

Grupo de Trabajo de Resultados de los Clientes
Resumen de la Sesión 11: La experiencia de Women’s World Banking
Seminario en línea: Mayo de 2016
Presentadora: Jaclyn Berfond, Especialista en Investigación, M&E

Con sede en Nueva York, Women’s World Banking trabaja con 40 proveedores de servicios financieros (PSF) en 29 países. Por más de 35 años, Women’s World Banking ha proporcionado asistencia técnica (AT) en el desarrollo de productos de crédito, ahorros y seguros para suplir las necesidades de las mujeres de bajos ingresos. La investigación es una parte en crecimiento del trabajo de Women’s World Banking, a medida que buscan demostrar el beneficio de invertir en las mujeres como clientes y líderes.

Tres enfoques amplios: El seminario en línea se enfocó en tres enfoques a la evaluación de resultados de los clientes que Women’s World Banking ha explorado con sus socios, tales como:

1 Datos de gestión institucional	Utilizando operaciones y datos existentes.
2 Investigación adicional	Metodología personalizada para responder preguntas
3 Métodos mixtos	Apalancar los datos nuevos y los existentes para informar una visión más amplia de los resultados de los clientes

Uno puede pensar en el uso de los datos de gestión institucional como “impulsados por el proceso”—usando datos ya recopilados como parte de las operaciones de rutina. La investigación adicional es más “impulsada por el propósito”—para recopilar los datos que usted necesita.

- Cualquiera que sea el método utilizado
- Hay un requisito de inversión – recursos, destrezas, tiempo
 - Es importante agilizar, enfocarse en preguntas clave de investigación
 - Asegurar que los hallazgos tengan valor para el PSF.

Cada enfoque tiene sus beneficios – pero también desafíos

El **enfoque de datos de gestión institucional** tiene el beneficio de apalancar los datos existentes de los clientes. La recopilación y captura de los datos puede integrarse a las operaciones actuales y representa una inversión relativamente baja.

Sin embargo, los desafíos – y los costos asociados se relacionan con:
 -Recopilación de datos – Enfoque en la calidad, en lugar de la cantidad, de datos. Los puntos de datos deben ser estratégicos: Piense en los usos del negocio y también qué datos necesita conocer sobre su cliente para propósitos de resultados u otros. Los datos

fuera de los campos tradicionales pueden ser vistos como no esenciales. Aunque es relativamente fácil agregar campos a una solicitud de préstamo o formulario de apertura de cuenta, hay implicaciones para los procesos de datos y los sistemas (capacitar al personal, agregar al SIG). Sin embargo, el agregar campos particulares puede ser muy beneficioso cuando ayuda a informar el análisis y a responder preguntas clave. Como ejemplo, el socio de Women's World Banking en Malawi encontró que era útil agregar una pregunta sobre si el cliente ya tenía cuenta bancaria.

Hay diferencias claras entre los préstamos grupales y los individuales en lo que respecta a los datos. Los PSF que tienen una metodología de préstamos individual toman decisiones de crédito sobre la base de un análisis detallado del flujo de caja del negocio del cliente. Esto les permite obtener información bastante detallada sobre ingresos y activos por medio de su proceso de solicitud de préstamo. En los préstamos grupales, este tipo de información no se recopila normalmente; sin embargo, hay oportunidades de recopilar otros tipos de datos socio-demográficos.

-Calidad de los datos – esto requiere políticas y procedimientos para el ingreso de datos y una capacitación cuidadosa del personal con capacitación continua, incluyendo cómo hacer preguntas, definiciones de datos y cómo se usarán los datos.

-Archivo de datos – Los PSF pueden no almacenar los datos recopilados y pueden faltarles la capacidad de los sistemas para hacerlo – sobrescribiendo los datos de los clientes con ciclos subsiguientes de préstamos. Esto hace imposible rastrear el cambio con el tiempo.

-Análisis – Es importante el análisis de datos para informar la toma de decisiones. Pueden existir usos múltiples para el análisis de datos. Por ejemplo, el capturar datos sobre el número y niveles de educación de los niños puede usarse para evaluar el mercado para productos de ahorro para jóvenes, así como para comprender los resultados para las familias.

Investigación adicional – cuantitativa y cualitativa – tiene el beneficio de proporcionar una revisión amplia de los resultados y puede incluir una variedad de preguntas.

Los desafíos yacen en:

-Consideraciones de costos – Si la recopilación de datos no se integra dentro de las operaciones, entonces hay costos en el uso de recursos internos (departamento de investigación) o en contratar a una agencia externa.

-Capacidad institucional – Algunos PSF tienen un equipo de investigación, pero muchos no. Aun cuando una parte externa realiza esta actividad, es importante para los PSF guiar el desarrollo de las preguntas de investigación y proporcionar insumos en todo el proceso para asegurarse de que los hallazgos sean útiles. Así que se necesita la capacidad relevante dentro del PSF.

-Metodología de investigación – Es importante ser abierto acerca de la metodología, siempre que se alinea con lo que desea medir. Sin embargo, es importante pensar en:

-La interacción con el cliente – ¿Cuál es el momento y el lugar adecuado para hacer preguntas? ¿Quién está en el mejor lugar para preguntar – el equipo de investigación, el centro de llamadas, el personal de campo o un equipo externo?

-Muestreo – Esto no tiene que ser representativo de toda la base de clientes: puede limitarse a un área en particular y seguir siendo significativa—siempre que usted esté claro sobre la población a la que se aplican los hallazgos.

-Atribución – Mientras que estamos viendo los resultados como una “correlación plausible”, Women’s World Banking también está explorando maneras para comprender la causalidad, cuándo y si puede ser apropiada.

-Calidad de los datos – De manera similar a los datos de gestión institucional, la calidad de los datos también puede ser un desafío en la investigación separada: ¿Cómo asegurar que las respuestas de los clientes están correctas – recuerda el cliente correctamente? ¿Está pensando en el mismo período de tiempo? ¿Prefiere decir lo que piensa que se espera? Hemos visto una falta de correspondencia, por ejemplo, entre las respuestas de los clientes acerca de los ahorros y los datos reales de las transacciones.

El enfoque de **métodos mixtos** apalanca la información existente y complementa la información con una carga mínima sobre la institución.

Un ejemplo reciente de esto es la investigación realizada por Women’s World Banking con su socio Microfund for Women (MFW) en Jordania. El propósito era evaluar los beneficios del esquema de beneficios hospitalarios en efectivo introducido por MFW. Después de cinco años, ¿cuáles habían sido los efectos en términos de retención de los clientes y comportamiento de crédito y quejas de seguros? A nivel del cliente, ¿había afectado el producto las vulnerabilidades financieras relacionadas con la hospitalización o? ¿Hubo algún efecto empoderador para las mujeres?

Los datos de transacciones sobre los préstamos y las quejas fueron complementados por un pequeño número de grupos focales cualitativos y entrevistas para explorar los patrones de toma de decisiones y experiencia con el producto.

Women’s World Banking y Microfund for Women estarán presentando esto como un caso de estudio durante la reunión anual de SPTF en Marrakech. Espere más detalles al respecto.

Lecciones clave

En la experiencia de Women’s World Banking con sus socios, la gestión eficaz de los resultados de los clientes requiere:

-La aceptación de la gerencia: El compromiso desde arriba, informado por un propósito claro para el uso de los datos, lo cual asegurará la inversión requerida. También necesita haber participación en toda la institución (potencialmente por medio de la identificación de líderes de análisis de datos) y estructuras que apoyen una cultura de aprendizaje.

- Claridad sobre el propósito de la investigación: Definir las preguntas de investigación desde el principio y asegurar que los datos relevantes sean recopilados para responder a estas preguntas e informar la toma de decisiones institucional.
- Metodología complementaria: Decidida sobre la base de las preguntas de investigación, con potencial para alianzas técnicas.

Los PSF pueden utilizar los hallazgos de los resultados para:

- Gestionar el desempeño de doble propósito: Los PSF tienen una clara comprensión del desempeño financiero, sin embargo, el desempeño social está menos claro. La medición de los resultados permite a los PSF comprender cómo se benefician los clientes con los servicios, lo cual potencialmente lleva a preguntas para mayor investigación y análisis.
- Innovación: Los resultados nos dicen cómo experimentan actualmente los clientes nuestros servicios y permiten la innovación en productos, servicios y canales de entrega para mejorar la experiencia.
- Involucramiento con actores clave externos – Al apropiarse de la medición de los resultados los PSF pueden definir qué significa el éxito y compartir con los actores clave, como los inversionistas y los donantes (en lugar de hacerlo al revés).

**Un aspecto fundamental para el uso de los datos de resultados:
¿Está abierto el PSF a respuestas o hallazgos que no sean positivos?**

Una palabra de advertencia:

Hay una tendencia natural a buscar resultados que reflejen lo que deseamos ver o solo presentar los resultados que deseamos demostrar.

Discusión

-Es muy relevante para los PSF usar los datos existentes que poseen, añadiendo unos cuantos puntos/indicadores. Esto puede apoyar un sistema muy robusto para la medición de resultados.

-Las decisiones de resultados también deben ser decisiones de negocios: Tiene que haber un ciclo de retroalimentación para los datos de resultados, para que puedan usarse para mejorar los resultados – por medio del desarrollo de productos o cambios en la entrega del servicio.

-Los hallazgos de resultados pueden usarse como una herramienta de mercadeo – para dirigirse a nuevos clientes e inspirarlos con los ejemplos.

-Compartir experiencias – el uso de la investigación rápida junto con datos de transacciones para evaluar los diferentes enfoques o técnicas de mensajes, p.ej. formas de motivar los ahorros. (Esto es investigación a corto plazo para influenciar el uso de los servicios financieros; por lo tanto, es algo diferente de evaluar los resultados / beneficios – de usar los servicios financieros).

-¿Hay alguna experiencia de compartir información de resultados con los clientes? ¿Usando esta información para informar de regreso los logros y los problemas para las personas clave involucradas? [Grupo de Trabajo de Resultados – estamos viendo algunos ejemplos – como una carta a los clientes (por parte de IDEPRO Bolivia—refiérase a su estudio de caso)]. Y el ejemplo de Poverty Spotlight, desarrollado por la Fundación Paraguay en el contexto de microfinanzas y que ahora se está aplicando en otros sectores también.

(http://fundacionparaguaya.org.py/?page_id=490)

-¿Será que la medición de los resultados lleva a la fatiga de investigación entre los clientes? El usar los datos operativos reduce los puntos de contacto con los clientes. Para cualquier investigación, limite las visitas recurrentes a los mismos clientes, para evitar la fatiga de investigación y evitar que haya sesgo en las respuestas. Sin embargo, siempre hay personas que no están dispuestas a ser entrevistadas—esto debe respetarse. Y uno tiene que respetar el tiempo de los clientes, mantener las entrevistas cortas, rápidas y enfocadas.

*El grupo de trabajo está abierto a todas las partes interesadas:
Profesionales, redes, proveedores de AT, inversionistas, investigadores, especialistas en la
materia – académicos
Contáctenos para compartir su experiencia y puntos de vista: info@sptf.info*