

NOTAS DE LA REUNION ANUAL SPTF 2014 —DIA 2, 5 de Junio**Sesión: Datos de resultados: Midiendo y Comunicando los Resultados de Su Trabajo.**

Panelistas: Laura Foose (SPTF); Ximena Escobar de Nogales (Bamboo Finance); JD Bergeron (Truelift); Geert Jan Schuite (Enclude)

Distintos grupos de actores de las microfinanzas han expresado interés en el área de comunicación de resultados. Los inversores están particularmente interesados en tener acceso a información que demuestre cambios en las vidas de los clientes. Comparan los resultados positivos que ven en microfinanzas con los de otros sectores, tales como acceso a vivienda, acceso a planes de salud, agricultura sustentable, etc. A fin de retener inversores de impacto, la industria debe poder producir y reportar resultados de su trabajo.

Los reguladores también están interesados en el desempeño social, pero hay un cierto nivel de escepticismo que cuestiona la eficacia de las microfinanzas en alcanzar los resultados que los reguladores buscan. La mejor forma de responder a este escepticismo es proveer información confiable y creíble. Además, el contar con información acerca de resultados en la vida de los clientes permitirá el diseño de regulación que ayude a la eficiencia de la industria.

Por ultimo, la razón mas importante. El objetivo fundamental de las organizaciones con una misión social es crear beneficios para sus clientes. Por lo tanto necesitamos datos de resultados para nosotros mismos, para poder saber si realmente estamos beneficiando a nuestros clientes.

Las 10 lecciones aprendidas de mayor relevancia:

- 1- Los ensayos de control aleatorios no son la solución absoluta – pueden proveer información interesante pero es posible evaluar impacto sin ellos.
- 2- La información recolectada en cuanto a cambios debe cumplir con los siguientes 4 criterios: asequibilidad, simplicidad de colección, credibilidad, y relevancia. De acuerdo a Triple Jump es posible obtener información de impacto valiosa de bases de datos de monitoreo existentes.
- 3- Pedir a los empleados su opinión – ellos ven en forma directa los cambios en las vidas de los clientes
- 4- Utilizar múltiples herramientas para medir cambios – la pobreza es multidimensional y no hay una única herramienta que pueda proveer un pantallazo completo
- 5- La propia percepción es una herramienta valiosa
- 6- Analizar cambios por segmento de cliente (no promedios)

- 7- Utilizar cambios tanto para probar como para mejorar – no tomar la información como el paso final sino como paso para seguir mejorando.
- 8- El monitoreo de cambios tiene un efecto positivo en la satisfacción del personal – los resultados positivos son un factor de motivación
- 9- Reportar en forma honesta – resultados 100% positivos no son creíbles
- 10- Educar a los actores externos – principalmente en cuanto a que tipos de cambios son realistas y en que tiempos

Interés de los inversores en cambios

Resultados vs. Cambios (Presentación de Ximena Escobar de Nogales, Bamboo Finance)

Un crédito puede o no reducir pobreza. El resultado final depende del producto, su calidad, términos, mecanismo de distribución, y uso final por parte del cliente. Cuando pensamos en que funciona y que no funciona, hay que tener en cuenta que otros servicios deben acompañar el crédito para asegurarnos que el crédito se utilice de la mejor forma posible.

Estudios realizados hasta hoy indican que la probabilidad de un que crédito contribuya a la reducción de la pobreza depende de varias variables, algunas mas controlables que otras. Lo que necesitamos como industria es tener mas honestidad en publicidad. Cual es el mensaje de la industria? Aliviar la pobreza? Acceso a finanzas? Es necesario ser honestos en la publicidad y fieles a la evidencia existente, tanto como con los clientes, inversores y reguladores.

Desde la perspectiva de inversor, queremos mas información de cambios y resultados. Es nuestra responsabilidad comunicar estos datos de manera publica. Hay pocos indicadores con los que nos sentimos realmente cómodos ya que muchas veces no sabemos como medir los resultados. Debemos sobrellevar esta complejidad y definir como podemos medir los cambios en la vida de los clientes.

Ejemplo 1: Reportando datos de pobreza

Las Microfinanzas Pueden y Alcanzan a los Hogares Mas Pobres (Presentación por JD Bergeron, Truelift)

El problema esta claro: nos complicamos demasiado en los conceptos de definición de pobreza, que herramientas podemos utilizar, si las estamos utilizando correctamente, etc. A veces se hace lo contrario, se simplifica en demasía. El antiguo estándar de \$1.25 sabemos que no describe fielmente a todas las personas pobres. Muchas veces tememos no tener información creíble.

Que hacer entonces? Mantener un enfoque simple!

- Principios Pro-poor
- Definir la pobreza teniendo en cuenta el contexto
- Definir indicadores simples en cuanto al cambio en la vida de los clientes. Se deben usar varias herramientas para poder tener una visión completa de los resultados y cambios.

Truelift ha desarrollado una herramienta de auto evaluación. Esta tiene una definición simple y clara de enfoque a la pobreza. La pobreza la define como “el ~40% inferior”. Esta herramienta es una hoja de ruta, para dar ideas de practicas a mejorar con el tiempo. Es importante no solo reconocer el éxito de las IMF que mas se acercan a los pobres sino también encontrar organizaciones que están en camino a hacer grandes cambios (Ej. en Camerún). Reconocer el progreso. Hay muchas organizaciones haciendo cosas muy buenas y merecen nuestro reconocimiento.

El SPTF y Trulift han lanzado una comunidad de aprendizaje para que compartamos información y nos podamos ayudar unos a otros en cuanto la medición y el reporte del progreso.

Una organización para resaltar es SEF (Small Enterprise Foundation) en Sud Africa. Esta utilizando el PPI (vs. su propio sistema de monitoreo) ya que este puede ser auditado. La organización junta datos en forma razonable y asequible y esta comprometida a compartir los resultados en forma externa.

Ejemplo 2: Reportando en cuanto a desempeño verde

Reportando el desempeño verde (Presentación de Geert Geert Jan Schuite, Enclude)

Las IF cada vez están mas alertas de productos y servicios verdes y comienzan a entender sus responsabilidades medioambientales.

- Todavía son pocas las IF que reportan en cuanto a su desempeño verde, las que lo hacen suelen ser las mas grandes (ej MiBanco, Acleda Bank).
- Algunos inversores están comenzando a pedir información medioambiental (ej IFC) están pidiendo infamación medioambiental.
- El SPI4 contiene 23 indicadores verdes (3 de ellos pueden considerarse como indicadores de cambios).
- Algunos ejemplos de organizaciones a resaltar son Fondesurco Peru (tratando de medir las emisiones de CO2), Camide Mali (con cada crédito entregado se planta un árbol para ayudar a las familias mas pobres a estar alerta al concepto del medioambiente), CUKK Indonesia (tratando de ayudar a los agricultores con servicios y prestamos para que no vendan sus plantaciones a grupos con técnicas agresivas en los cultivos), Pro Credit.

Hivos ha desarrollado la guía GPA – Green Performance Agenda. Esta menciona las distintas herramientas disponibles así como varios casos prácticos.

La guía esta disponible en la pagina web del SPTF.