

Impacto en el hogar

Las hipótesis de la evaluación plantean que el crédito incrementa el ingreso del hogar y su capacidad de gasto, lleva a incrementar los activos del hogar y, en general, a mejorar el bienestar de los miembros (Tabla 1). En general, se trata de hogares con situaciones en flujo y una visión optimista –sus percepciones positivas tienden, en general, a superar a las negativas—. La mitad de los beneficiarios del PSFRSN considera que el crédito ha contribuido positivamente a su economía familiar. Existen, además, indicios de impacto positivo del crédito en el ingreso y activos del hogar, en particular en el caso de la clientela del Banco Solidario. En el caso de la clientela de FINANCOOP el efecto no está claro si bien comparten la visión optimista de toda la muestra de clientes.



Banco Solidario. El ingreso familiar, los gastos en artículos de consumo durables, la compra de animales menores y la escolarización de los hijos se vieron afectados en forma positiva. Los tres indicadores están asociados positivamente con la antigüedad en el PSFRS cuando se controla por la situación previa al primer crédito y otros factores concurrentes a su participación. Adicionalmente, el cambio percibido de los ingresos desde la obtención del primer crédito también muestra una asociación estadística positiva con el tiempo de participación en el programa y el número de operaciones de crédito. El número de beneficiarios que aprecian un aumento supera a aquellos que consideran que han sufrido una disminución y cerca de la mitad de quienes declaran un aumento de los ingresos aducen razones imputables al crédito.



FINANCOOP. Si bien existe la percepción de que el crédito ha contribuido a mejorar la economía familiar y muchos (principalmente los clientes más recientes) asocian explícitamente el crédito con el aumento de sus ingresos, en conjunto no existe una relación estadísticamente significativa entre la experiencia de crédito y los ingresos del hogar o las percepciones de mejoramiento. En lo positivo, la compra de animales menores está asociada al tiempo de participación en el programa.

El grupo de clientes más antiguos de FINANCOOP da muestras de problemas años que han afectado a la economía familiar en los últimos y, probablemente, han neutralizado los posibles efectos positivos del crédito. Muchos (42%) perciben una reducción de sus ingresos y han sufrido momentos de escasez (60%) o emigración de miembros en busca de trabajo (28%).

En general. No está claro el efecto del crédito en asegurar un flujo adecuado de gastos y mejorar el consumo para los miembros del hogar. A pesar del crédito, la incidencia de momentos de escasez de dinero que afectan la seguridad alimentaria del hogar es alta y aparece en todos los grupos de beneficiarios. Si bien hay indicios de mayor consumo de alimentos en los clientes de las dos instituciones, el gasto en ropa y recreación muestra una tendencia a disminuir en todos los grupos de clientes. Por otro lado, la compra de tierras y la capacidad de ahorro no muestran una asociación con el tiempo de participación en el programa. Sin embargo, es destacable que cerca del 10% de los clientes ha adquirido y que la tercera parte de los beneficiarios practica el ahorro.

Tabla 1. Impacto del crédito en la economía y bienestar del hogar

Ámbito	Hipótesis de impacto	Indicadores de cambio	Resultados (asociación con antigüedad en el programa)	
			Banco Solidario	FINANCOOP
Ingresos	1. Incremento del ingreso familiar	1. Ingreso como función del crédito	+ (*)	
		2. Cambio percibido en el ingreso familiar	+ (*)	
		3. Razones del cambio en el ingreso	+	+
		4. Capacidad de ahorro		
		5. Contribución percibida del crédito a la situación económica	+	+
Gastos	2. Incremento del gasto familiar	1. Momentos de escasez por falta de dinero		
Activos	3. Aumento en activos familiares	1. Compra de bienes para el hogar	+ (*)	
		2. Compra de tierras		
		3. Compra de animales menores	+	+
Bienestar	4. Mejora en el bienestar o condiciones de vida	1. Emigración de miembros del hogar		-
		2. Mejora de la vivienda		+ (*) a
		3. Asistencia escolar de los hijos	+ (*)	
		4. Cambio en gastos en alimentos, ropa y distracción		

+ (*) Asociación estadísticamente significativa con la antigüedad en el programa luego de controlar situación previa y factores concurrentes.

+ La percepción favorable o el cambio es generalizado en todos los beneficiarios.

a. Asociación con el monto del último crédito vigente.

-Impacto en las actividades productivas

Un segundo objetivo de la encuesta fue identificar los cambios ocurridos en la operación de los negocios del hogar luego de la obtención del crédito. La hipótesis es que la participación en programas de microcrédito aumenta el flujo de recursos y la acumulación de activos productivos y promueve el crecimiento y formalización de los negocios (Tabla 2).



Se trata de una población dinámica que se encuentra en proceso de ampliar su base productiva. Por ejemplo, desde que se vincularon al Programa, la tercer parte de los hogares que se dedican a la agricultura han incrementado la superficie de producción y el 10% de toda la clientela ha iniciado un nuevo negocio. Sin embargo, en general, los hallazgos de impacto en el ámbito de las actividades productivas fueron más débiles que en el ámbito del hogar.



Flujo de efectivo. Si bien hay evidencia de cambios positivos en el flujo de recursos –por ejemplo, el incremento de la superficie cultivada o el hecho de que la mitad de los beneficiarios del Programa percibe que la ganancia en sus actividades productivas ha mejorado desde que comenzó a recibir crédito–, estos cambios no aparecen vinculados al tiempo de los beneficios.

Activos productivos. Muchos clientes de las dos instituciones financieras han invertido en activos productivos: compra de equipos, ampliación de locales o edificaciones, vehículo y ganado vacuno. Entre los clientes del BS, las compras de vehículos y ganado vacuno están positivamente asociadas a la participación en el programa y, entre los clientes de FINANCOOP, la adquisición de vehículos está asociada al monto del crédito. Sin embargo, no se observan indicios de vinculación entre la participación en el programa (tiempo y número de operaciones) y la adquisición de equipos y maquinaria y la construcción de locales.



Desarrollo empresarial. Una proporción importante de los clientes de ambas instituciones percibe cambios importantes en el funcionamiento de su negocio: mejoramiento de la calidad de productos y servicios (63%), ampliación de la clientela (50%) y diversificación de lugares de venta (40%).



Los negocios son mayoritariamente informales. La gran mayoría no lleva contabilidad o registros (78%). Hay, sin embargo, indicios de mayor rigurosidad en el manejo de los negocios. El 40% de los beneficiarios separa las cuentas del hogar y el negocio, empero, es un indicio de cambios hacia mayor rigurosidad en el manejo. En general, los beneficiarios de FINANCOOP muestran menor desarrollo empresarial que los clientes del BS. Pero no se observa diferencias en estas prácticas entre clientes nuevos y antiguos de las dos instituciones.

En general, la relación entre las tendencias de desarrollo empresarial y la antigüedad en el Programa es débil. Solo entre la clientela del Banco Solidario se encontró que la tenencia de registro tributario, la ampliación de clientes y la diversificación de mercados están asociados positivamente con la experiencia de crédito.

Tabla 2. Impacto del crédito en las actividades productivas

Ámbito	Hipótesis de impacto	Indicadores de cambio	Resultados (asociación con antigüedad en el programa)	
			Banco Solidario	FINANCOOP
Desarrollo financiero	1. Aumento del flujo de efectivo	1. Cambio en superficie en producción	+	+
		2. Cambio percibido en la ganancia	+	+
		3. Inicio de nuevo negocio		
Recursos productivos	2. Aumento de activos productivos	1. Compra de herramientas y maquinaria		
		2. Construcción o ampliación de locales		
		3. Compra de vehículos	+ (*)	+ (*) a
		4. Compra de ganado vacuno	+ (*)	
Desarrollo empresarial	3. Crecimiento y formalización de la actividad productiva	1. Prácticas contables		
		2. Separación de cuentas del hogar y negocio		
		3. Tenencia de RUC	+ (*)	
		4. Generación de puestos de trabajo		
		5. Ampliación o mejora a la actividad		
		6. Mejora calidad de productos	+	+
		7. Ampliación de clientes	+	
		8. Diversificación de mercados	+	

+ (*) Asociación estadísticamente significativa con la antigüedad en el programa luego de controlar situación previa y factores concurrentes.

+ La percepción favorable o el cambio es generalizado en todos los beneficiarios.

a. Asociación con el monto del último crédito vigente.

-Efecto en el cliente y sus relaciones con la entidad financiera

La tercera dimensión de la indagación se refirió a la relación entre el cliente y las instituciones financieras: el uso del crédito, la satisfacción con los servicios y las necesidades de servicios adicionales (Tabla 3). El comportamiento y percepciones de los clientes de las dos instituciones financieras son muy similares y, en general, no está relacionado al tiempo de participación en el programa.

La gran mayoría de beneficiarios ha destinado el crédito a sus actividades productivas (82%). El 10% lo destinó a gastos corrientes o emergentes del hogar y un grupo menor (especialmente clientes recientes del BS) lo han destinado a vivienda (7%). Los principales rubros de gasto en los negocios son la compra de insumos y mercadería para venta, gastos generales de operación y compra de activos. Debe destacarse que la quinta parte de los prestatarios usó el crédito para la compra de animales y el 4% para la compra de tierras.

La tercera parte de los beneficiarios ahorra actualmente. Este ahorro se realiza principalmente en entidades financieras – principalmente cooperativas de ahorro y crédito y bancos—. En los clientes del BS, se observa una tendencia al aumento del ahorro en entidades financieras con el tiempo de participación en el Programa.

La satisfacción con la experiencia de crédito es alta. Existe una amplia percepción de que el crédito ha contribuido a desarrollar las actividades productivas: la mitad de los beneficiarios del PSFRSN considera que el crédito ha contribuido significativamente al funcionamiento de sus negocios y otro 40% ve contribuciones limitadas. En el caso de los clientes del BS, esta apreciación aumenta con el tiempo de vinculación al Programa.

La mayoría de beneficiarios se encuentra satisfecha con el desempeño de las dos instituciones. Valoran de manera especial la agilidad en los trámites (82%). Otros aspectos vistos como positivos son el trato que reciben (27%), los

requisitos fáciles (24%) y la oportunidad (22%). La evaluación de los clientes del BS no muestra cambios con el tiempo de participación. En contraste, la evaluación de los clientes de FINANCOOP evidencia el cambio de sus políticas. Recientemente se reconoce más la agilidad en sus operaciones: por ejemplo, el 82% de los clientes recientes valora la agilidad en comparación con el 62% de los clientes más antiguos. Otro aspecto que muestra señales positivas es la cercanía de las agencias.

El ahorro obligatorio es el aspecto que más insatisfacción genera –el 54% lo menciona—.

Para los clientes antiguos, la tasa de interés es otro factor negativo. Los clientes recientes en cambio, observan los montos que reciben.

Finalmente, el crédito para vivienda (40%) y para emergencias (21%) encabeza la lista de necesidades de servicios adicionales. Otro grupo de servicios deseados se refiere a la seguridad y salud (seguros de vida y médico, atención médica y farmacia).

Tabla 3. Modelo de análisis de los efectos en el cliente y su relación con la entidad financiera

Ámbito de impacto	Hipótesis / impacto	Indicadores
Uso de recursos	1. Inversión del crédito en actividades productivas	1. Uso del crédito
Ahorro	2. Incremento en el ahorro	1. Capacidad de ahorro 2. Ahorro en instituciones financieras
Satisfacción	3. El programa satisface las necesidades del cliente	1. Contribución percibida del crédito a la actividad productiva 2. Evaluación de la institución financiera 3. Aspectos de satisfacción 4. Aspectos de insatisfacción 5. Necesidades adicionales