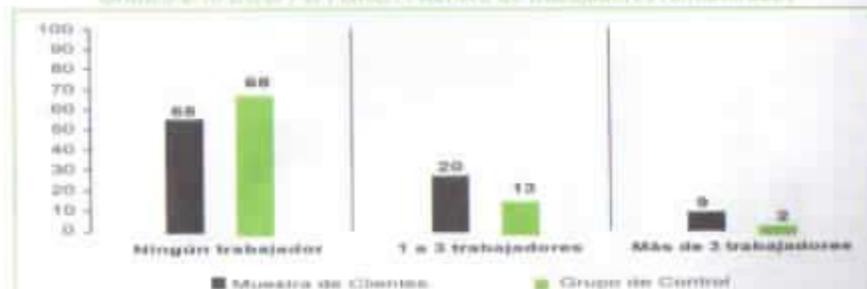


Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas operadas por 3 o más trabajadores tienen una participación porcentual de 37% en la muestra de clientes y de tan sólo 18% dentro el grupo de control.

Nivel de empleo remunerado. En ambas muestras predominan las unidades económicas que no emplean a ningún trabajador remunerado, pero aquellas que sí lo hacen pertenecen con mayor frecuencia a los clientes. Las unidades económicas que no emplean trabajadores representan al 55% de los clientes y al 68% del grupo de control. Las que operan con 1 a 4 trabajadores son más frecuentes entre los clientes. Según las encuestas, en las unidades económicas de los clientes el número promedio de empleados remunerados es de tres. En el grupo de control el promedio de trabajadores remunerados no llega a uno.

Gráfico 2.10 ECO FUTURO: Número de trabajadores remunerados



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que operan con 1 o más empleados remunerados constituyen el 45% en la muestra de clientes y el 32% en el grupo de control

En conclusión, ECO FUTURO, al propiciar el mejoramiento de las actividades generadoras de ingresos, ha posibilitado que la absorción de mano de obra sea mayor entre sus clientes.

Cambio en el nivel de empleo remunerado, durante el último año. Como muestra el Gráfico 2.11, no se evidencian impactos de ECO FUTURO sobre este indicador, debido a que no se evidenciaron diferencias significativas entre los resultados de los clientes y el grupo de control.

Gráfico 2.11 ECO FUTURO: Cambio en la fuerza laboral remunerada, durante el último año. (Expresado en porcentaje)



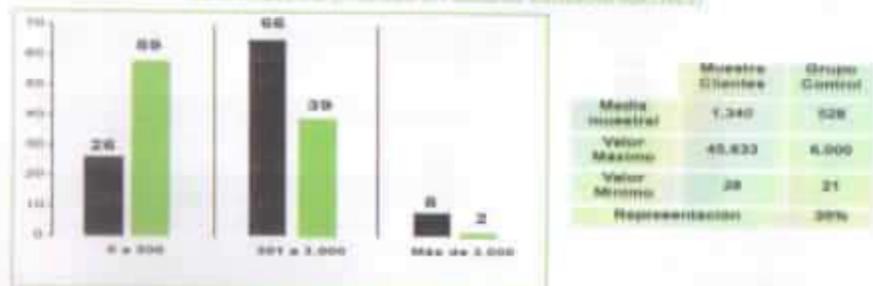
Fuente: PINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Por lo tanto, el crédito no influyó. Fue más bien el contexto económico adverso el factor determinante en el nivel de empleo remunerado de las unidades económicas de los clientes de ECO FUTURO.

2.2.3 Impactos sobre Ingresos de la unidad económica

Nivel de Ventas. Los casos de unidades económicas con niveles de ventas menores, de 300 dólares mensuales o menos, se evidencian con mayor frecuencia al grupo de control que a la muestra de clientes.

Gráfico 2.12 ECO FUTURO: Ventas mensuales promedio de las unidades económicas de la muestra. (montos en dólares estadounidenses)



Fuente: PINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Como muestra el Gráfico 2.12, la participación de las unidades económicas del grupo de control sobre estos niveles de ventas es de 59%, superando en el doble a la participación de 26% de la muestra de clientes. La situación cambia en el rango de ventas comprendidas entre 301 y 3.000 dólares mensuales, donde la participación de las unidades económicas de los clientes es comparativamente más representativa, al igual que en niveles superiores a 3.000 dólares.

Las unidades económicas con niveles de ventas superiores a 300 dólares mensuales tienen una participación porcentual de 74% en el grupo de clientes y de 41% en el grupo de control. Las unidades económicas de la muestra de clientes registran ventas mensuales promedio de 1.340 dólares. En el grupo de control el promedio es de 528 dólares.

Nivel de Ganancias. Las unidades económicas con ganancias de 100 dólares mensuales o menos son del grupo de control. En niveles de ganancias superiores, de 101 y mil dólares mensuales, la presencia de las unidades económicas de los clientes es mayor. En ganancias mensuales superiores a mil dólares, los clientes son más representativos.

Cuadro 2.3 ECO FUTURO: Ganancia mensual promedio de unidades económicas de la muestra

Rangos	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No.	%	No.	%
50 o menos	37,1	8,1	66	27,7
51 a 100	66	14,5	66	27,7
101 a 150	79	17,4	31	13,0
151 a 200	37	8,1	13	5,5
201 a 300	94	20,7	32	13,4
301 a 400	36	7,9	8	3,4
401 a 1000	75	16,5	19	8,0
Más de 1000	31	6,8	2	0,8
No responde	0	0,0	1	0,4
Total	455	100,0	238	100,0
Media muestral	499,11		209,21	

Fuente: PINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas del grupo de clientes generan ganancias mensuales promedio de 499 dólares. En el grupo de control este promedio es 209 dólares. Las unidades económicas con ganancias promedio superiores a 300 dólares mensuales tienen una participación porcentual de 31% entre los clientes y 12% en el grupo de control.

En conclusión, ECO FUTURO posibilitó que las ventas y ganancias de las unidades económicas de sus clientes, sean superiores a las de quienes no recibieron crédito.

Cambio en nivel de ingresos, durante el último año. La mayoría de las unidades económicas encuestadas redujeron sus ingresos, entre el 46% y 48% para la muestra de clientes y del grupo de control, pero las que enfrentaron el contexto adverso elevándolos fueron el 27% de los clientes. Entre el 27% y 30% en ambas muestras no sufrieron cambios.

Cuadro 2.3 ECO FUTURO: Cambio en ingresos de las unidades económicas de la muestra, durante el último año. (Expresado en porcentaje)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En conclusión, ECO FUTURO posibilitó que las unidades económicas de los clientes se incrementaran los ingresos con mayor frecuencia que en las unidades económicas de quienes no son clientes.

2.2.4 Impactos sobre Diversificación en la Unidad Económica

Diversificación de ingresos por ejecución de más de una actividad generadora de ingresos. Las unidades económicas que desempeñan más de una actividad son más frecuentes entre clientes de ECO FUTURO que en individuos del grupo de control. Quienes ejecutan una sola actividad generadora de ingresos son el 79%; 29 puntos más que los clientes. La diferencia entre ambas muestras no supera un punto porcentual cuando se trata de más de cuatro actividades.

Cuadro 2.4 ECO FUTURO: Número de actividades generadoras de ingresos desempeñadas por las unidades económicas de la muestra

Número de actividades generadoras de ingresos	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
1 actividades	228	50.1	187	78.6
2 actividad	176	38.7	40	16.8
3 actividades	40	8.8	8	3.4
4 o más actividades	11	2.1	3	1.0
Total	455	100.0	238	100.0
Media muestral	2 actividades			

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las unidades económicas que ejecutan entre 2 o 3 actividades generadoras de ingresos tienen una participación de 48% en la muestra de clientes y de 20% en el grupo de control.

En conclusión, los resultados presentados evidencian que ECO FUTURO ha posibilitado que las unidades económicas de sus clientes tengan fuentes de ingreso más diversificadas.

Prácticas de diversificación de ingresos, ejecutadas durante el último año. No podemos inferir impactos de ECO FUTURO, sobre las prácticas de diversificación de ingresos efectuadas por las unidades económicas de sus clientes durante el último año, debido a que las diferencias entre ambas muestras son menores al 4%.

Como muestra el Cuadro 2.5, la relación porcentual entre unidades económicas que durante el último año diversificaron ingresos a través de nuevas actividades económicas y aquellas que no lo hicieron, es de 13% y 87% en ambas muestras.

Cuadro 2.5 ECO FUTURO: Unidades económicas que iniciaron nuevas actividades generadoras de ingresos, en el último año

Unidades económicas que iniciaron nuevas actividades económicas	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Respuestas afirmativas	60	13%	31	13%
Respuestas negativas	395	87%	207	87%
Total	455	100%	238	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Por otra parte, como muestra el Cuadro 2.6, la relación porcentual entre unidades económicas que durante el último año diversificaron ingresos a través de productos o servicios adicionales y aquellas que no lo hicieron, es de 26% y 74% en la muestra de clientes y de 24% y 74% dentro el grupo de control.

Cuadro 2.6 ECO FUTURO: Unidades económicas que ofrecieron nuevos productos y/o servicios en el último año

Unidades económicas que ofrecieron nuevos productos y servicios	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Respuestas afirmativas	117	26%	58	24%
Respuestas negativas	338	74%	180	76%
Total	455	100%	95	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En conclusión, en el último año, el adverso contexto económico fue determinante sobre las prácticas de diversificación de ingresos de las unidades económicas de los clientes y no el acceso al crédito.

2.2.5 Impactos sobre Ingresos de la Unidad Familiar

Nivel de ingreso familiar. Los hogares con mayores ingresos se evidencian con mayor frecuencia en clientes de ECO FUTURO que en el grupo de control. Como muestra el Gráfico 2.14, los hogares con ingresos promedio de mil dólares/ mes o menos son frecuentes en el grupo de control. Por su parte los hogares de los clientes son más representativos en los ingresos familiares comprendidos entre mil a 5 mil dólares e, ingresos superiores a los 5 mil dólares. Las unidades familiares que generan ingresos promedio superiores a mil dólares mensuales, tienen una participación porcentual de 65% entre los clientes y, sólo al 43% en el grupo de control.

Gráfico 2.14 ECO FUTURO: Ingreso mensual promedio de las unidades familiares de la muestra (montos en dólares estadounidenses)



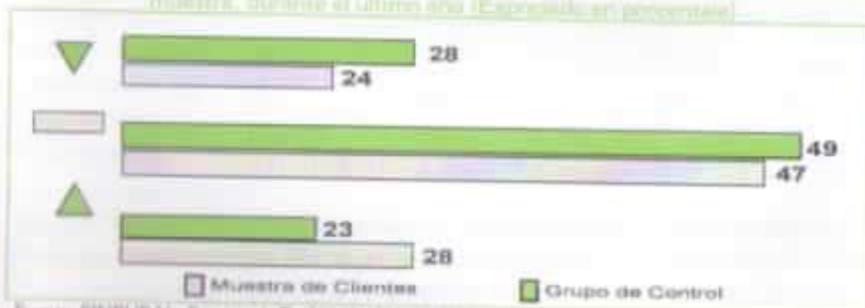
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

El ingreso mensual promedio de los hogares de la muestra de clientes es de 2.262 dólares y para el grupo de control es de 1.317 dólares.

ECO FUTURO ha posibilitado que los ingresos de los hogares de sus clientes sean superiores a los evidenciados en hogares que no recibieron crédito.

Cambio en el ingreso familiar. Los hogares no sufrieron cambios en sus niveles de ingresos: 49% en el grupo de control y 47% en la muestra de clientes. Quienes los elevaron son clientes. Luego figuran quienes incrementaron su ingreso familiar. El 28% del grupo de control redujo sus ingresos, frente a 24% de los clientes.

Gráfico 2.15 ECO FUTURO: Cambio en el ingreso de las unidades familiares de la muestra, durante el último año (Expresado en porcentaje)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

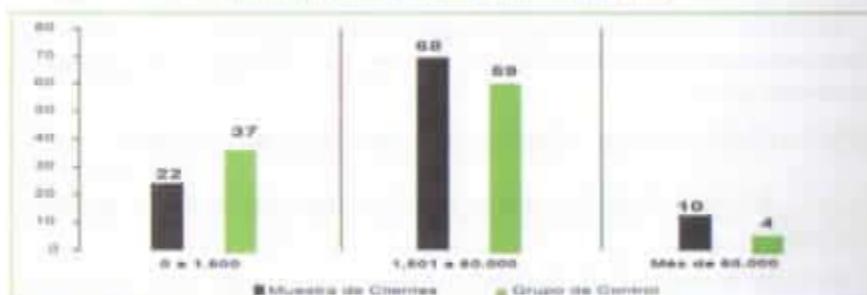
28% de las unidades familiares de los clientes elevaron en durante el último año sus niveles de ingresos y 23% del grupo de control.

En conclusión, ECO FUTURO en el último año posibilitó que los incrementos en el ingreso familiar se produjeran con más frecuencia en hogares de clientes que en hogares que no recibieron crédito.

2.2.6 Impactos sobre Activos de la Unidad Familiar

Valor de activos muebles e inmuebles. Los casos de hogares con mayores niveles de inversión en bienes muebles e inmuebles se evidencian más frecuentemente en clientes de ECO FUTURO que en el grupo de control. En los hogares del grupo de control, la inversión promedio es de 16.460 dólares. En clientes de la institución este promedio es de 20.090 dólares.

Gráfico 2.16 ECO FUTURO: Valor de activos muebles e inmuebles de los hogares de la muestra (montos en dólares estadounidenses)



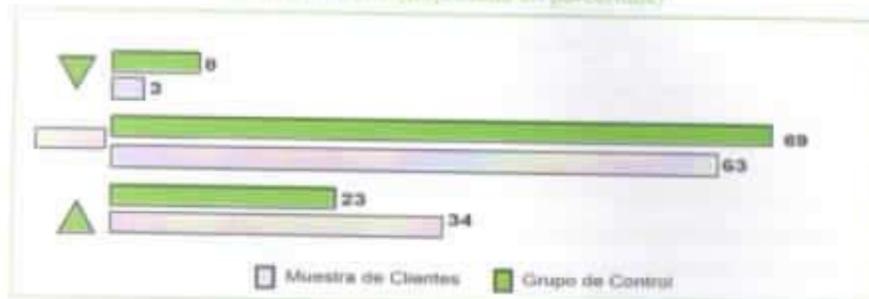
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los hogares con bajas niveles de inversión en bienes muebles e inmuebles, 1.500 dólares o menos, constituyen el 37% en el grupo de control y 22% entre los clientes. Los hogares de clientes constituyen el 68% cuando se trata de activos valorados entre 1.501 y 50.000 dólares. Para activos superiores a 50.000 dólares, los clientes también son los más representativos con el 10%.

En conclusión, ECO FUTURO ha posibilitado que los hogares de sus clientes tengan niveles de inversión en activos, superiores a quienes no recibieron crédito.

Cambio en la inversión en activos, durante el último año. Predominaron las unidades familiares que no sufrieron cambios en sus activos. Teniéndose el 69% del grupo de control y 63% en la muestra de clientes, pero quienes elevaron el nivel de activos son clientes de ECO Futuro con el 34% de su muestra frente al 23% del grupo de control.

Gráfico 2.17 ECO FUTURO: Cambio en la inversión en activos muebles e inmuebles, en el último año (Expresado en porcentaje)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los hogares que en el último año incrementaron sus niveles de activos tuvieron una participación porcentual de 34% en la muestra de clientes y de 23% en el grupo de control.

ECO FUTURO posibilitó que los incrementos en activos se produjeran más frecuentemente en hogares de sus clientes que en hogares de quienes no recibieron crédito.

2.3 IMPACTOS SOCIALES DE ECO FUTURO

2.3.1 Impactos sobre seguridad alimentaria de la unidad familiar

Periodos de inseguridad alimentaria, durante el último año. Los hogares que en el último año enfrentaron periodos de inseguridad alimentaria correspondieron con mayor frecuencia a individuos del grupo de control.

Cuadro 2.7 ECO FUTURO Seguridad alimentaria en hogares de la muestra, en el último año

Seguridad alimentaria en hogares de la muestra	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Hogares que "experimentaron" periodos de escasez de alimento	118	25.9	85	35.7
Hogares que "no experimentaron" periodos de escasez de alimento	337	74.1	153	64.3
Total	455	100	238	100

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los hogares que en los últimos dos años experimentaron periodos de inseguridad alimentaria frente a los que no lo hicieron, son el 26% y 74% en los clientes y el 36% y 64% en el grupo de control.

La participación de hogares que en los últimos dos años no tuvieron periodos de inseguridad alimentaria es de 74% en la muestra de clientes y de 64% en el grupo de control.

Cambios en alimentación, en el último año. No se infieren impactos de ECO FUTURO en este indicador debido a la inexistencia de diferencias significativas entre la muestra de clientes y el grupo de control.

Gráfico 2.18 ECO FUTURO: Cambio en la alimentación de los hogares de la muestra, en el último año



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

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

Prevención de Salud de menores de edad, en el último año. La práctica de prevención de salud a través de controles médicos a menores de edad, ha sido más frecuente en hogares de la muestra de clientes que en el grupo de control. Como muestra el Cuadro 2.8a, los hogares donde, en el último año, existieron menores de edad que recibieron controles médicos, representaron al 58% de la muestra de clientes y sólo al 38% del grupo de control.

Cuadro 2.8a ECO FUTURO: Controles médicos de salud a menores de edad, durante el último año

	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Hogares donde existieron menores de edad que recibieron controles de salud	158	58%	67	38%
Hogares donde ningún menor de no recibió controles de salud	220	42%	110	62%
Total	378	100%	117	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Prevención de Salud de adultos, en el último año. Como muestra el Gráfico 2.8b, de acuerdo a los indicadores utilizados, no se infieren impactos de ECO FUTURO sobre las prácticas de prevención de salud de los miembros adultos de los hogares de sus clientes, debido que la diferencia entre los resultados de la muestra de clientes y el grupo de control no supera el 4% como para considerarse significativas.

Cuadro 2.8b ECO FUTURO: Controles médicos de salud a menores de edad, durante el último año

Controles médicos de salud a adultos, durante el último año	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Hogares en los que al menos un adulto recibió un control médico de salud.	342	75.2%	170	71.4%
Hogares en los que ningún adulto recibió un control médico de salud.	113	24.8%	68	28.6%
Total	455	100%	238	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

2.3.3 Impactos en la educación de la unidad familiar

Asistencia escolar de menores de edad, en el último año. La asistencia escolar es más frecuente en hogares de la muestra de clientes que en hogares del grupo de control. Como muestra el Cuadro 2.9a, los hogares donde, en el último año, todos los menores en edad escolar asistieron al colegio o escuela, representaron al 90% de la muestra de clientes y sólo al 82% del grupo de control.

Cuadro 2.9a ECO FUTURO: Asistencia escolar de menores de edad, durante el último año

	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Hogares donde todos los miembros en edad asisten a centros educativos	301	90%	93	82%
Hogares donde existe al menos un miembro en edad escolar que no asiste a centros educativos	35	10%	20	18%
Total	336	100%	113	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Mejoras en la Educación de Adultos en el último año. Como muestra el Cuadro 2.9b, en el caso de las mejoras en la educación de adultos, de acuerdo a los indicadores utilizados no se evidencian impactos de ECO Futuro. Esto debido a que la diferencia entre los resultados de la muestra de clientes y el grupo de control no superan los cuatro puntos porcentuales como para

considerarse significativas y atribuir impactos de la exposición al programa de microcrédito de ECO FUTURO. El adverso contexto económico fue un factor más importante sobre la asistencia a centros de instrucción de adultos en hogares de clientes, que el mejoramiento de ingresos debido al crédito.

Cuadro 2.9 ECO FUTURO: Indicadores de mejoras en educación de hogares de la muestra, en el último año

Asistencia de adultos a centros educativos de capacitación	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Hogares en los que al menos un adulto asiste a centros capacitación	186	40.9%	95	39.9%
Hogares donde ningún adulto asiste a centros de capacitación.	269	59.1%	143	60.1%
Total	445	100%	238	100%

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

2.3.4 Impactos sobre Condiciones de Vivienda de la unidad familiar

En el último año, aunque, tanto en la muestra de clientes como en el grupo de control, la mayoría de los hogares no efectuaron mejoras en su vivienda, aquellos que sí lo hicieron correspondieron con mayor frecuencia a clientes de ECO FUTURO. Como muestra el Gráfico 2.19, los hogares que durante el último año realizaron refacciones a su vivienda representaron el 32% en la muestra de clientes y el 19% en el grupo de control. Los hogares que en el último año realizaron ampliaciones a su vivienda constituyen el 18% en la muestra de clientes y 9% en el grupo de control. Los hogares que en el último año mejoraron el acceso de su vivienda a servicios básicos, constituyen el 22% en la muestra de clientes y el 17% en el grupo de control.

Gráfico 2.19 ECO FUTURO: Mejoras en la vivienda de los hogares de la muestra, en el último año (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

ECO FUTURO permitió que las mejoras en las condiciones de vivienda se produjeran más frecuentemente en hogares de sus clientes que en hogares de individuos que no recibieron crédito.

2.4 IMPACTOS DE ECO FUTURO SOBRE EL EMPODERAMIENTO DE CLIENTES

2.4.1 Impactos sobre empoderamiento económico del individuo

Nivel de ingreso personal. Los casos de individuos, varones y mujeres, con mayores niveles de ingreso personal, se evidencian con mayor frecuencia en clientes de ECO FUTURO que en el grupo de control.

Cuadro 2.10 ECO FUTURO: Ingreso personal promedio mensual de las mujeres de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

Rango	Mujeres de la muestra de Clientes		Mujeres del Grupo de Control	
	No	%	No	%
50 o menos	68	24%	66	39%
51 a 100	73	26%	50	29%
101 a 200	64	22%	32	19%
201 a 500	62	22%	22	13%
Más de 500	19	6%	1	1%
Total	286	100%	171	100%
Media muestral	188,11 dólares		95,93 dólares	

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En el caso de las mujeres, como muestra el Cuadro 2.10, aquellas con los ingresos más bajos, de 100 dólares mensuales o menos, tienen mayor representatividad en el grupo de control, con una participación de 68% que supera al 50% de la muestra de clientes. La situación inversa ocurre con ingresos de 201 a 500 dólares, donde las clientas tienen mayor representatividad al igual que en ingresos personales mayores a 500 dólares/mes.

En la muestra de clientes el ingreso personal promedio de las mujeres es de 188 dólares mensuales, superando en 96% al promedio de 95 dólares del grupo de control.

En el caso de los varones, como muestra el Cuadro 2.11, aquellos con ingresos personales de 100 dólares/mes o menos, tienen una mayor representatividad en el grupo de control, con una participación de 64% que supera casi en el doble al 39% de la muestra de clientes. Ocurre lo inverso en el rango de 101 a 500 dólares donde los varones clientes tienen mayor representatividad, así como en ingresos de 500 dólares o más.

Cuadro 2.11 ECO FUTURO: Ingreso personal promedio mensual de los varones de la muestra (montos en dólares estadounidenses)

Rango	Varones Muestra de Clientes		Varones Grupo de Control	
	No	%	No	%
50 o menos	36	21%	24	36%
51 a 100	30	18%	19	28%
101 a 200	42	25%	11	16%
201 a 500	41	24%	9	13%
Más de 500	20	12%	4	7%
Total	169	100%	67	100%
Media muestral	240,65 dólares		150,81 dólares	

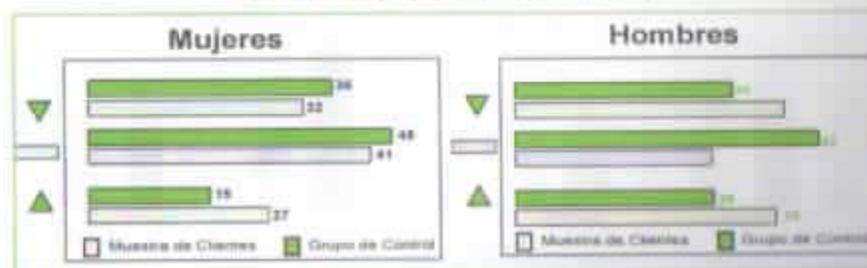
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En los varones, el ingreso personal promedio es de 241 dólares mensuales en la muestra de clientes, superando en 60% al promedio de 151 dólares del grupo de control.

En conclusión, ECO FUTURO al propiciar el empoderamiento económico, permitió que los niveles de ingreso personal de sus clientes, varones y mujeres, sean superiores.

Cambio en el ingreso personal en el último año. Aunque tanto en la muestra de clientes como en el grupo de control predominaron los individuos, varones y mujeres, que mantuvieron constantes sus niveles de ingresos personal, aquellos que lograron elevarlos, pese al contexto adverso, fueron con mayor frecuencia clientes de ECO FUTURO. Como muestra el Gráfico 2.20, las mujeres que elevaron su nivel de ingresos personal constituyeron el 27% de la muestra de clientas y sólo el 19% de las mujeres del grupo de control. En el caso de los varones, aquellos que elevaron sus ingresos, representaron al 36% de la muestra de clientes y, sólo al 28% dentro el grupo de control.

Gráfico 2.20 ECO FUTURO: Cambio en el ingreso personal de varones y mujeres, en el último año (Expresado en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Las mujeres que en el último año elevaron su ingreso personal, representaron al 27% en la muestra de clientes y al 19% del grupo de control. En los varones, esto ocurrió en el 35% de los clientes y en el 28% del grupo de control.

En conclusión, ECO FUTURO posibilitó en el último año que los incrementos en ingresos personales se produjeran más frecuentemente en sus clientes, varones y mujeres.

2.4.2 Impactos sobre la Autoestima del individuo

Autoestima en términos de participación social. Los clientes de ECO FUTURO, tanto varones como mujeres, participan con más frecuencia en organizaciones sociales que los individuos del grupo de control. Como muestra el Gráfico 2.21, las mujeres que integran organizaciones sociales tienen una participación porcentual de 14% en el grupo de control y de 24% en la muestra de clientes. Los varones que integran organizaciones sociales, representan al 34% en la muestra de clientes y al 27% del grupo de control. Aquellos que tienen cargos directivos representan el 68% de la muestra de clientes y el 50% en el grupo de control.

Gráfico 2.21 ECO FUTURO: Participación en organizaciones sociales de individuos de la muestra (valores expresados en porcentajes)



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

Autoestima en términos de retos personales. La existencia de mujeres y varones que expresan tener retos personales es más frecuente en clientes de ECO FUTURO que en individuos del grupo de control.

Gráfico 2.22 ECO FUTURO: Existencia de retos personales en individuos de la muestra



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

Como muestra el Gráfico 2.22, el 86% de las mujeres de la muestra y sólo el 78% de las del grupo de control, tienen retos personales. En el caso de los varones, el 87% de clientes expresa tener retos personales y, sólo el 78% en el grupo de control tienen retos.

Las mujeres que tienen metas y planes a cumplir en el corto plazo representan al 86% de la muestra de clientes y al 78% de las mujeres del grupo de control.

En conclusión, ECO FUTURO ha propiciado la elevación de la autoestima en varones y mujeres que son clientes de la institución.

Autoestima en términos de poder de decisión de mujeres. No se evidencian impactos en la autoestima de las clientas en relación su poder de decisión sobre ingresos personales, ya que la diferencia entre ambos grupos no supera tres puntos. Las mujeres que tienen decididos sobre sus ingresos es de 98% en la muestra de clientas y de 96% en el grupo de control.

Cuadro 2.12 ECO FUTURO: Poder de decisión sobre ingresos personales, de las mujeres de la muestra

Poder de decisión sobre los ingresos personales	Muestra de Clientes		Grupo de Control	
	No	%	No	%
Mujeres con poder de decisión	279	97.6	164	95.9
Mujeres sin poder de decisión	7	2.4	7	4.1
Total	286	100.0	171	100.0

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

2.4.3 Impactos sobre capacidades empresariales

Existen muchas personas con hábitos empresariales en la administración de su unidad económica entre los clientes de ECO FUTURO. La relación entre mujeres que llevan registros contables básicos de su actividad económica es de 36% en la muestra de clientes y de 25% en el grupo de control. En los hombres esta relación es de 39% en la muestra de clientes y de 34% en el grupo de control.

Cuadro 2.13 ECO FUTURO: Capacidades empresariales de los individuos de la muestra para la administración de recursos de su unidad económica

Individuos que llevan registros contables de sus actividades	Mujeres Muestra de Clientes		Mujeres Grupo de Control		Hombres Muestra de Clientes		Hombres Grupo de Control	
	No	%	No	%	No	%	No	%
Respuestas afirmativas	104	36.4	43	25.1	66	39.1	23	34.3
Respuestas negativas	182	63.6	128	74.9	103	60.9	43	64.2
No responde	0	0.0	0	0.0	0	0.0	1	1.5
Total	286	100.0	171	100.0	169	100.0	67	100.0

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

Individuos que administran de forma separa el dinero del negocio y el del hogar	Mujeres Muestra de Clientes		Mujeres Grupo de Control		Hombres Muestra de Clientes		Hombres Grupo de Control	
	No	%	No	%	No	%	No	%
Respuestas afirmativas	152	53.1	75	43.9	91	53.8	36	53.7
Respuesta negativas	134	46.9	96	56.1	78	46.2	31	46.3
Total	286	100.0	171	100.0	169	100.0	67	100.0

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

La relación entre mujeres que administran el dinero de su hogar, separado de su unidad económica es de 53% en clientes y de 44% en el grupo de control,

Las mujeres que llevan registros contables básicos de sus actividades generadoras de ingresos tienen una participación de 36% en las clientas y de 25% en el grupo de control. Los hombres que tienen el hábito de administrar el dinero de su unidad económica y el dinero de su hogar de manera separada tienen una participación de 54% en ambas muestras.

En conclusión, ECO FUTURO, al propiciar el fortalecimiento de las capacidades empresariales de sus clientes, posibilitó que mujeres y varones clientes tengan mejores hábitos empresariales.

2.5 PERCEPCIONES DE CLIENTES SOBRE EL IMPACTO DE ECO FUTURO

2.5.1 Percepciones generales

Como muestra el Cuadro 2.14, la mayoría de los clientes de la muestra opinan que gracias al crédito mejoraron sus vidas. El 53% de los clientes piensa que mejoró su unidad económica. El 43% opina que mejoró su unidad familiar. El 51% de los clientes opina que su situación personal mejoró frente al 12% que opina lo contrario.

Cuadro 2.14 ECO FUTURO, Percepción de los clientes de la muestra sobre los impactos

Opiniones sobre la situación de su unidad económica luego del acceso al crédito	Número	%
Ha mejorado	242	53%
No cambio	148	33%
Ha empeorado	65	14%
Total	455	100.0

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Opiniones sobre la situación de su unidad familiar luego del acceso al crédito	Número	%
Ha mejorado	195	43%
No cambio	231	51%
Ha empeorado	24	5%
No responde	5	1%
Total	455	100.0

Opiniones sobre su situación personal luego del acceso al crédito	Número	%
Ha mejorado	234	51%
No cambio	168	37%
Ha empeorado	53	12%
Total	455	100.0

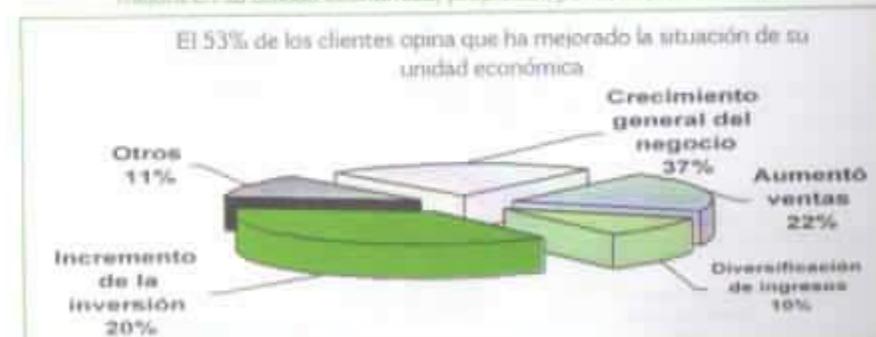
Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

En conclusión, los resultados presentados corroboran las inferencias hechas sobre impactos positivos del programa de microfinanzas a través del análisis de distintas variables.

2.5.2 Percepciones de impacto sobre la unidad económica

La mayoría de los clientes opina que las mejoras propiciadas por ECO FUTURO sobre su unidad económica, recayeron en el crecimiento de su negocio, el incremento de su capital y sus ingresos.

Gráfico 2.23 ECO FUTURO, Percepción de los clientes de la muestra sobre la principal mejora en su unidad económica, propiciada por el acceso al crédito



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Para el 37% de los clientes, el principal progreso en su unidad económica luego del acceso al crédito ha sido el crecimiento de su negocio. También son muchos quienes consideran principal mejora el crecimiento de las ventas y de la inversión. Asimismo, existen respuestas que le dan mayor importancia a su diversificación de ingresos, como principal mejora del negocio proveniente del

acceso a los programas microfinancieros de la entidad. Con una menor representatividad, bajo el denominativo de "otros", encontramos a quienes fueron favorecidos con la posibilidad de diversificar ingresos y de iniciar un nuevo negocio.

El 57% de los clientes opinan que la principal mejora que el crédito de la institución produjo sobre su unidad económica fue el crecimiento de su negocio, 22% destaca el incremento de sus ingresos y el 20% el incremento de la inversión.

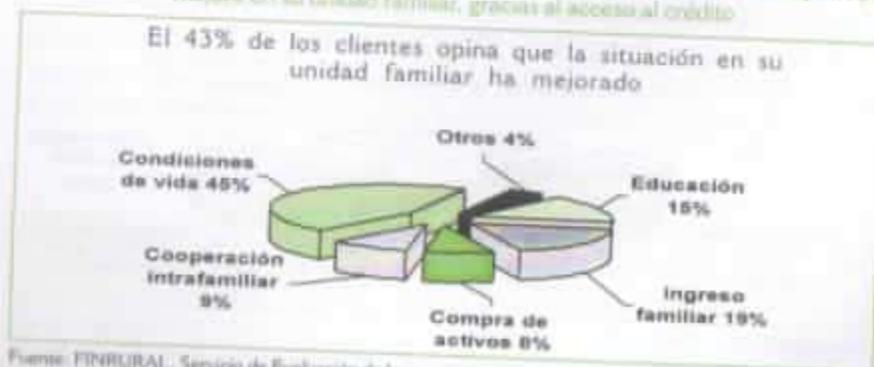
Estos resultados permiten corroborar varios de los resultados hallados previamente sobre el impacto de ECO FUTURO en el ámbito de la unidad económica de sus clientes, determinando que desde la perspectiva de los clientes los principales impactos recaen en ingresos e inversión.

2.5.3 Percepciones de impactos sobre la unidad familiar

La mayoría de los clientes perciben que la principal mejora en su unidad familiar se produjo en las condiciones generales de vida. Para otros es el incremento en el ingreso familiar y la mejora en la educación. Menos representativos son quienes consideran que el impacto se sintió en el mayor acceso a bienes de consumo y a una mejor salud y alimentación.

El 45% de los clientes de ECO FUTURO opinan que el principal efecto beneficioso del crédito sobre su hogar, ha sido la mejora de las condiciones de vida. Un 19% atribuye como principal mejora al incremento del ingreso familiar y un 15% a las mejoras en el campo de la educación.

Gráfico 2.24 ECO FUTURO: Percepción de los clientes de la muestra sobre la principal mejora en su unidad familiar, gracias al acceso al crédito



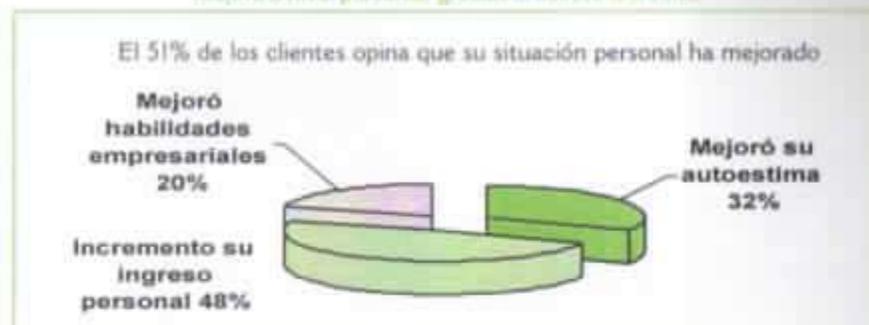
Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos

En conclusión, estos resultados corroboran la mayoría de los impactos positivos identificados previamente, determinando que desde la perspectiva de los clientes, los principales impactos de ECO FUTURO sobre sus hogares recaen en las condiciones de vida, el ingreso familiar y la educación.

2.5.4 Percepciones de impactos a nivel individual

La mayoría de los clientes percibe que luego del acceso al crédito la principal mejora se produjo en ingresos personales, destrezas empresariales y autoestima. Quienes consideran que el cambio principal se dio en autoestima y habilidades representan al 32% y 20%, respectivamente.

Gráfico 2.25 ECO FUTURO: Percepción de los clientes de la muestra sobre la principal mejora a nivel personal, gracias al acceso al crédito



Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos

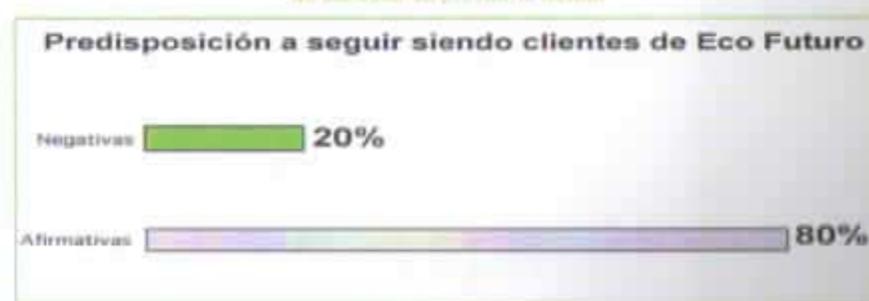
El 51% de los clientes opinó que su situación personal ha mejorado. De ellos 48% opina que el principal efecto beneficioso del acceso a crédito sobre su persona ha sido el incremento de su ingreso personal.

En conclusión, desde la perspectiva de los clientes los impactos del crédito sobre el empoderamiento están en el incremento de los niveles de ingresos, autoestima y destrezas empresariales.

2.5.5 Predisposición a continuar con la institución

El 80% de los clientes que fueron consultados, expresaron que ha futuro desean continuar participando en el programa de microfinanzas de la institución.

Gráfico 2.26 ECO FUTURO: Clientes que desean continuar con la institución, luego de cancelar su préstamo actual



Fuente: FINRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos

Resultados cualitativos del impacto de FFP ECO FUTURO

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

3.1 USO DE LOS CRÉDITOS DE ECO FUTURO

El destino más frecuente del crédito es la inversión en capital de trabajo, que se traduce en la compra de inventarios de materia prima o insumos, en el caso de las actividades productivas, y de servicios e inventarios de productos para la venta, en el caso de las actividades comerciales. La inversión en capital de trabajo permite la diversificación de los productos y servicios.

La inversión en activos es otro uso del crédito, principalmente cuando los clientes acceden a préstamos de mayor magnitud. Si producen, invierten en activos productivos como maquinaria y herramientas de trabajo y si se dedican al comercio, invierten en mobiliario y puestos de venta. También se encontraron usos no deseables de los préstamos de ECO FUTURO con clientes que utilizaron el crédito para cubrir déficits en su hogar o negocio o clientes que utilizaron los préstamos de ECO FUTURO para cancelar deudas con otros.

3.2 CADENAS DE IMPACTOS DE ECO FUTURO

Como se observa en el gráfico 3.1, el impacto se inicia con la inversión del préstamo financiando capital de trabajo y/o la compra de activos productivos. Esto genera mayores ingresos a través de más ventas y/o ganancias. Las ganancias se reinvierten creando un círculo virtuoso entre inversión e ingresos.

Gráfico 3 | ECO FUTURO: Cadenas de impacto generadas por la participación en el programa



Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

Los clientes de ECO FUTURO tienen mayores ingresos gracias a las estrategias empresariales:

- Diversificación de ingresos a través de productos o servicios adicionales e incursión en nuevos mercados con el apoyo de un mayor capital de trabajo financiado por el crédito.
- La disminución de costos debido a la compra de inventarios "al por mayor".
- El incremento de la productividad mediante la inversión en equipo y herramientas eficientes.
- Inicio de un nuevo negocio más rentable gracias a la inversión del crédito en el capital de trabajo y la adquisición de activos.
- Incremento del valor agregado con el empleo de materiales de mayor calidad y/o la inversión en maquinaria para un mejor acabado del producto.
- Mayor cantidad y variedad de productos y/o servicios para competir en mercados saturados.

Las mayores ganancias son reinvertidas y mejoran el bienestar del hogar del cliente a través de los siguientes caminos:

- Incremento del ingreso familiar para superar periodos de escasez enfrentados previamente.

- Incremento del ingreso familiar, para mejorar aun más una situación es ante sin escasez.
- Mayores ganancias hacen posible el incremento de los activos del hogar vivienda y bienes de consumo, como aparatos electrónicos y artículos de línea blanca.

La participación en ECO FUTURO propicia mejoras en las personas:

- En el caso de las clientas mujeres, una de las mejoras es la independencia económica por la generación autónoma de ingresos. Se aprecia en ellas mayor conciencia de su aporte para el sustento de su hogar y de sus habilidades empresariales.
- Tanto en varones como en mujeres se aprecia una mayor autoconfianza para efectivizar planes en sustitución de su inicial de inseguridad. Adicionalmente, incrementa su ingreso personal.

3.3 IMPACTOS INESPERADOS DE ECO FUTURO

3.3.1 Impactos inesperados sobre las unidades económicas de clientes

Estabilidad de ingresos y suavización de déficits estacionales de ingresos.

- Generación de ingresos más continuos por ventas más constantes.
- Suavización de déficits de ingresos en negocios afectados por la estacionalidad.

Incremento de la productividad de los negocios de los clientes

- Los clientes adquieren equipo y herramientas eficientes para elevar la productividad.
- Los clientes adquieren inventarios para contar con materiales e insumos suficientes y cumplir los ciclos productivos sin paros, elevando así la eficiencia y productividad de sus actividades.

Disminución de costos de inversión por compra al por mayor y/o al contado.

- Los clientes adquieren inventarios al por mayor para rebajar costos.
- Acceso a una liquidez monetaria que mejora la capacidad negociadora al ofrecer pagos al contado.

Posibilitar el cambio de negocio. El crédito permite iniciar un nuevo negocio, cuando el anterior deja de resultarle conveniente al financiar inversiones

de apertura. Se verificaron mejoras en las condiciones de trabajo, especialmente en relación al espacio ocupado por el negocio y su ubicación.

Creación y/o incremento de valor agregado. El valor agregado se logra con la compra de materia prima de mayor calidad o la adquisición de maquinaria y herramientas para un mejor acabado y presentación.

Mayor competitividad. Al contar con capital de trabajo que puede competir con la oferta de la mayor cantidad y variedad posible de productos y/o servicios.

3.3.2 Impactos inesperados sobre las unidades familiares de los clientes

Incremento del gasto familiar superando una situación previa de crisis. Los gastos familiares aumentan debido al incremento de las ganancias. Se supera una situación ex ante de escasez de dinero para satisfacer necesidades básicas, como el consumo adecuado de alimentos y educación. Este impacto implica salir de una situación de pobreza.

Incremento del gasto familiar mejorando un bienestar ya ganado. Se produce cuando mejora aún más una situación de un bienestar ya alcanzado. En este caso, el gasto se dirige a mejorar condiciones básicas de alimentación y educación, además en salud y adquisición de bienes de uso.

3.3.3 Impactos inesperados sobre los clientes

Mayor contribución a la unidad familiar y económica. Mayor autoestima al tomar conciencia de la importancia de su contribución para el sostenimiento de su hogar y de sus destrezas empresariales para sacar adelante a sus negocios.

Mayor Autoconfianza: Sustitución del sentimiento de inseguridad frente a la obligación crediticia contraída y el optimismo y confianza en lograr el éxito de todo plan.

3.4 ANÁLISIS SOCIOLÓGICO DE LOS IMPACTOS DE ECO FUTURO

3.4.1 Antecedentes

El supuesto subyacente es el siguiente: "El microcrédito de ECO FUTURO, como servicio específico, genera empleo e ingresos para sus clientes".

Estas son las variables e indicadores aplicados al análisis de la información cualitativa de las historias de vida.

Nivel de evaluación: individuo y unidad familiar – categoría: participación en la sociedad	
Variables	Indicadores
Grupos sociales:	Grado de cohesión familiar. Pertenencia a grupos con relevancia en el entorno inmediato/ cívicas y políticas. Liderazgo dentro de una organización social.
Cumplimiento de roles:	Multiplicidad de roles. Conservación de roles. Adquisición o cambios de roles.
Valores y actitudes:	Valores dominantes. Identidad cultural. Determinación y perseverancia.
Movilidad social:	Cambio de status. Conservación del status. Símbolos de cambio de status. Expectativas crecientes.
Pautas de consumo:	Grado de satisfacción de necesidades básicas. Cambios en las pautas de consumo.

Nivel de evaluación: unidad económica y persona – categoría: cambio social	
Variables	Indicadores
Racionalidad empresarial:	Grado de planificación en el manejo del dinero. Diversificación de las actividades de la unidad económica. Acceso a nuevos mercados. Cantidad de trabajadores incorporados a la actividad económica. Grado de reinversión de las ganancias a la actividad empresarial.
Empoderamiento de mujeres:	Grado de formalización de la actividad. Grado de autonomía en la toma de decisiones económicas. Planteamiento de retos personales a largo plazo. Liderazgo.
Satisfacción del cliente con el programa de la institución	
Variables	Indicadores
Marco normativo en la relación ECOFUTURO-Clientes:	Normas que generan frustración. Normas que producen conformidad social.

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

3.4.2 Impactos sociales de ECO FUTURO sobre la unidad familiar-individuo: categoría participación social

3.4.2.1 Pertenencia a grupos sociales:

Los prestatarios pertenecen a varios grupos sociales. El primero de ellos es la familia, nuclear o extendida, de estructura patriarcal o dirigida por uno solo de

los padres, generalmente la mujer. El crédito genera una motivación sobre los jefes de familia, especialmente sobre las madres: sacar adelante a la familia, motivación que incrementa el grado de cohesión. Las familias que sienten que avanzan, comparten los esfuerzos económicos, mientras que una situación económica contraria puede generar una tendencia a la desintegración. Un cliente de ECO FUTURO describe la división del trabajo de la familia en función a objetivos comunes. Según una historia de vida: la esposa atiende una pensión; él está a cargo de la ferretería. Ella compra repuestos en otras ciudades para la tienda y los hijos ayudan.

Resueltas las necesidades básicas, las de seguridad, algunos clientes buscan afiliación o reafirman su afán de participar en organizaciones de su entorno inmediato (junta de vecinos, directiva de padres de familia o gremios) pero esta participación no se traduce en una presencia activa en instituciones cívicas o políticas o alto desarrollo de conciencia social.

Si bien el acceso al crédito se convierte en impulso a la participación y al liderazgo, tiene un efecto contrario cuando el éxito económico es perseguido a través de jornadas de trabajo prolongadas.

3.4.2.2 Cumplimiento de roles:

El cumplimiento de roles en tanto padres de familia, clientes de ECO FUTURO se sintetiza en los siguientes rasgos principales:

- Estrategia de sobrevivencia consistente en la adopción de un rol económico fundamental con dedicación exclusiva.
- Adopción de nuevos roles económicos en el caso de las mujeres: acceso al trabajo, tramite de créditos para el hogar y la empresa.
- Asignación de los roles tradicionales a otros integrantes de la familia debido a la adopción de nuevos roles económicos: "Tengo tantos niños también. A veces me duele mi espalda. A veces no puedo lavar ropa, pero mis hijas me ayudan. Les digo: Yo no voy a cocinar".

3.4.2.3 Valores y actitudes

La relación entidad de micro-crédito y cliente se desenvuelve en un marco normativo que afianza valores de la institución y valores adquiridos en el proceso de socialización de los clientes. Los valores vigentes en el ámbito de esta relación son el trabajo, la responsabilidad y el dinero. Las actitudes promovidas por esos valores se traducen en planes centrados en el bienestar de los hijos y en censura a quienes incumplen con las normas del crédito.

3.4.2.4 Movilidad social:

- El crédito brinda opción de trabajo en artesanía y servicios a quienes no lograron empleo como profesionales.

- Abre posibilidades de ascenso social: aunque a menudo la esperanza de cambio de status es depositada en los hijos quienes lograrán el objetivo a través de la educación superior.
- Genera expectativas crecientes en relación a las condiciones de vida familiares.

3.4.2.5 Cambios en las pautas de consumo:

El impacto positivo del crédito se percibe en el cambio gradual de las pautas de consumo a partir de las necesidades básicas: alimentación > vestimenta > equipos electrónicos de comunicación > electrodomésticos > muebles para la vivienda. Las mejoras en la alimentación o los cambios en las pautas de consumo varían según el estrato social de pertenencia.

3.4.3 Impactos sociales de ECO FUTURO sobre la unidad económica-individuo: categoría cambio social

3.4.3.1 Racionalidad empresarial:

- El crédito promueve la diversificación de la actividad empresarial, la reinversión y la incorporación del trabajo remunerado.
- El crédito mejora condiciones de trabajo y el servicio que presta la unidad económica.
- Ayuda a establecer un puente entre actividades económicas en el campo y el ámbito urbano.
- Pese al apoyo del crédito, el empresario se apoya en el trabajo familiar. Es propietario-trabajador.
- Existen casos en los que hijos mayores siguen dependiendo del hogar paterno como empleados de la empresa, hecho que puede ser indicador de: falta de fuentes de trabajo, estancamiento en la movilidad social y limitaciones en el tránsito económico desde la empresa familiar a la unidad económica de carácter empresarial.
- No logra aún que la actividad económica de los prestatarios se formalice, hecho reflejado por jornadas de trabajo que exceden en mucho a las 8 horas, ausencia de seguro médico y trabajo de menores.
- Según la percepción de los clientes, el avance de la unidad económica se frena por la competencia que surge de los desempleados de minas y fábricas.

3.4.3.2 Empoderamiento de la mujer:

- La incorpora al trabajo.
- La sustrae de la esfera de lo doméstico.

- Prevalce la toma de decisiones en pareja, pero a menudo se impone la voluntad del varón (la mujer decide sola si el esposo no existe o si se ausenta con frecuencia).
- En algunos casos, cada uno decide en su propio espacio.
- El papel de la mujer se revaloriza: complementa los ingresos del esposo o cubre las necesidades básicas cuando éste carece de empleo.
- La mujer se enorgullece de sí misma.

3.4.4 Satisfacción del cliente con el programa de ECO FUTURO

3.4.4.1 Normas que generan conformidad social

Las normas que generan conformidad social según las historias de vida revisadas son las siguientes:

- El trámite es rápido.
- El crédito ayuda a recuperarse en momentos difíciles cuando todas las demás puertas se cierran.
- Sugerencia: Asistencia técnica para orientar en qué invertir

3.4.4.2 Normas que generan frustración

Las normas que generan frustración según las historias de vida revisadas son las siguientes:

- Bajaron los montos del crédito.
- Plazos largos e inflexibles.

3.4.5 Historias de clientas de ECO FUTURO

3.4.5.1 El caso de Aurelia, clienta del municipio de La Paz

Antecedentes personales: 40 años, comerciante desde los 15 años, casada, dos hijos, habita en terreno de los padres, donde cada hijo se hizo construir un piso y una tienda, pero tiene acceso a la compra de aparatos electrónicos, como TV y VHS.

Estrategia de sobrevivencia

- Ella, con ayuda del esposo y los hijos, maneja una tienda de abarrotes y no descuida la preparación de los alimentos para los hijos.
- Esposo: ex minero, chofer asalariado.
- Las hijas ayudan en la tienda y en las labores del hogar.

Destino del crédito y de los ahorros

- Diversifica la oferta de productos de abarrotes.
- Compra al por mayor.
- Adquiere estantería.
- Cursos extras en la formación de los hijos.
- Mejoras en la alimentación.

Empoderamiento femenino

LA TOMA DE DECISIONES

- Ella reconoce que el jefe del hogar es el esposo.
- Ella se encarga de las decisiones y del manejo del dinero desde que se casó.

RETOS PERSONALES

- Vender al por mayor para ganar nuevos clientes.
- Mejorar la tienda.

PARTICIPACIÓN EN ORGANIZACIONES

"No tengo tiempo para salir de la tienda. No tengo tiempo para esas cosas. (La participación) es para tiempo".

RACIONALIDAD EMPRESARIAL

- Se apoya con otras fuentes de financiamiento, como el pasanaku.
- Los clientes son leales porque se les da un buen trato.
- Horario de trabajo de 16 horas diarias seguidas.

AUTOESTIMA

"Tengo también mi casa, a mis hijas les doy lo que ellas quieren o sea que todo bien me está yendo".

3.4.5.2 El caso de Antonia, clienta del municipio de El Alto, La Paz

Antecedentes personales: 40 años, casada, 7 hijos, casa propia

Estrategia de sobrevivencia

- El matrimonio posee un café video que atiende con ayuda de los hijos.
- Ella atiende un kiosko en la puerta del café video.
- La familia alquila dos departamentos para pagar a la Mutual.
- Siembran papa en un terreno en la comunidad.
- Ella antes vendía peluches; él era obrero en fábrica de cocinas.

Destino del crédito

- Compra en Iquique de pantallas para café video.
- Compra de sillones para su local.
- Compra de VHS para el negocio.
- Productos para el kiosko.

Movilidad social

Los símbolos de cambio de status y expectativas crecientes son :

- "Mis hijos se llaman Michael, Jonathan, July y Estefani."
- "A veces soy folklórica. Me gusta irme a divertir. Este año en Chacaltaya morenada me fui a bailar. Pienso ir a Urkupiña porque mi comadre está pasando preste allá".
- "Me casé hace tres años recién. Mis hijas me han exigido: ¡ Mamá, cómo no te vas a casar! Me casé de blanco".

Destino del ahorro

- Estudio de los hijos en universidad y en colegio particular en El Alto.
- Lenta construcción de vivienda.
- Ahorro guardado con un familiar.

Racionalidad empresarial

- Préstamo del Banco Sol para completar necesidad de capital.
- Los hijos ayudan en el negocio.
- Los hijos también ayudan en el hogar para que la madre trabaje. "Una (de las hijas) tiene que asear la cocina... la otra también está vendiendo fichas, la otra tiene que ver los tres pequeños".

Empoderamiento

TOMA DE DECISIONES

- "El que más maneja el dinero es mi esposo. El administra cuanto de entrada tiene que ser; tiene que apartar para los bancos; tiene que apartar para la casa; también tiene que guardar aparte lo que hay de ganancia".
- "Los dos somos jefes del hogar: -Vamos a administrar los dos, me ha dicho-".
- "Los dos administramos. Si hay algo de ganancia tengo que darle a mi esposo porque es para los dos, pues. Porque si fuera para mi solita, estaría sola".

RETOS

- Construir en un terreno camino a Viacha para ir a pasear semanalmente, prestándose del Banco Sol.

AUTOESTIMA

- No tenía para agarrar refrescos...ahora tengo doscientos dólares. Rapidito saco de ahí, pues, y cancelo. Ya tengo para hacer trabajar esa plata."
- Si no fuera el Banco, "no fuéramos responsables...ahorita...en la casa estuviera como esas señoras mirando al marido. Pero no. El negocio es de los dos..."

Análisis cuantitativo ampliado

4.1 ANÁLISIS DE IMPACTOS EN POBREZA

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

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

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

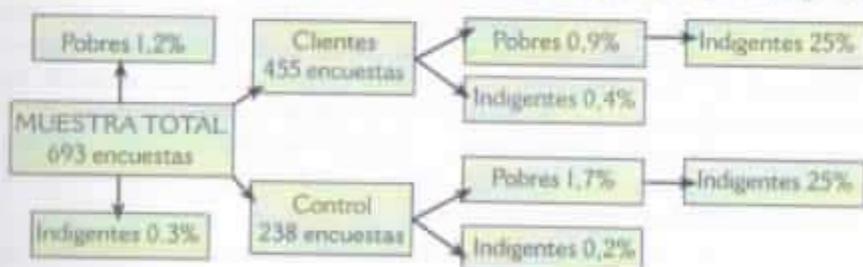
² Instituto Nacional de Estadística. Datos según censo 2001.

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

Uno de los problemas de esta metodología es que para su cálculo considera un número fijo de miembros del hogar promedio y no cuenta con la heterogeneidad existente en cuanto a estructura y tamaño del hogar³. Pero, debido a que no se cuenta con la información suficiente para la clasificación de los entrevistados entre pobres y no pobres con otras metodologías (solo se cuenta con ingresos familiares) utilizaremos la línea de pobreza por hogar para el análisis de los datos.

Para la obtención de la "línea de pobreza por hogar" a marzo del 2002, se consideró un tamaño promedio del hogar de 5,47 miembros⁴ y luego se realizaron los cálculos para ajustar los datos del ingreso por la inflación. De esta manera, se determinó como que los hogares no-pobres son aquellos cuyo ingreso supera a 161,8 dólares mensuales. Los hogares-pobres son aquellos con ingresos menores o iguales a dicho monto y los hogares indigentes son aquellos con ingresos menores o iguales a 88,45 dólares mensuales. Seguidamente se determinó el índice de hogares pobres, el índice de hogares indigentes y el índice de hogares no-pobres⁵.

Gráfico 4.1 ECO FUTURO: Determinación de Hogares Pobres y Hogares Indigentes



Fuente: FIPRURAL. Servicio de Evaluación de Impactos.

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

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

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

Como se aprecia en el gráfico 4.1 comparando los índices de hogares pobres (hogares con ingresos menores o iguales a los 161,8 dólares por mes) de la muestra de ECO FUTURO y de su grupo de control tenemos que el 0,9 % de los hogares de clientes encuestados están clasificados como pobres frente al 1,7 % evidenciado para el grupo de control. Por el otro lado, tenemos que para los clientes el Índice de Hogares No Pobres es de 99,1% y para el grupo de control es 98,3%.

Al tomar en cuenta una línea de indigencia de 88,45 dólares se tiene que el porcentaje del total de la muestra de cada grupo se tiene que para el grupo de control es el 0,4 % clasificado como indigente contra el 0,2 % para el grupo de clientes. Al tomar la muestra de encuestados clasificados anteriormente como pobres el porcentaje de indigentes para ambos grupos, el de clientes y de control, es de 25 %.

En la muestra total se tiene que el 1,2% de los hogares encuestados consigue 161,8 dólares mensuales o menos como ingreso familiar por lo que son clasificados como hogares pobres. Asimismo, el 0,3% de los hogares encuestados consigue, como ingreso familiar mensual, solo 88,45 dólares mensuales o menos; por lo tanto, son hogares indigentes.

El 0,9% de los hogares de la muestra de clientes es pobre o se encuentra por debajo de la línea de la pobreza. En el grupo de control el porcentaje de pobres encuestados llega al 1,7%. El porcentaje de indigentes para ambas muestras es de 25%.

Al tomar en cuenta una línea de indigencia de 88,45 dólares, se tiene que en el grupo de control el 0,4% es indigente contra el 0,2% para el grupo de clientes. Al tomar la muestra de encuestados clasificados anteriormente como pobres el porcentaje de indigentes para ambos grupos llega a 25%.

Adicionalmente se evaluó la intensidad de la pobreza, calculada por la "Brecha de la Pobreza"⁶ de cada hogar cuyo ingreso es menor a la línea de pobreza. Esta es la porción del ingreso mínimo o línea de pobreza no cubierta por el ingreso del hogar. Dicho de otra manera, es la distancia entre los ingresos que están por debajo de la línea de pobreza (z) y el correspondiente ingreso que la determina. Para el caso de los clientes de ECO FUTURO se tiene la brecha de pobreza promedio llega a 36,65% en cambio para el grupo de control asciende a 41,29%. Vale decir, que los ingresos de los clientes clasificados como pobres se acercan más que los ingresos familiares de los hogares del grupo de control.

6 Para este análisis se utilizarán los coeficientes de correlación de Pearson y de Spearman. El primero mide el grado de relación lineal entre dos variables medidas en escala de intervalo o de razón. El coeficiente de

Por último, se calculó el Déficit Global de los ingresos de los hogares pobres.⁷ Teniéndose para las clientes de ECO FUTURO ingresos promedio de no pobres que ascienden a 2.281,46 dólares por mes y los ingresos promedio mensuales de los hogares de clientes clasificados como pobres que llegan a tan solo 102,50 dólares mensuales. Para el caso del grupo de control los valores son de 1.338 y 95 respectivamente.

Utilizando esos datos calculamos que los ingresos de los no pobres cubrirán 4.030 veces el déficit de ingresos de los clientes pobres (de forma inversa se tiene que el déficit de ingresos de los considerados pobres representa tan solo el 0,02% del excedente de los hogares considerados como no pobres en la muestra de clientes. Para el caso del grupo de control se tiene una relación de 1.030 veces, lo que implica que el excedente del grupo de control podrá cubrir casi 1.030 veces su déficit. Dicho de otro modo, el déficit de ingresos de los encuestados del grupo de control corresponde al 0,097% del excedente de los no pobres del mismo grupo. Esto quiere decir que el grupo de clientes cuenta con mayores excedentes de ingresos para el grupo de hogares no pobres y que la proporción de déficit de ingresos de los clientes pobres es más bajo. Dadas estas diferencias mínimas entre ambos grupos no se puede concluir que la participación en programas de microfinanzas, de ECO FUTURO, mejore en gran medida el nivel de vida, o reduzca la pobreza, de su población.

4.2 ANÁLISIS DE COMPARACIÓN DE MEDIAS

Para la comparación de las medias y las medianas de los variables investigadas en la muestra de clientes y el grupo de control, se utilizarán las pruebas de diferencia de medias U-Test de Mann-Whitney y el t-test de muestras independientes⁸.

El procedimiento estadístico de decisión consistirá en formular una hipótesis sobre la población, elegir la prueba estadística adecuada para contrastar dicha hipótesis y, aplicar la prueba sobre la muestra observada⁹.

7 $D = p^*(x - \mu_p)$ y el Excedente Global de ingresos de los no pobres: $E = (n-p)*(\mu_{np} - x)$. Donde μ_p y μ_{np} corresponden a los ingresos promedio de los hogares pobres y no pobres respectivamente. La relación (E / D) entre el excedente global de los ingresos de los no pobres (E) y el déficit global de los ingresos de los pobres (D), muestra el grado en que los excedentes de ingresos por encima de la línea de pobreza (E) puede financiar el déficit de ingresos de los pobres.

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

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

En nuestro caso se tiene la hipótesis nula (H_0) que sostiene que no hay diferencias significativas entre ambas muestras. Se la compara con la hipótesis alterna (H_1) que sostiene que existen diferencias significativas entre las muestras.¹⁰

Las variables del nivel de actividad económica que tienen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos son: Cuantas otras actividades realiza, hace cuantos años inicio su principal actividad económica, cuantas personas han trabajado en el último año en la actividad económica, cuantas de esos trabajadores ganan un salario y cuantos son menores de 18 años. Se tienen diferencias significativas entre las medias del monto total del capital de trabajo, de las ventas, gastos, ganancias y del monto de bienes del negocio.

Cuadro 4.1 ECO FUTURO Variables con Diferencias Estadísticamente Significativas de acuerdo al test de diferencia de medias entre Grupos

Variables	Nivel de Análisis
Cuantas otras actividades realiza	Actividad económica
Hace cuantos años inicio su actividad económica	Actividad económica
Cuantas personas han trabajado en el último año	Actividad económica
Cuantas de estas son de su familia	Actividad económica
Cuantas personas ganan un salario	Actividad económica
Del total de trabajadores cuantos son menores a 18 años	Actividad económica
Monto total de capital de trabajo	Actividad económica
Monto total de ventas	Actividad económica
Monto total de gastos	Actividad económica
Monto total de ganancias, percepción personal	Actividad económica
Monto total de bienes del negocio	Actividad económica
Número de personas que conforman el hogar	Familiar
Personas que tienen edades entre 6 y 18 años	Familiar
Personas menores de edad	Familiar
Monto de ingreso familiar en un mes normal	Familiar
Monto total de bienes del hogar	Familiar
Cuantas habitaciones utiliza su familia en la vivienda que ocupa	Familiar
Cuantas de estas habitaciones utiliza como dormitorio	Familiar
Aporte del entrevistado a la familia	Personal

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos

Las variables a nivel familiar con diferencias estadísticamente significativas al aplicar el T-Test son: el número de personas que conforman el hogar, las personas que tienen más de 6 y 18 años, las personas menores de edad, el monto del ingreso familiar, monto total

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

de bienes del hogar, el número de habitaciones que se utilizan en la vivienda y cuantas son dormitorios. A nivel de análisis personal la única variable que tiene diferencia estadísticamente significativa en la media entre los grupos es el aporte del entrevistado a la familia.

Si bien estas pruebas nos indican si la diferencia entre los grupos es estadísticamente significativa, no nos indican cuán diferentes son o la magnitud de la diferencia entre las medias o medianas de las variables. Para ello se calcula el valor Eta Cuadrado (η^2), test en el cual encontramos diferencias estadísticamente significativas entre las variables observadas clasificadas como leves o pequeñas, al tomar valores que están por debajo del 0,06.

Se puede suponer que la participación en programas de microfinanzas permite conseguir diferencia con la población que no tiene esa experiencia. Esta participación no tiene relación en esa diferencia, como es el caso del número de personas que conforman el hogar o con la edad de las personas.

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

Para nuestros datos tenemos que son las mismas 9 las variables que difieren de forma estadísticamente significativa entre ambos grupos comparados evaluadas con la prueba t-test. Entonces, se puede suponer que la participación en programas de micro finanzas permite conseguir diferencia con la población que no tiene esa experiencia crediticia. Con la variable diversificación de actividades, que tienen cierta relación teórica y práctica con la experiencia crediticia se puede decir que el haber obtenido créditos de ECO FUTURO ha permitido fortalecer la actividad económica y diversificar las actividades a las que se dedicaban las clientes. También se tiene que la experiencia con los programas crediticios de ECO FUTURO ha permitido que sus clientes trabajen con una mayor cantidad de personas, con mayor número de asalariados en la

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

principal actividad económica. Además, presentar valores mayores en otras variables relacionadas a su actividad económica como los montos de ventas, gastos y ganancias. Así como en la tenencia de activos cuando se habla del monto de los bienes del negocio. Pero también a nivel familiar dado que se presentan diferencias estadísticamente significativas en los ingresos familiares y en el monto de bienes del hogar.

El mayor número de variables (7) que presentan diferencias estadísticamente significativas entre los grupos de clientes y control están clasificadas en el nivel de análisis de la actividad económica, son pocas (2) las variables que corresponden al nivel social o familiar, los ingresos familiares y en el monto de bienes del hogar. A este nivel no se evidenciaron variables que tengan relación con las variables del programa microfinanciero pero se puede esperar que en la medida que mejoren sus ingresos, por la participación en programas microfinancieros, el aporte económico individual y de la familia también sea mayor.

4.3 ANÁLISIS DE CORRELACIÓN

Para el análisis de la información recabada en las encuestas se utiliza la metodología tradicional o clásica utilizada para la investigación empírica en economía y campos relacionados. En este sentido, se analizan las correlaciones entre las variables de estudio¹². Se debe tomar en cuenta que este coeficiente es una medida de asociación lineal o de dependencia lineal solamente, por lo que su uso en relaciones no lineales no tiene sentido. Además, este coeficiente no necesariamente implica alguna relación causa-efecto o la inexistencia de otro tipo de relación.

4.3.1 Análisis de Correlación con Variables del Programa de Microfinanzas

Las variables que presentan correlaciones significativas y positivas con el monto del crédito recibido son: capital de trabajo, aporte del entrevistado a la familia, número de asalariados, gastos, ventas y bienes de la principal actividad. En la medida que una de estas variables se incrementa, el monto del crédito se incrementará y se espera que la relación opere también en sentido inverso.

El tiempo de experiencia crediticia presenta correlación estadísticamente significativa con el número de créditos recibido, debido a que a mayor tiempo de interrelación con la institución, el cliente obtiene más créditos. Hay correlación con el monto de bienes del hogar y la edad del entrevistado: mayor experiencia, mayor la edad del cliente y más inversión en su patrimonio familiar.

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

En el nivel de análisis de las familias, se tiene que el monto del crédito tiene correlación significativa con el monto de ingresos y el patrimonio familiar, lo que nos hace pensar que el nivel de vida familiar mejorará en la medida que se incrementa el monto del préstamo.

Al tomar en cuenta el nivel de análisis personal encontramos que las únicas variables con correlaciones significativas son la participación en organizaciones y el nivel de educación. Se supone que a mayor educación, mayor el monto del crédito y viceversa. Además, la experiencia crediticia permite la participación. Por otro lado, el crédito es mayor en el área urbana que en la rural por las garantías del crédito y por el riesgo y costos mayor de los créditos rurales.

4.3.2 Análisis de Correlación entre Variables Dependientes y las Demás Variables

Dada la decisión de llevar a cabo un análisis con énfasis en el impacto de los programas micro financieros en los clientes y la comparación entre la situación del grupo de clientes encuestados con la del grupo de control se seleccionaron las dos sub-muestras de la base de datos general de ECO FUTURO. Muestras con 455 y 238 observaciones para clientes y grupo control respectivamente.

Una variable proxy de la situación de la unidad económica es el monto total del capital de trabajo. Esta es una variable dependiente porque se supone que la mayor parte de los créditos están dirigidos al incremento del capital de trabajo. Esto se hace evidente al comprobar que el primer destino que los clientes dieron al crédito fue la inversión.

Se tienen solo 5 variables correlacionadas con el monto del capital de trabajo en el grupo de control y 25 variables correlacionadas cuando se trata de la muestra de clientes. Tomando en cuenta solo las variables con mayores correlaciones tenemos, para el grupo de control, al monto de ingresos familiares y el monto de bienes del negocio. Es decir que, en la medida que se incrementen, la actividad económica estará mejor. Para la muestra de clientes las variables correlacionadas con el monto del capital de trabajo son: número de créditos recibido, monto del préstamo actual, número de trabajadores y asalariados, monto de bienes del negocio, ventas, gastos y ganancias, nivel máximo de educación y habilidades empresariales, el registro contable y el manejo separado de los dineros de la actividad y el hogar.

Viendo las relaciones económicas que tienen las variables correlacionadas con la situación de la principal actividad económica tenemos que las variables del programa, como ser el número, el monto, el tipo y el destino del crédito tienen una relación positiva, así como el monto de bienes del negocio, el monto de ventas, gastos y ganancias y el tamaño de la fuerza laboral.

En caso de incrementarse el monto de ventas, y/o se incrementa el patrimonio del negocio, el monto del préstamo, los ingresos familiares o, el número de

trabajadores el nivel de la principal actividad económica estará en mejor situación.

Las variables con mayor coeficiente de correlación son: el número de créditos recibidos, el monto del crédito, el número de asalariados y el monto de bienes del negocio.

Se puede concluir, entonces, que el monto de ventas, gastos, ganancias y de bienes del negocio explican más significativamente las variaciones en el monto del capital de trabajo entre ambas muestras y por ende las diferencias en el nivel o la situación de la unidad económica.

4.4 DISEÑO DEL MODELO ECONOMETRICO

El objetivo del presente capítulo es la construcción de una ecuación o regresión lineal que explique el posible comportamiento del nivel de la principal actividad económica del encuestado. Es decir, que al elaborar una ecuación lo que se pretende es ajustar los datos obtenidos en las encuestas estructuradas tomando como variable proxy de medición al monto del capital de trabajo.

Al final se elaboraron 2 modelos econométricos que intentan medir el impacto económico a nivel de la unidad económica, negocio o actividad económica del entrevistado. Impactos que están referidos a los cambios generados por los programas de micro finanzas, ya sea de forma directa o indirecta, sobre las variables económicas de la unidad económica del cliente y compararlo con el modelo construido para el grupo de control. Así, se busca tener un instrumento que pueda dar una aproximación a los cambios ocasionados por el programa de microfinanzas sobre el nivel de la actividad económica de los clientes y compararlo con la situación del grupo de control¹³. Con ello se busca tener un instrumento que pueda dar una aproximación a los cambios ocasionados por el programa de microfinanzas sobre el nivel de actividad económica de los clientes y compararlo con la situación del grupo de control.

Entonces, se decidió tomar como variable dependiente el Monto Total de Capital de Trabajo medido en dólares debido a que se cree que los recursos del crédito son mayormente dirigidos al fortalecimiento de la actividad económica a través del incremento del capital de trabajo. Además, porque es una variable proxy de la situación de la unidad económica que es lo que nos interesa evaluar en primera instancia.

Así la función de regresión que se construyó fue del tipo: a una función del tipo: $[Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + e_i]$. Donde: X_i es la variable independiente, β_i son los parámetros desconocidos de las variables independientes, estos son desconocidos y deben ser estimados con los datos.

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

observados. Por último, e_i es el término del error, es decir, la diferencia entre los valores predichos por la regresión y los valores reales.

En el presente trabajo presentamos el modelo de regresión (A) fue elaborado con la información obtenida para el grupo de clientes donde la variable dependiente es el Monto de capital de trabajo en dólares ($\ln KdeT_{clientes}$) y como variables explicativas tenemos al monto total de los gastos mensuales en dólares ($\ln Gastos_{clientes}$), al monto actual del préstamo ($\ln Crédito_{clientes}$), el aporte del entrevistado a la familia ($\ln Aporte_{clientes}$) y, el nivel máximo de educación al cual llegó el entrevistado ($NivEduc_{clientes}$). Por su parte el modelo de regresión (B) toma en cuenta la información del grupo de control. En esta situación también se cuenta con el monto de capital de trabajo en dólares ($\ln KdeT_{control}$) como variable dependiente. Como variables independientes se tiene al monto de ventas mensuales en dólares ($\ln Ventas_{control}$), el monto de los bienes del negocio ($\ln BsNeg_{control}$) y, el nivel máximo de educación al cual llegó el entrevistado ($NivEduc_{clientes}$).

Si bien, en ambas regresiones, se tiene como variable dependiente al monto de capital de trabajo y como variable explicativa o independiente en nivel máximo de educación al cual llegó el entrevistado se aprecia la participación de otras variables. Ello nos muestra que existen ciertas diferencias entre los grupos analizados. Por otro lado, también se tiene al monto del crédito como variable explicativa, por lo que mostramos que la participación en programas microfinancieros influye en la situación o el nivel de la principal actividad económica.

$\ln KdeT_{cliente} = 0,475 \ln Gastos + 0,410 \ln Crédito + 0,140 \ln Aporte + 0,113 NivEduc$ (A)

$\ln KdeT_{control} = 0,770 \ln Ventas + 0,212 \ln BsNeg + 0,138 NivEduc$ (B)

En ambas regresiones no se toma en cuenta la constante o intercepto porque no es estadísticamente significativo y una información cuantitativa logaritmizada con el objetivo de suavizar o reducir las varianzas de los datos. También tenemos que existe una relación positiva entre las variables independientes y el nivel o la situación de la actividad económica medida con su variable proxy el capital de trabajo. Es decir, para el caso de los clientes, que a mayor monto de gastos el capital de trabajo será mayor y por ende la situación de la actividad económica, suponiendo que el aumento del gasto se traduce directamente en aumento de los inventarios y así del capital de trabajo. Además, a mayor monto de crédito mayor será el monto del capital de trabajo, y así también, mejor la situación de la principal actividad económica del entrevistado. Para el grupo de clientes se tiene también que cuanto mayor sea el nivel de educación haya conseguido el entrevistado la situación de su unidad económica mejorará. Entonces concluimos que la situación de la unidad

económica de los clientes se explica por el nivel de los gastos, el nivel de educación del entrevistado y el monto del crédito que actualmente tiene.

Para el grupo de control solo se cuenta con 3 variables explicativas, donde se observa que la situación de su actividad económica está en función al nivel máximo de educación obtenido por el entrevistado, así a mayor educación mayor nivel o situación de la principal actividad económica. Por otro lado, se tiene que al incrementarse el monto de ventas y de bienes del negocio (patrimonio de activos productivos) la actividad económica estará en mejor situación.

Dado que las variables, dependiente e independientes, se manejan en distintas medidas es necesario estandarizar los valores estimados para eliminar el efecto de las distintas unidades de medida. Con estos datos podemos ver la única contribución estadísticamente significativa de cada variable. Así tenemos que para el grupo de clientes la variable que más afecta al nivel de la actividad económica es el monto de gastos y luego el monto actual del préstamo y luego el monto de ventas mensuales. Con valores en sus parámetros de 0,390 y 0,250 respectivamente. Para el grupo de control la variable con mayor contribución estadísticamente significativa es el monto de ventas con un parámetro de 0,496, luego el monto de bienes del negocio con un valor de 0,256.

En el cuadro de ajuste del modelo (cuadro 4.2) se muestran tres valores, el primero, R Múltiple, es el coeficiente de correlación de Pearson. Así vemos que los valores independientes de los modelos de regresión lineal logran explicar el 62% ($R = 0,620$) de la variación de la variable dependiente, nivel de la situación económica del negocio o de la principal actividad del grupo de clientes y con un R de 0,680 en el caso de las del grupo de control, que también se puede decir que explica el 68%. El segundo valor, R Cuadrado (R^2), llamado también coeficiente de determinación es el cuadrado del R múltiple, es la medida del ajuste del modelo de datos. Se podría traducir como la proporción de la variable dependiente que es explicada por las variables independientes.

En los modelos elaborados para las clientes de ECO FUTURO encontramos que el R^2 calculado es de 0,384 y para el grupo de control asciende a 0,463. Con ello se puede decir que las variables independientes del modelo elaborado para el grupo de control explican de mejor forma la variación del nivel de la actividad económica. Por último encontramos el R^2 corregido o ajustado, que no es más que el R^2 calculado con un ajuste al número de variables independientes del modelo. Para este coeficiente encontramos que en la regresión para los clientes las variables independientes explican el 37,9% la dinámica de la actividad económica medida con una variable proxy como es el monto del capital de trabajo. En el caso del grupo de control este coeficiente llega al 45,5%.

Cuadro 4.2 ECO FUTURO: Ajuste del modelo de regresión lineal

Modelo	Coefficiente de Correlación (R) Múltiple	R Cuadrado (R ²)	R Ajustado	Error estándar de estimación	Durbin-Watson
Regresión Lineal del Grupo de Clientes	0,620	0,384	0,379	1,27	1,733
Regresión Lineal del Grupo de Control	0,680	0,463	0,455	1,29	2,137

Fuente: FINRURAL, Servicio de Evaluación de Impactos.

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

Conclusiones de la investigación

5.1 IMPACTOS ECONÓMICOS DE ECO FUTURO

1. La inversión promedio en activos productivos del grupo de control es 2.006 dólares y de 10.463 dólares entre los clientes. La inversión en capital de trabajo en el grupo de control es de 1.262 dólares y de 2.980 dólares en los clientes.
2. Las unidades económicas que absorben mayor cantidad de mano de obra pertenecen a clientes. El grupo de control trabaja con 1,7 personas, y los clientes con 4,7 personas.
3. Las unidades económicas que no operan con asalariados son más en el grupo de control: 68% en relación al 55% de la muestra de clientes.
4. En la muestra de clientes, el 90% de sus encuestados mantuvo, en el último año, el nivel de empleo en su principal actividad económica y el 96% del grupo de control.
5. Las unidades económicas que generan mayores niveles de ventas y ganancias pertenecen a clientes de la institución. Las ventas promedio llegan a los 1.340 dólares y a 528 dólares del grupo de control. La ganancia del grupo de control llega a 209 y a 499 dólares en los clientes. El gasto promedio en los clientes asciende a 857 dólares y a 321 dólares en el grupo de control.
6. Las unidades económicas que desempeñan una mayor cantidad de actividades generadoras de ingresos pertenecen clientes de la institución. El 39% de los clientes trabaja en una actividad económica adicional, frente al 17% evidenciado para el grupo de control.
7. La inversión en activos productivos aumentó para el 36% de muestra de clientes de la institución y para el 24% en el grupo de control. La inversión en capital de trabajo aumentó para el 42% de las unidades económicas de clientes y tan sólo para el 33% en el caso del grupo de control.
8. Las unidades económicas que durante el último año "incrementaron" sus niveles de ingresos vía mayores ventas y/o ganancias, pertenecieron a clientes de la institución.

- 9. Cuando se trata de la diversificación de productos o servicios adicionales, se evidenció que el 26% de los clientes los hizo el último año frente al 24% del grupo de control.
- 10. Los hogares con montos más elevados de ingresos anuales pertenecen a clientes, teniéndose en promedio 2.262 dólares frente a los 1.317 dólares del grupo de control.
- 11. Los hogares con los montos más elevados de inversión en activos muebles e inmuebles corresponden con mayor frecuencia a los clientes de ECO FUTURO que a individuos del grupo de control, esto es 20 mil dólares para los clientes y 16 mil para el grupo de control.
- 12. Los hogares que durante el último año elevaron su nivel de ingreso familiar pertenecieron con más frecuencia a los clientes. El nivel de ingreso familiar creció para el 28% de las familias de clientes sólo para el 23% de los hogares del grupo de control.
- 13. Son más los hogares de clientes que durante el último año elevaron su tenencia de activos. El nivel de activos creció para el 34% de las unidades familiares de clientes de la institución, mientras que para los hogares del grupo de control representó el 23%.
- 14. Los hogares que cuentan con vivienda propia pertenecen con mayor frecuencia a clientes de la institución que a individuos del grupo de control. El 63% de las unidades familiares de clientes son propietarias de su vivienda y sólo el 50% de los hogares del grupo de control.

5.2 IMPACTOS SOCIALES DE ECO FUTURO

- 15. La asistencia a controles médicos de salud de todos los menores de edad de la unidad familiar, caracteriza al 35% de los hogares de clientes y 28% para los del grupo de control.
- 16. La asistencia a centros de educación básica o secundaria de los menores en edad escolar de la unidad familiar, caracteriza al 66% de los hogares de clientes y al 39% del grupo de control.
- 17. La asistencia a centros de educación básica o secundaria de al menos uno de los miembros adultos de la familia, caracteriza al 41% de los hogares de clientes y 40% del grupo de control.
- 18. Las viviendas que fueron refaccionadas correspondieron al 32% de los hogares de clientes y al 19% del grupo de control. Las viviendas que fueron ampliadas correspondieron al 18% de los clientes y al 10% en el caso del grupo de control.
- 19. La inexistencia de escasez de alimentos caracterizó al 74% de los hogares de clientes y al 64% de los hogares en el caso del grupo de control.

- 20. Las mejoras en la alimentación en el último año se produjeron en el 28% de las unidades familiares de clientes de la institución, mientras que, este mismo comportamiento representó sólo al 22% de los hogares del grupo de control.

5.3 IMPACTOS DE ECO FUTURO SOBRE EL EMPODERAMIENTO DE CLIENTES

- 21. El ingreso promedio de las clientas es de 188 dólares, superior al evidenciado para las mujeres del grupo de control que llega a 96 dólares. El promedio de ingresos personales de los clientes es de 241 dólares, superior a los 151 dólares de los hombres del grupo de control.
- 22. El nivel de ingreso personal creció para el 27% de las clientas, mientras que para las mujeres del grupo de control llegó sólo al 19%. Para los hombres se tiene que el 35% de la muestra de clientes aumentó sus ingresos personales, frente al 28% del grupo de control.
- 23. El 24% de las clientas participa en organizaciones sociales, mientras que este comportamiento caracteriza al 14% de las mujeres del grupo de control. De estas mujeres, en el caso de las clientas el 38% ocupa cargos de dirigencia y el 50% en el grupo de control.
- 24. En el caso de los hombres evidenciamos que el 34% de los clientes participa en organizaciones sociales, políticas o culturales frente al 27% de los del grupo de control. El 68% de los hombres ocupa cargos de dirigencia y el 50% de los hombres del grupo de control.
- 25. El 86% de las clientas tiene retos personales para el próximo año y el 78% en el grupo de control. Entre los varones, 85% de los clientes tienen metas para el próximo año y 78% en el grupo de control.
- 26. El 36% de las clientas realiza registros contables básicos de sus actividades generadoras de ingresos y el 53% administra de manera separada el dinero de su unidad económica y su familiar. En las mujeres del grupo de control estas participaciones son de 25% y 44%.
- 27. El 39% de los clientes realiza registros contables básicos de sus actividades generadoras de ingresos y el 54% administra de manera separada el dinero de su unidad económica, mientras que, en los hombres del grupo de control estas participaciones son de 34% y 54%.

5.4. CONCLUSIONES DEL IMPACTO DESDE LA PERSPECTIVA SOCIOLÓGICA

- 28. Racionalidad empresarial:
 - * En general el micro-crédito promueve la diversificación de la actividad empresarial, la reinversión e incorporación del trabajo remunerado, es decir, contribuye al desarrollo de una racionalidad empresarial.

- También interviene en la gestación de lógicas empresariales adaptadas a contextos muy diversos: Por ejemplo, se suma a los recursos generados en el ámbito rural para apoyar el desarrollo de una actividad en el medio urbano.
- El micro-crédito mejora aspectos relacionados con las condiciones de trabajo, por ejemplo, pasar de la venta ambulante al negocio desde una tienda con vitrinas y estantes o la adquisición de maquinaria que ahorra energía.
- Pese a los impactos positivos, el avance de la unidad económica se frena por la competencia y la demanda insuficiente.
- En ese marco, salir adelante no conlleva con la formalización de la actividad económica. Los buenos resultados se alcanzan al margen de las conquistas laborales: jornada de ocho horas, seguro médico, etc.
- En casi todos los casos, el prestatario es un propietario-trabajador apoyado por la fuerza laboral de su familia, por lo tanto es el protagonista de las jornadas largas y el que tambalea a la hora de pagar el crédito porque su núcleo familiar fue afectado por la enfermedad.
- Cuando se trata de contratar empleados, el prestatario opta por el trabajo de menores, pago en dinero y especie, servicios eventuales o fuerza laboral remunerada a destajo.

29. Empoderamiento de la mujer:

- Con el crédito y el trabajo la mujer se sustrae de la esfera de lo puramente doméstico, con todo lo que ello implica en términos de adquisición ingresos propios, de nuevos conocimientos, nuevas prácticas y posibilidad de participar, decidir, dirigir y emprender, ventajas que a veces se abren paso en medio de la doble jornada, las hijas-madres suplentes, el escaso tiempo para participar, la competencia intra-hogareña por dirigir y las limitaciones del entorno para enfrentar otros retos.
- A la hora de la toma de decisiones, los caminos que sigue el proceso de empoderamiento nos permite distinguir estas variantes: Muchas clientes declaran que en sus hogares prevalece la toma de decisiones en pareja, pero en el texto se percibe que en ese aparente consenso suele imponerse la voluntad del varón. A menudo cada uno decide en su propio espacio: la mujer en lo doméstico, el varón en la responsabilidad económica general; la mujer en su negocio y el esposo en su trabajo.
- La instancia en la que la mujer incuestionablemente decide por sí sola dentro de la unidad familiar nuclear es si el esposo no existe o se ausenta con frecuencia.

- En todo caso, el micro-crédito ayuda a que el papel de la mujer se revalorice en el seno familiar porque ella complementa los ingresos, consigue créditos, cubre necesidades básicas cuando no hay esposo o éste carece de empleo. Ello contribuye a que la mujer se enorgullezca de sí misma y desarrolle su autoestima.
- El microcrédito, en la medida en que incorpora a la mujer al trabajo, contribuye a flexibilizar modalidades patriarcales en la toma de decisiones y abre una puerta hacia el planteamiento de retos, generalmente relacionados con mejoras en las condiciones de vida personales y de su familia.

5.5 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO AMPLIADO

30. Los excedentes de los ingresos de las personas clasificadas como no pobres cubrirán más de 4 mil veces el déficit de ingresos de los clientes pobres (de forma inversa se tiene que el déficit de ingresos de los considerados pobres representa el 0,02% del excedente de los hogares considerados como no pobres en la muestra de clientes). El excedente del grupo de control podrá cubrir más de mil veces el déficit de ingresos de las clasificadas como pobres. Dicho de otro modo, el déficit de ingresos del grupo de control corresponde al 0,097% del excedente de los no pobres del mismo grupo.
31. En la muestra total se tiene que el 1,2% de los hogares encuestados son clasificados como pobres. El 0,3% de los hogares encuestados son indigentes. De la muestra de clientes, el 0,9% son pobres o se encuentran por debajo de la línea de pobreza, en cambio en el grupo de control el porcentaje de pobres encuestados llega a 1,7%. Asimismo, se tiene que el 0,2% de la muestra de clientes está clasificada como indigente mientras que es el 0,4% de la muestra del grupo de control el considerado indigente. Al tomar la muestra de encuestados clasificados anteriormente como pobres, el porcentaje de indigentes es del 25% para ambas muestras.
32. Las variables que tienen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos a nivel de la actividad económica, son: Cuántas otras actividades realiza, hace cuántos años inició su principal actividad económica, cuántas personas han trabajado en el último año en la actividad económica, cuántos de esos trabajadores ganan un salario y cuántos son menores de 18 años. También se tienen diferencias estadísticamente significativas entre las medias del monto total del capital de trabajo, de las ventas, gastos, ganancias y del monto de bienes del negocio.
33. Las variables en el ámbito familiar que cuentan con diferencias estadísticamente significativas al aplicar el T-Test entre los grupos son: número de personas que conforman el hogar, personas que tienen entre

6 y 18 años, personas menores de edad, monto del ingreso familiar, monto total de bienes del hogar, número de habitaciones de la vivienda y cuantas son dormitorios.

34. En el ámbito del análisis personal la única variable que tiene una diferencia estadísticamente significativa en su media entre los grupos es el aporte del cliente a la familia.
35. La situación de la unidad económica en el grupo de control se explica por el monto ventas, el monto de los bienes del negocio y el nivel máximo de educación del entrevistado. Para los clientes el modelo está conformado por el monto de los gastos, el nivel máximo de educación del entrevistado, el aporte del entrevistado a la familia y el monto del préstamo. Las proporciones explicativas de las variables independientes sobre la variable dependiente son diferentes.
36. Al tomar el coeficiente de correlación múltiple, las variables independientes de los modelos de regresión lineal explican el 62% de la variación de la variable dependiente y del nivel de la situación económica del negocio de los clientes y el 68% del grupo de control. Al tomar el índice de determinación, los modelos econométricos armados explican el 38,4% de la variación del nivel de la actividad económica de los clientes y el 46,3% del grupo de control, medido con el monto del capital de trabajo como variable proxy.

5.6 CONCLUSIONES SOBRE LA PERCEPCIÓN DE IMPACTOS

37. El 53% de los clientes declara que luego de participar en el programa de microfinanzas de ECO FUTURO su unidad económica mejoró. De estas personas, 37% expresa que mejoró el negocio; 21% opina que subieron las ventas; 20% piensa que aumentó su capital de trabajo.
38. Para el 43% de los clientes la participación en el programa de microfinanzas de ECO FUTURO mejoró su unidad familiar. Según el 44% la principal mejora fue el incremento del nivel de vida en general y para el 15% el impacto se produjo especialmente en la educación de su familia.
39. El 51% de los clientes siente que mejoraron como personas. Para el 30% desarrollaron sus capacidades y destrezas; el 23% piensa que logró estabilidad económica familiar y el 21% percibe un proceso de afirmación de su autoestima.

5.7 CONCLUSIONES SOBRE LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

40. La facilidad y rapidez de los préstamos de ECO FUTURO constituyen las características más apreciadas del programa de microfinanzas para el 35% de los clientes de la institución, frente al 15% que piensa lo contrario. El 34% de los clientes entrevistados piensa que la buena atención de los

empleados de ECO FUTURO es buena, mientras que el 14% piensa que no lo es. El 13% opina que las tasas de interés cobradas por ECO FUTURO son bajas, frente al 32% que piensa que si son elevadas.

41. El 31% de los clientes de la muestra expresa que la tasa de interés del crédito de ECO FUTURO, es el aspecto que causa mayor disconformidad, mientras que, el 28% otorga tal calidad a la existencia de personal que da mal trato al cliente o es incumplido o burocrático en sus tareas.
42. El 80% de los clientes de la institución desea continuar siendo cliente de ECO FUTURO luego de cancelar su crédito actual.
43. Todos estos resultados fueron avalados por la información cualitativa de los estudios de caso. Adicionalmente, se utilizaron los estudios de casos para identificar las siguientes recomendaciones que los clientes con antigüedad de al menos dos años expresaron para ECO FUTURO: 1) disminuir de la tasa de interés, 2) Mejorar la atención del personal, 3) Elevar el número de cajeros para la atención al público, 4) Otorgar charlas de capacitación a sus clientes, 5) Mayor apoyo a los proyectos de sus clientes, 6) Mayor información en cuanto a garantías para el acceso al crédito, 7) Incentivos para los clientes cumplidos, 8) Mayor información sobre los servicios de ahorro, 9) Otorgar de préstamos en bolivianos.

Utilizando información de estudios de casos realizados a 21 clientes de la institución con antigüedad mayor a dos años, la presente investigación halló los siguientes resultados en cuanto a: usos del crédito, cadenas de impacto e impactos inesperados de ECO FUTURO.

5.8 USO DE LOS CRÉDITOS

44. El destino más frecuentemente observado de los préstamos de ECO FUTURO es el financiamiento del capital de trabajo para las unidades económicas de sus clientes, vía adquisición de inventarios de materia prima para clientes que desempeñan actividades en el sector de servicios y de producción artesanal y, vía adquisición de inventarios de productos para la venta en el caso de clientes que desempeñan actividades en el sector comercio. Cuando los clientes acceden a préstamos más elevados, adquieren activos productivos. No es frecuente la inversión en vivienda y bienes de consumo familiar. También existen transgresiones en el uso del crédito como ser: pago de otras deudas, financiamiento de gastos familiares fijos, gastos fijos de la unidad económica y el pago de anticréticos.

5.9 CADENA DE IMPACTOS

En cuanto a las cadenas de impacto, una tendencia general es la siguiente:

45. Inversión del préstamo de ECO FUTURO en la actividad generadora de ingresos del cliente a través de la adquisición de capital de trabajo y/o la compra de activos productivos.

46. Esto produce mayores ventas y/o ganancias que generan mayores ingresos.
47. Las ganancias se reinvierten en el negocio.
48. Los clientes de ECO FUTURO elevan los ingresos de sus actividades económicas mediante la aplicación de las siguientes estrategias: a) Diversificación de ingresos con productos o servicios adicionales e incursión en nuevos mercados; b) Disminución de costos de inversión lograda por la compra de inventarios al por mayor y/o al contado; c) Incremento de la productividad de la actividad económica; d) El cambio a un negocio más rentable; e) El incremento del valor agregado de los productos ofrecidos y, f) Mayor competitividad.
49. Mejora el bienestar familiar del cliente a partir de una situación de escasez o de un bienestar ya ganado mediante: a) El incremento del ingreso familiar; b) El aumento del gasto familiar y, c) El ahorro destinado a la inversión en vivienda y/o bienes de consumo para el hogar.

50. Mejora en el ámbito personal del cliente:

En el caso de las clientas

- a) Mayor independencia económica por la generación autónoma de ingresos.
- b) Mayor conciencia de su aporte para el sustento de su hogar.
- c) Desarrollo de habilidades empresariales para llevar adelante su negocio.

En clientes varones y mujeres:

- a) Mayor autoconfianza en lugar de la inseguridad inicial frente a las obligaciones crediticias.
- b) Mayores niveles de ingreso personal.

5.10 IMPACTOS NO CONSIDERADOS

En cuanto a impactos de ECO FUTURO no considerados dentro las hipótesis de investigación planteadas, se verificaron varios impactos inesperados.

51. En la unidad económica del cliente:

- 1) Estabilización de ingresos y suavización de déficits temporales de ingresos.
- 2) Incremento de la productividad de la actividad económica del cliente.
- 3) Disminución de costos de inversión por compras al por mayor y/o al contado.
- 4) Posibilitar un cambio de actividad económica.
- 5) Posibilitar un cambio desde un negocio ambulante a uno fijo.
- 6) Creación y/o incremento del valor agregado.

7) Mayor competitividad.

52. En la unidad familiar del cliente:

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

53. Sobre el individuo:

- 1) Mayor autoestima por valoración de contribución a la unidad económica y familiar.
- 2) Mayor autoconfianza.
- 3) Mejora de las habilidades empresariales como resultado del crecimiento del negocio.

5.11 RECOMENDACIONES FINALES SOBRE EL USO DEL INFORME

El presente informe de impacto tiene el potencial de servir para los siguientes usos:

54. Instrumento de promoción institucional, diferenciado de los comúnmente utilizados por evidenciar indicadores de impactos de la institución sobre sus clientes, sus unidades económicas y sus hogares y, no sólo indicadores del desempeño institucional.
55. Instrumento para la toma de decisiones en el desarrollo de planes y estrategias institucionales, diferente de los comúnmente utilizados debido a que toma a los clientes como fuente primaria de información. El informe permite a la institución identificar si está cumplida su misión y objetivos. Ayuda a identificar áreas de impacto débil o fuerte. Proporciona datos sobre la satisfacción del cliente. Permite comprender mejor los cambios que generan nuevas demandas en los clientes.
56. Instrumento para la difusión entre todos los actores involucrados con la institución. El informe permitirá al personal institucional y a sus directivos conocer los resultados de su trabajo según los cambios en el nivel de vida de sus clientes. En los clientes, la difusión de este informe les permitirá identificarse y verificar que la participación en la institución genera mejores en las condiciones de vida. La difusión del informe a donantes, financiadores y/o accionistas de la institución permitirá conocer resultados del trabajo según la mirada de los propios clientes.

**ACTORES DEL SERVICIO DE
EVALUACIÓN DE IMPACTOS**

**EQUIPO DE TRABAJO DEL SERVICIO DE
EVALUACIÓN DE IMPACTOS**

Lic. Reynaldo Marconi
Ing. Irma Alaga Romero
Lic. Sonia Sapienza de Zapata
Lic. Gustavo Medeiros Urzoste
Ing. Mauricio Chamas
Miguel Clouse

**PRIMERAS ENTIDADES USUARIAS DEL
SERVICIO**

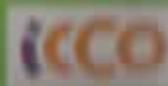
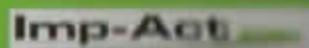
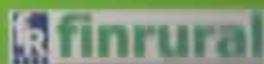
CRECER
DIACONIA PRIF
FADES
PRO MUJER
FFP FIE S.A.
FFP ECO FUTURO S.A.
CAC TRINIDAD Ltda.
CAC COMARAPA Ltda.

**ORGANISMOS PATROCINADORES DEL
SERVICIO**

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

ASESOR ACADÉMICO DEL SERVICIO

Profesor Paul Medley de la Universidad de Stafford
Reino Unido.
Miembro del Equipo de Asesoramiento del Programa
Imp-Act.



En el 2001, nace el Servicio de Evaluación de Impactos de FINRURAL a objeto de generar información que permita verificar de manera rigurosa y creíble el impacto que los programas de microfinanzas en la vida de sus clientes. Los productos ofertados son dos. El primero, un *"Informe de Evaluación de Impactos Individual"*, que permitiría conocer el impacto que el programa de microfinanzas de la entidad financiera evaluada está teniendo sobre su clientela. El segundo, un *"Informe de Impactos Agregados"* que permitiría establecer el impacto agregado de las entidades evaluadas en el marco del Servicio.

Bajo estas características, el Servicio inició formalmente operaciones en Marzo del 2002, contemplando como primeras entidades usuarias a las siguientes cuatro socias de FINRURAL: CRECER, FADES, PRO MUJER y DIACONIA-FRIF. En Abril del 2002, el Servicio amplió su cobertura hacia entidades no-socias de FINRURAL, incorporando a los FPPs FIE y ECO FUTURO S.A. En Julio del 2002, se amplió también la variedad de entidades financieras usuarias del Servicio con la incorporación de las Cooperativas de Ahorro y Crédito TRINIDAD y COMARAPA.

En el primer semestre del 2003, FINRURAL presentó a estas ocho entidades el primer producto del Servicio, es decir, el informe final de la evaluación de impactos de sus respectivos programas de microfinanzas. Asimismo, FINRURAL realizó presentaciones orales de los resultados de estos informes al personal y al directorio de cada entidad. También se generó el informe de los impactos agregados de las ocho entidades, el cual fue presentado a varios actores de la industria de las microfinanzas en el marco de un Taller *Servicios de Evaluación de Impactos y sus Resultados*, realizado en el mes de Abril.

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

