

**RESULTADOS DE
ENCUESTAS
COVID-19**

Julio de 2021



**Cientes del sector de microfinanzas
ante la crisis de la COVID-19:
De las lecciones a la acción de las IMF**

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO 3

INTRODUCCIÓN 4

METODOLOGÍA..... 5

EL EFECTO DE LA CRISIS SOBRE LOS INGRESOS POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL 7

EL IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS HOGARES 10

EL IMPACTO DE LA CRISIS EN LA SEGURIDAD ALIMENTARIA..... 13

LAS CRISIS LLEVÓ A LOS CLIENTES DE LAS IMF A ADOPTAR DIVERSAS ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN 16

COMPRENDER LAS DIFICULTADES PARA PROPONER SOLUCIONES 19

CONCLUSIONES 20

RESUMEN EJECUTIVO

En 2020 la pandemia de la COVID-19 afectó gravemente a la economía mundial y puso especialmente en riesgo a las poblaciones vulnerables. Desde el inicio de la crisis los actores de las finanzas inclusivas, de acuerdo con su misión tanto económica como social, sintieron la necesidad de entender la situación de los clientes de las instituciones de microfinanzas (IMF): ¿Cuáles segmentos fueron los más afectados por la crisis? ¿Cómo reaccionan los clientes ante esta situación? ¿Qué medidas toman para adaptarse a la crisis? ¿Qué soluciones podrían aportar las IMF para apoyarlos?

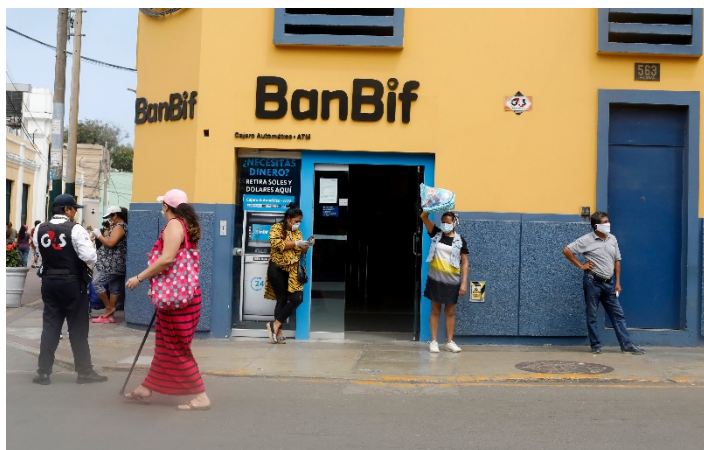
Para conocer más sobre la situación, el Social Performance Task Force (SPTF - Grupo de Trabajo en Desempeño Social) lanzó una iniciativa sectorial para encuestar a los clientes de las IMF. Con el fin de contribuir con esta iniciativa, ADA brindó apoyo a sus IMF y a las redes de IMF asociadas. En total, ADA ayudó a realizar encuestas en siete países del Sureste de Asia, África Subsahariana y Centroamérica durante 2020: Bután, Birmania, Ruanda, Senegal, Togo, Cabo Verde y El Salvador. El objetivo de estas encuestas no era solo lograr una visión clara de la situación, sino también informar y actuar.

En los resultados se evidencia que la crisis perjudicó a las actividades generadoras de ingresos de los clientes de las IMF: para la mayoría los ingresos disminuyeron y, en consecuencia, se deterioró la situación financiera de sus hogares. Esto se dio especialmente durante los períodos en que las medidas fueron más estrictas y, con mayor intensidad, en las áreas urbanas. Además, la pandemia generó una crisis de inseguridad alimentaria para los clientes de las IMF: muchos redujeron su consumo de alimentos de mayor aporte nutricional y la cantidad de comidas por día. Para hacer frente a la disminución o pérdida de ingresos, la mayor parte de los clientes recurrió, en primera instancia, a sus ahorros; las estrategias de adaptación riesgosas en el largo plazo, como vender bienes, fueron las menos utilizadas.

Teniendo en cuenta estos resultados, las IMF implementaron medidas concretas para satisfacer las necesidades de la población. Por ejemplo, distribuyeron kits con elementos sanitarios o paquetes de alimentos, y ampliaron los plazos para los pagos, entre otras. En el largo plazo, muchas de las IMF planean ampliar su oferta de productos de captación de ahorros, ya que demostraron ser una medida eficaz para aumentar la resiliencia de los clientes frente a los impactos. En algunos países se compartieron estos resultados con los organismos reguladores para nutrir el diálogo y fomentar la implementación de medidas adecuadas de apoyo al sector. Mantenerse atentos a las necesidades para brindar soluciones pertinentes: así se hacen presentes los actores del sector en estos tiempos de crisis.

INTRODUCCIÓN

Durante el primer trimestre de 2020 la pandemia de la COVID-19 se propagó por el mundo entero; fue evidente, casi de inmediato, que este impacto no se restringiría al ámbito de la salud pública. Las restricciones impuestas por la mayoría de los gobiernos para intentar detener la propagación del virus generaron, inevitablemente, consecuencias severas para las economías nacionales y pusieron en peligro a las más vulnerables. En este contexto, ADA respaldó a sus socios —instituciones de microfinanzas (IMF) o redes de IMF— en la realización de encuestas a sus clientes. El objetivo principal de estas encuestas era tener una idea más clara sobre los efectos de la crisis en sus operaciones, lo que permitiría a las IMF anticipar las consecuencias financieras en los distintos segmentos de sus carteras. Además, las ayudaría a identificar sus necesidades a corto plazo, los nuevos productos o servicios que podrían crear, y nuevos segmentos a los cuales atender. Estas encuestas forman parte de una iniciativa sectorial promovida por la SPTF, junto con Finca y 60 Decibels, para recopilar datos uniformes mediante un cuestionario único. La intención era compartir los resultados globales con todo el sector para comprender mejor la situación y tomar decisiones informadas.



En este artículo se presentan los resultados más relevantes de las encuestas coordinadas por ADA y sus socios en siete países, ubicados en tres grandes regiones del mundo¹:

- África Subsahariana: Cabo Verde, Ruanda, Senegal y Togo².
- Sureste de Asia: Bután y Birmania.
- Centroamérica: El Salvador.

En este resumen buscamos poner de manifiesto el impacto de la crisis sanitaria sobre los ingresos de los clientes por sus actividades principales, la situación financiera de sus hogares y su seguridad alimentaria. Además, exponemos las estrategias de adaptación que implementaron ante la crisis.

Con estos resultados, las IMF no solo obtuvieron un mejor conocimiento de la situación, sino que pudieron adoptar medidas concretas para satisfacer las necesidades urgentes que planteó la crisis, y planificar el desarrollo de nuevos productos o servicios para cubrir necesidades más estructurales. En la última sección se muestran estos distintos niveles de uso de los resultados.

¹ Las IMF son las siguientes: Citi Coop, OMCV, Famipicos, Solmi, ASDIS, Soldifogo (Cabo Verde); UFC (Ruanda); U-IMCEC (Senegal); Assilassimé (Togo); BAOWE (Bután); Thitsar Ooyin (Birmania); Crédito AMC, ASEI, CREDICAMPO, CrediManá, Créditos A&C, FOMENTA y FUSAI et Padecoms Crédito (El Salvador).

² Las encuestas a los clientes de las IMF de Togo, Senegal y Ruanda fueron coordinadas por 60 Decibels y cofinanciadas por la SPTF. En Togo las encuestas a los clientes también fueron cofinanciadas por la Fundación Grameen Crédit Agricole, KIVA y SIDI.

METODOLOGÍA

Se encuestó a los clientes mediante entrevistas realizadas por teléfono o en persona; la muestra de los clientes es representativa de cada IMF. Entre julio y noviembre de 2020 se efectuaron tres rondas de encuestas a grupos de clientes diferentes en Ruanda, Senegal y Togo. Debido a que las tres rondas arrojaron resultados muy similares, se analizaron de manera agregada. En El Salvador se realizaron dos rondas de encuestas durante dos períodos muy marcados (agosto y septiembre, y diciembre de 2020). Sus resultados se analizaron por separado. En Bután, Cabo Verde y Birmania solo se realizó una ronda de encuestas entre septiembre de 2020 y enero de 2021. El tamaño total de la muestra es de 675 personas en Cabo Verde, 630 en Ruanda, 631 en Senegal, 630 en Togo, 1139 en Bután, 1040 en Birmania, y 395 (1.ª ronda) y 336 (2.ª ronda) en El Salvador.

En cada país la recolección de datos se llevó a cabo en distintos períodos de 2020, que estuvieron marcados por diversos niveles de medidas de restricción impuestas por los gobiernos. En el Gráfico 1 se ponen en perspectiva los distintos contextos, lo que ayuda a ilustrar la evolución del índice de intensidad de las medidas sanitarias relacionadas con la COVID-19³.

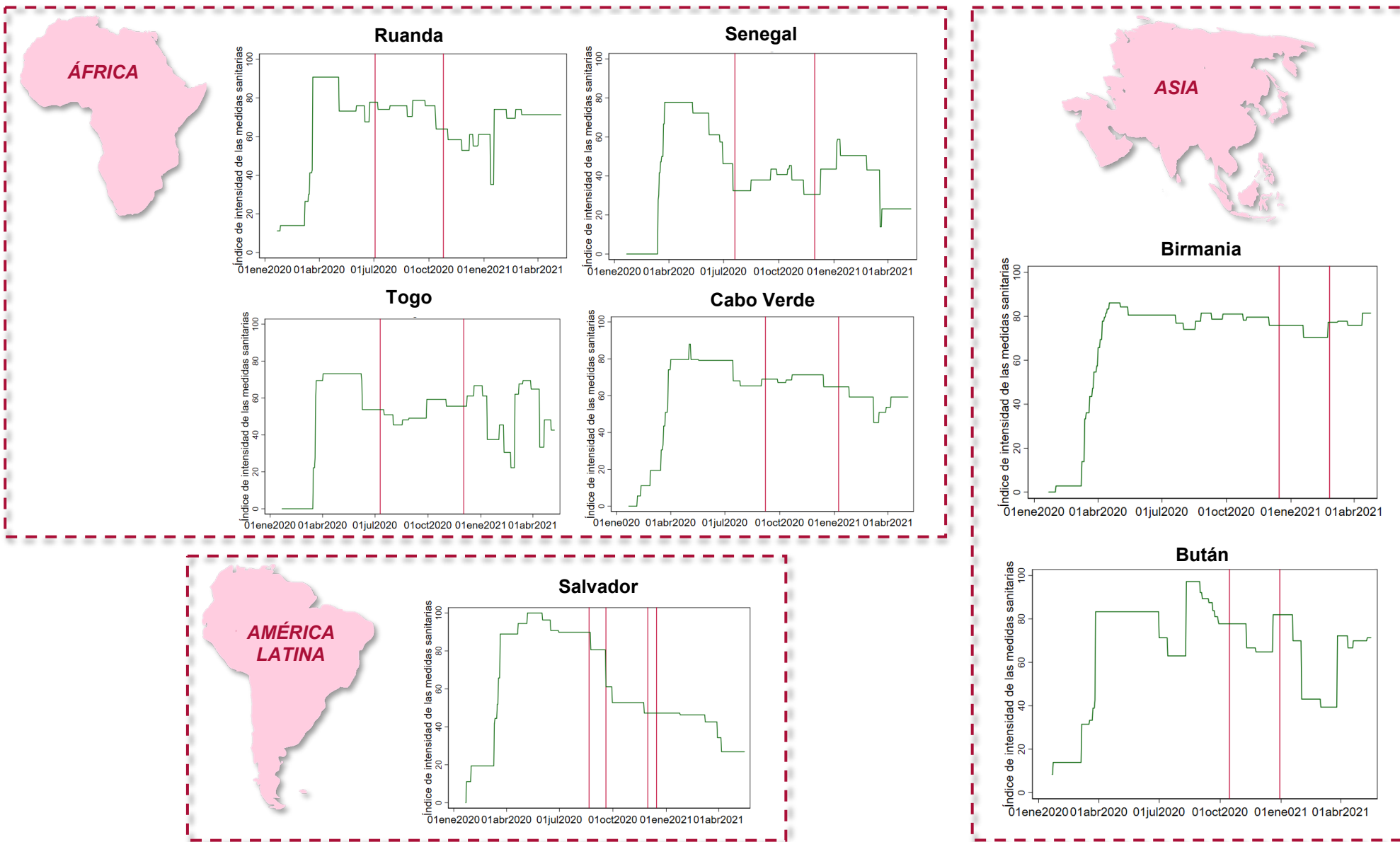
En el caso de Ruanda, en particular, la encuesta se realizó entre julio y octubre, un período en el que las restricciones se mantuvieron a un nivel bastante alto (aunque ligeramente inferior al pico de marzo-abril). En los dos países de África Occidental, Senegal y Togo, las encuestas se realizaron entre julio y noviembre, cuando los niveles de restricción eran bastante bajos y estables. En estos dos países también se observa que el índice medio de intensidad fue, en términos generales, menor que en el resto. En Cabo Verde, la encuesta cubrió el período desde septiembre de 2020 hasta enero de 2021; en estos meses, el nivel de restricción era bastante alto y se mantuvo estable desde el inicio de la crisis (aunque con menor intensidad que durante el momento más álgido, en abril de 2020). En Bután la encuesta se realizó de octubre a diciembre de 2020; en este período, las medidas restrictivas disminuyeron frente al mes anterior. En Birmania, donde se mantuvieron las mismas restricciones desde el inicio de la crisis, la encuesta se realizó entre diciembre de 2020 y febrero de 2021. En El Salvador se realizaron dos rondas de encuestas: la primera entre agosto y septiembre de 2020, y la segunda, en diciembre de 2020 (cuando el nivel de restricción se había reducido considerablemente en comparación con el período anterior).

Al tener en cuenta estos diferentes períodos es posible comprender cómo la tendencia del virus y las medidas de restricción implementadas afectaron la vida de los clientes de las IMF. Los efectos también varían según el contexto de cada país y el segmento de clientes. Por lo tanto, debido a las diferentes situaciones en el tiempo y espacio, las comparaciones entre países deben interpretarse con cautela.

Para completar el análisis de los resultados de la encuesta se realizaron entrevistas con las organizaciones que la coordinaron en cada país: la red ASOMI, en El Salvador; el asesor técnico de ADA, en Cabo Verde; y las IMF de Togo, Senegal, Ruanda, Bután y Birmania. Estas entrevistas permiten ilustrar la forma en que los resultados de la encuesta se utilizaron en la práctica.

³ Fuente: Hale, T., Angrist, N., Goldszmidt, R., Kira, B., Petherick, A., Phillips, T., Webster, S., Cameron-Blake, E., Hallas, L., Majumdar, S. y Tatlow, H. (2021), *A Global Panel Database of Pandemic Policies (Oxford COVID-19 Government Response Tracker)*. *Nature Human Behaviour*, 5(4), pp. 529-538. Este índice representa la intensidad de las restricciones en cada país a lo largo del tiempo y es una medida compuesta basada en nueve indicadores, como el cierre de escuelas, el cierre de lugares de trabajo o la prohibición de viajar, en una escala que va de 0 a 100 (100 = más estricto).

GRÁFICO 1: PERÍODOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS



EL EFECTO DE LA CRISIS SOBRE LOS INGRESOS POR LA ACTIVIDAD ECONÓMICA PRINCIPAL

Más allá de los potenciales impactos sobre la salud, es evidente que la crisis afectó de manera directa a las actividades a través de las cuales las poblaciones obtenían ingresos. Las restricciones ligadas a la crisis fueron múltiples (el confinamiento, la prohibición de las reuniones, la limitación de los desplazamientos, el cierre de comercios, etc.) y provocaron la desaceleración o el cese de actividades, así como una disminución de los ingresos obtenidos por ellas, en los siete países de la muestra (Gráfico 2).

Según los resultados, la situación parece haber sido menos desfavorable en Bután, lo que podría explicarse por la gran proporción de clientes que viven de las actividades agrícolas en áreas rurales (84 %); este segmento se vio relativamente menos afectado que las actividades en áreas urbanas, aunque tuvo problemas reales para acceder a los mercados y vender sus productos. Alrededor del 50 % de los encuestados manifestaron que sus ingresos seguían siendo los mismos, especialmente en las áreas rurales.

La proporción de la población que sufrió un deterioro de sus ingresos, ya sea pequeño o grande, fue mucho mayor en otros países, como Ruanda, Senegal y Cabo Verde, encuestados en plena crisis. En estos lugares, esta cifra se elevó a más del 80 %. En Togo, la cantidad de clientes que indicaron que sus ingresos habían disminuido significativamente fue relativamente menor que en otros países de África; esto se puede explicar, al menos parcialmente, por la menor duración de las medidas restrictivas, que implicó una interrupción más limitada de las actividades económicas. En Senegal, los grupos de clientes mujeres dedicadas al comercio fueron los más afectados.

Durante ese mismo período (agosto y septiembre de 2020), la población de El Salvador parece haberse visto menos afectada que los clientes de las IMF africanas. En promedio, la proporción de clientes que declaró un deterioro de sus ingresos fue inferior al 60 %. La segunda ronda de encuestas realizada en diciembre muestra una ligera mejora de la situación, ya que disminuyó la cantidad de personas cuyos ingresos empeoraron y aumentó el número de quienes tuvieron ingresos iguales o ligeramente superiores a los del período anterior a la crisis (en especial, en las áreas urbanas y en los sectores de la producción/industria y el comercio mayorista). De hecho, en este período, se reabrió la economía y se reestablecieron las actividades.

En Birmania nunca disminuyó la intensidad de las medidas de restricción desde mayo de 2020. En la encuesta de diciembre de 2020 se observa que el 70 % de los encuestados sufrió el deterioro de sus ingresos, una cifra un poco menor que en África.

Aunque la cantidad de observaciones es reducida para este sector, no sorprende constatar que las personas empleadas, tanto en el sector público como el privado, sufrieron menos la crisis. En la muestra, la mayoría de ellas mantuvieron ingresos estables. Los trabajadores por cuenta propia en los demás sectores se vieron más afectados.

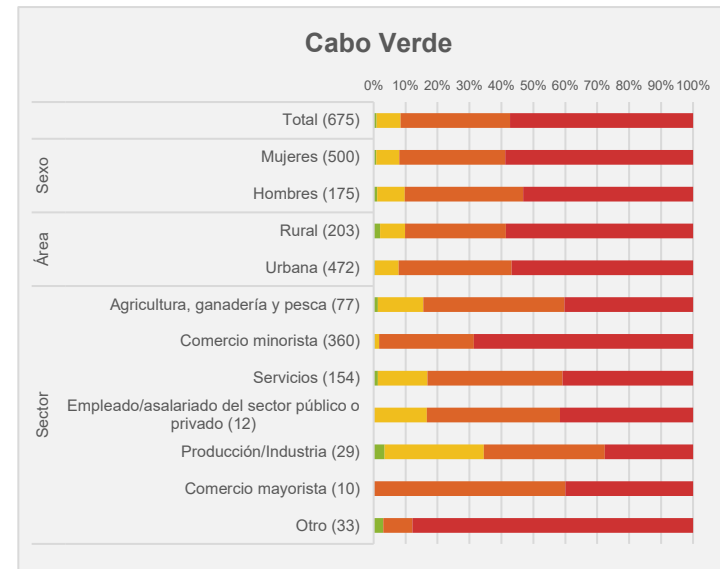
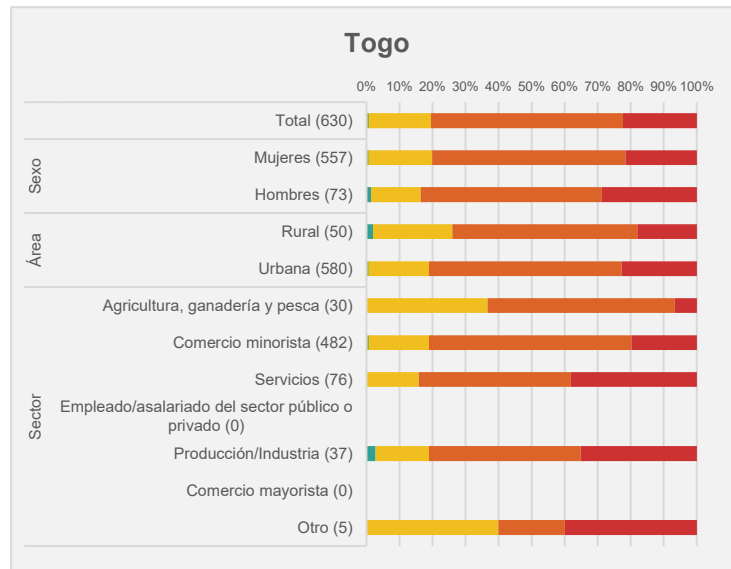
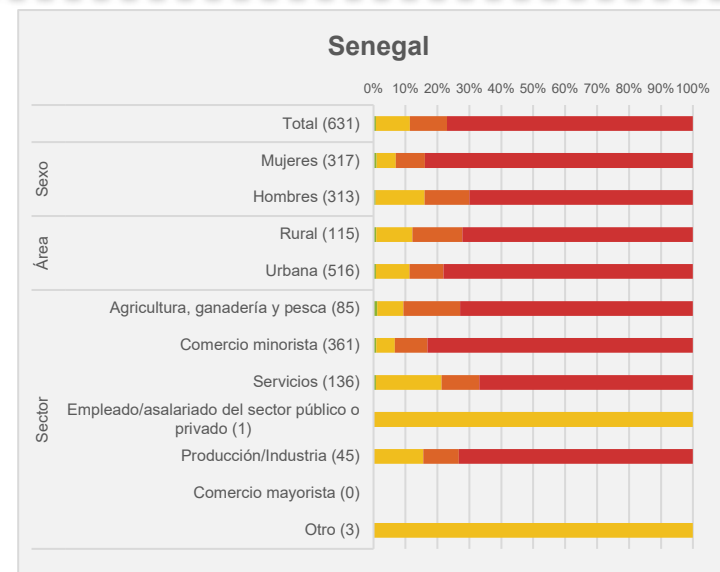
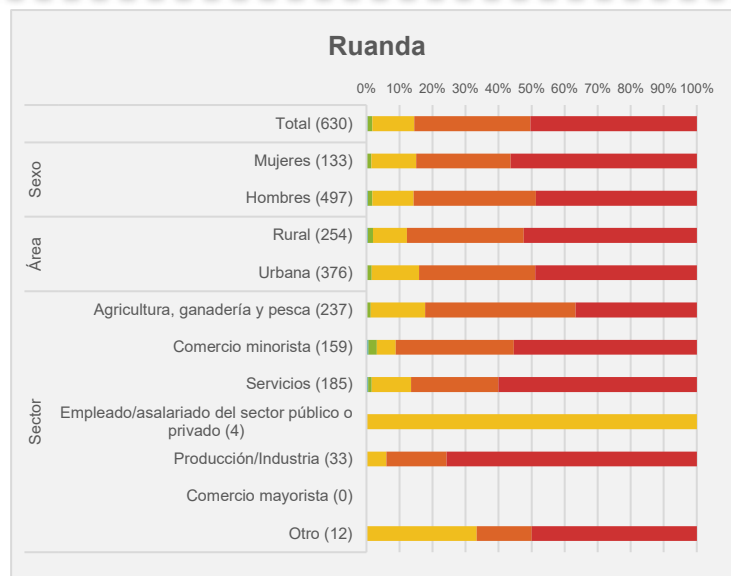
En todos los países, los ingresos de los clientes activos en los sectores del comercio minorista y de los servicios se redujeron de forma más notoria. Los ingresos de las personas cuya actividad principal forma parte de esos sectores se redujeron en el 80 % de los casos.

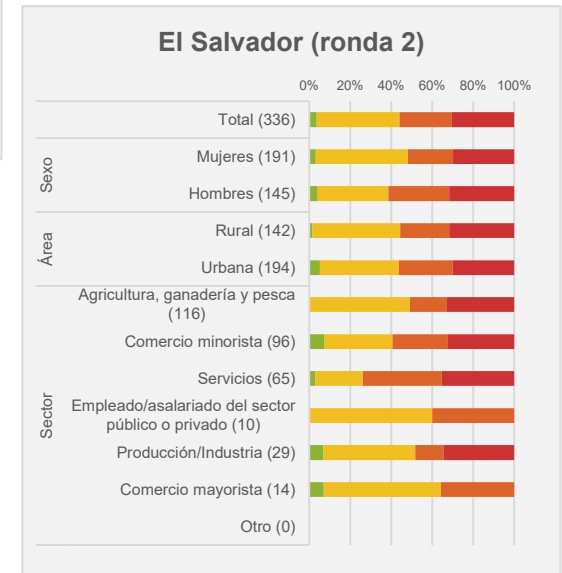
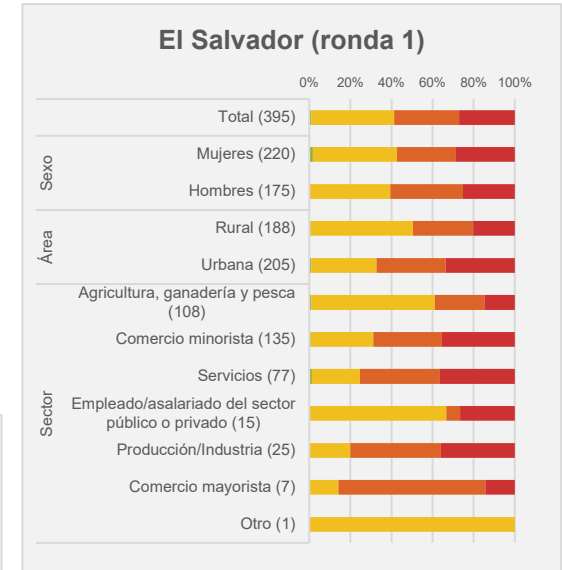
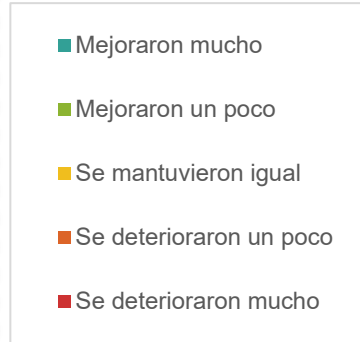
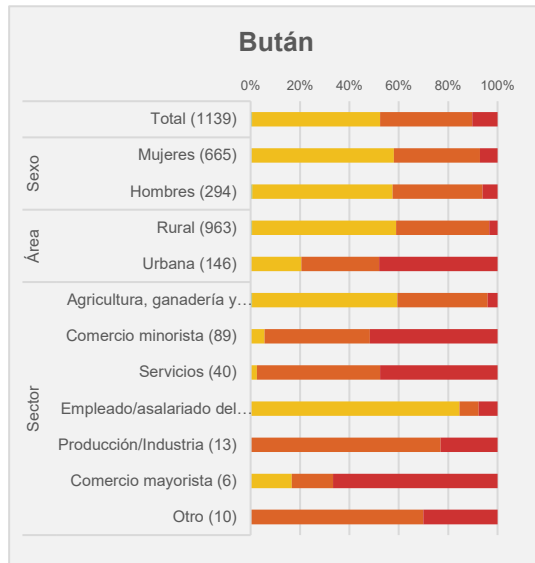
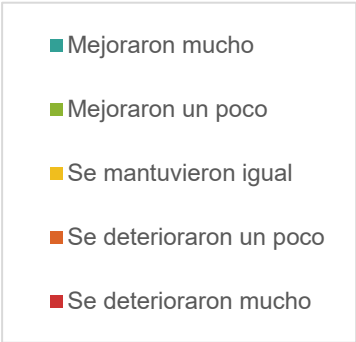
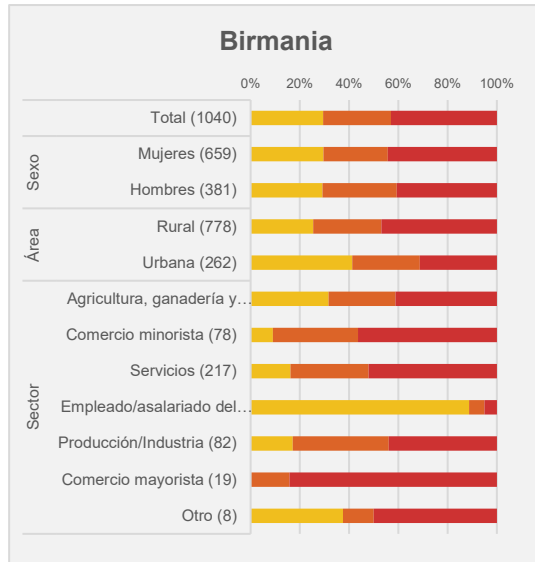
La crisis tuvo un impacto diferente en las áreas rurales y urbanas de los distintos países. Las áreas rurales fueron relativamente menos afectadas por la crisis en Bután, Togo y El Salvador, mientras que se vieron ligeramente más afectadas en Ruanda y Birmania. En Ruanda, específicamente, el verano de 2020 estuvo marcado por fenómenos meteorológicos que afectaron la producción agrícola. En general, no hay diferencias significativas entre la evolución de los ingresos de las mujeres y los hombres de la muestra.

GRÁFICO 2: INGRESOS POR LA ACTIVIDAD PRINCIPAL



- Mejoraron mucho
- Mejoraron un poco
- Se mantuvieron igual
- Se deterioraron un poco
- Se deterioraron mucho





EL IMPACTO DE LA CRISIS SOBRE LA SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS HOGARES

Por la disminución de los ingresos provenientes de la actividad principal, la situación financiera de los hogares también empeoró. Esta fue, por ejemplo, la situación de la mitad de los clientes de BAOWE, en Bután (Gráfico 3). La crisis afectó especialmente a los clientes que viven en áreas urbanas: el 80 % manifestó que su situación empeoró un poco o mucho. La situación financiera de casi todos los clientes que realizan actividades en los sectores de servicios, producción/industria y comercio (minorista y mayorista) se agravó. Los clientes que viven en áreas rurales tuvieron una mejor experiencia: la mayoría manifestó que su actividad principal correspondía al sector de agricultura, ganadería y pesca. Se observó que, para una misma proporción de clientes (alrededor del 60 %) en estos dos segmentos de la población, la situación se mantuvo estable, mientras que la situación financiera empeoró para el 40 % restante. En Bután los empleados de los sectores público y privado se vieron menos afectados: para más del 80 % la situación se mantuvo igual que en el período anterior.

Las encuestas realizadas en Ruanda, Senegal, Cabo Verde y Birmania permiten concluir que el porcentaje de clientes para quienes la situación financiera empeoró fue mucho más alto que en Bután. Más del 90 % de los clientes de las IMF en esos países declaró que la situación financiera de sus hogares se deterioró (e incluso que, para la mayor parte, se deterioró mucho). En estos países la crisis afectó casi en la misma medida a los clientes de todos los sectores y de todas las áreas geográficas.

En Togo el panorama parece haber sido un poco más positivo: el porcentaje de personas cuya situación financiera empeoró fue ligeramente menor (cerca del 80 %). En el caso de la población urbana, una pequeña parte de los trabajadores del sector de la agricultura, ganadería y pesca, y de la producción/industria afirmó que su situación financiera mejoró un poco. Una vez más, esto puede explicarse por la rápida mitigación de las restricciones y el rápido restablecimiento de las actividades.

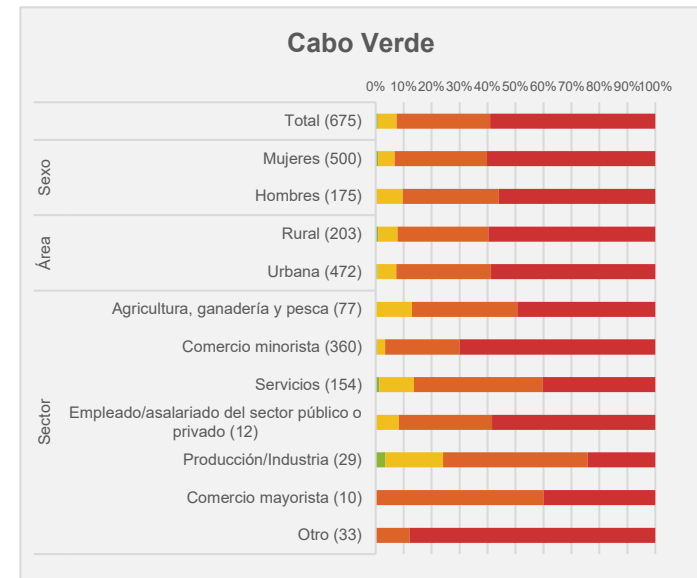
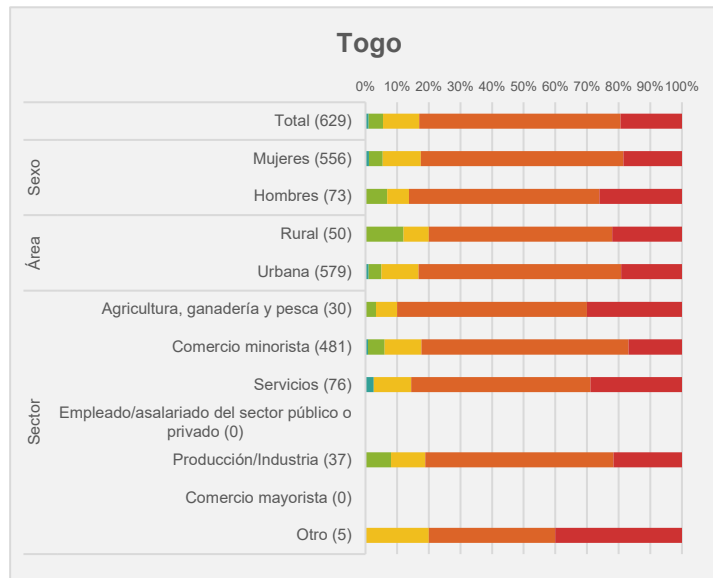
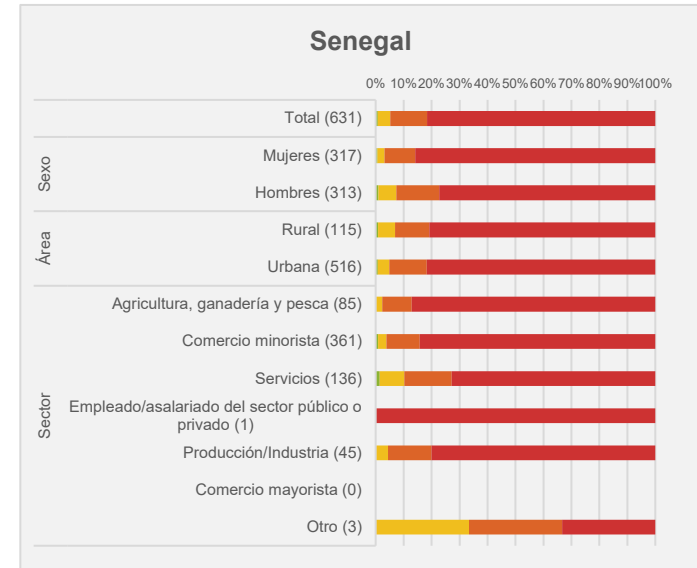
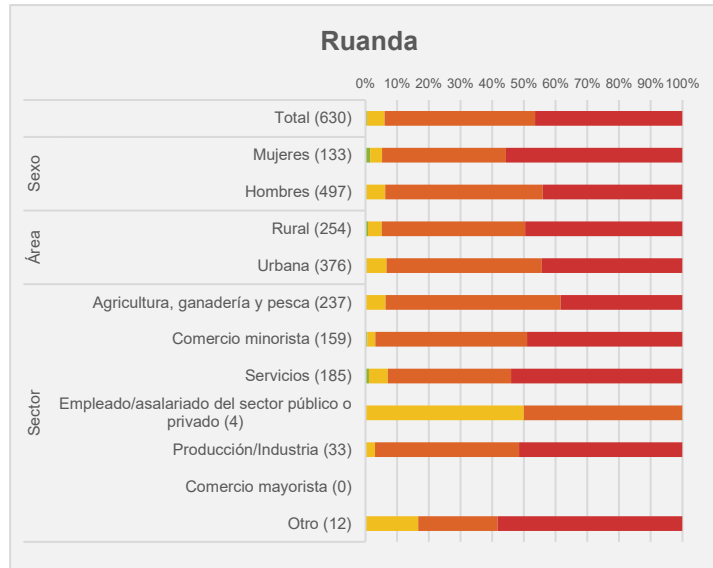
En El Salvador, ambas rondas de encuestas muestran un cambio en la situación de los clientes de las IMF durante 2020 como resultado de las medidas restrictivas relacionadas con la COVID-19. Entre agosto y septiembre, cuando la intensidad de las restricciones era alta, cerca de tres cuartas partes de los clientes de ASOMI respondieron que la situación económica de sus hogares había empeorado un poco o mucho. En diciembre de 2020, cuando el nivel de restricción se redujo casi a la mitad, esta cifra disminuyó a poco más de una quinta parte. La situación financiera del hogar mejoró para cerca del 20 % de los clientes. Esta mejora fue más marcada en el caso de quienes viven en áreas urbanas y realizan actividades en el sector de los servicios y el comercio, especialmente el comercio mayorista. Probablemente, esto se deba al restablecimiento de las actividades en las áreas urbanas una vez que se redujo la intensidad de las medidas de restricción.

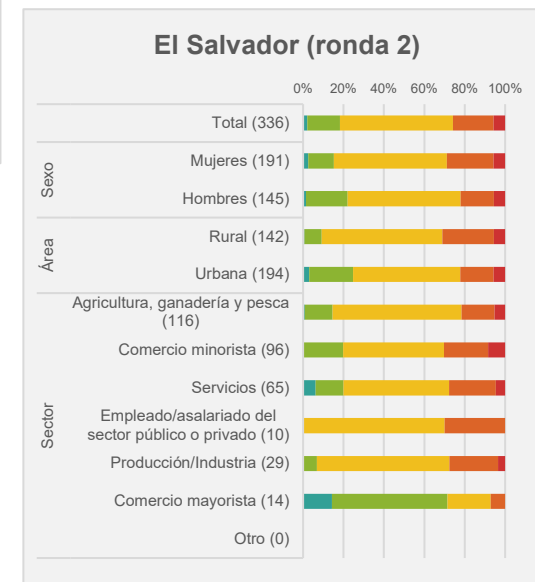
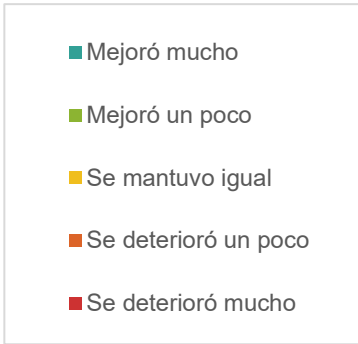
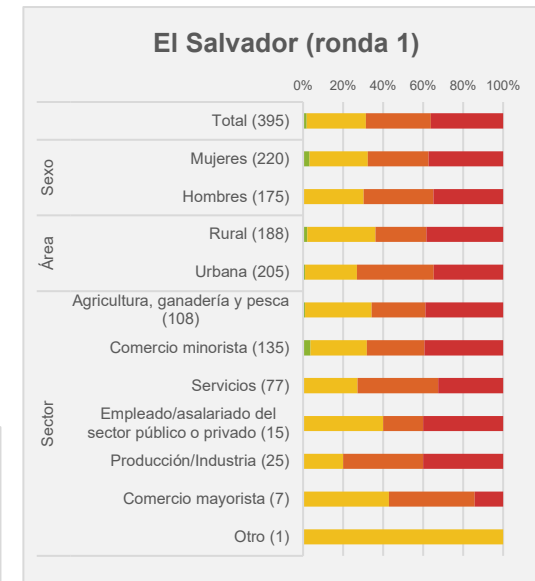
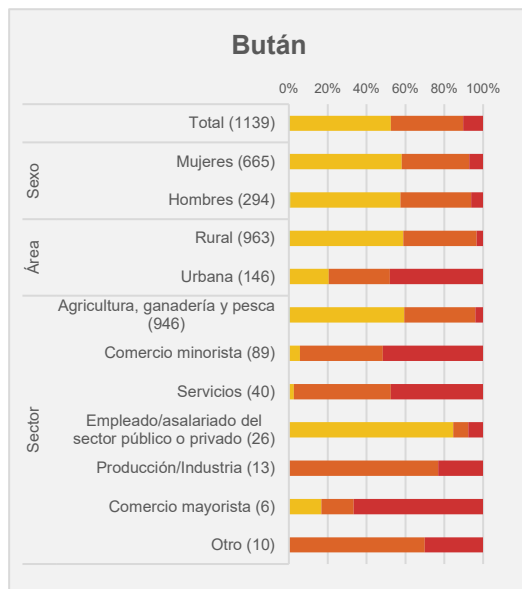
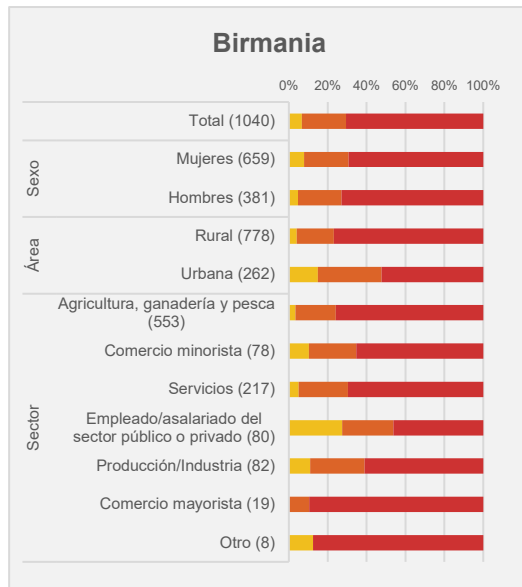
Se observa que la crisis tuvo, en general, un impacto similar sobre los hombres y las mujeres en todos los países.

GRÁFICO 3: SITUACIÓN FINANCIERA DE LOS HOGARES



- Mejoró mucho
- Mejoró un poco
- Se mantuvo igual
- Se deterioró un poco
- Se deterioró mucho





EL IMPACTO DE LA CRISIS EN LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

Una de las consecuencias de la crisis fue la inseguridad alimentaria. Tal vez sea un efecto indirecto de la disminución de los ingresos, aunque también puede ser un efecto directo del acceso más restringido de los productos al mercado (no se pudieron organizar ferias debido a la prohibición de las reuniones), del cierre de los comercios o de la disminución —o incluso la interrupción— de las cadenas de suministro de alimentos.

En Bután, Cabo Verde, Birmania y El Salvador, el fenómeno más común entre los clientes fue la disminución del consumo de ciertos tipos de alimentos, como la carne (Gráfico 4). Esta necesidad de reducir el consumo de alimentos de alto valor nutricional afectó a poco más del 10 % de los clientes de BAOWE en Bután, a cerca del 40 % de los clientes de las IMF en Birmania y El Salvador, y a casi el 60 % en Cabo Verde. El motivo principal fue la reducción de los ingresos, que obligó a la gente a reemplazar productos por alternativas más baratas.

Se observa una disparidad entre los países en los distintos períodos de 2020. La intensidad de las restricciones en plena crisis afectó de manera negativa a los clientes de las IMF de Cabo Verde, donde cerca del 60 % tuvo que reducir el consumo de ciertos tipos de alimentos, el 30 % tuvo que disminuir la cantidad de comidas en el día y el 60 % sufrió hambre cuando esto no le hubiera ocurrido normalmente. Entre las dos rondas de encuestas en El Salvador la situación no varió: poco más del 40 % de los encuestados afirmaron que su consumo de ciertos tipos de alimentos se redujo; hubo un ligero aumento del porcentaje de personas que redujeron la cantidad de comidas al día (del 18 % al 25 %); y un ligero descenso de la cantidad de encuestados que pasaron hambre con frecuencia, que se mantuvo en torno al 3 %.

En todos los países, excepto Bután, la seguridad alimentaria de los clientes de las áreas rurales se vio más afectada que en el caso de los clientes en las áreas urbanas, posiblemente debido a las dificultades para acceder a los mercados para abastecerse. En todos los casos, salvo en Cabo Verde, las mujeres también experimentaron más consecuencias negativas que los hombres en cuanto al consumo de alimentos durante la crisis.

Las cuestiones sobre seguridad alimentaria en las encuestas realizadas en Ruanda, Senegal y Togo fueron un poco distintas. Al hablar de los cambios en el consumo de alimentos, más del 60 % de los encuestados en Ruanda y Senegal indicaron que el consumo disminuyó. En Togo, la situación fue un poco mejor: cerca del 70 % afirmó que su consumo de alimentos se mantuvo igual o incluso mejoró.

Cuando preguntamos a los clientes si pasaron hambre cuando normalmente esto no les sucedía, las respuestas fueron diferentes en los tres países de África Subsahariana. En Ruanda la situación fue más preocupante, ya que casi la mitad de los encuestados afirmó que sufrió hambre (teniendo en cuenta a quienes les ocurrió con poca frecuencia). De hecho, en este país la crisis sanitaria se sumó a la crisis agrícola durante este período, debido a eventos meteorológicos. Esta cifra se reduce a un poco más del 30 % en Senegal y a un poco más del 10 % en Togo. Por el contrario, en Senegal cerca del 10 % sintió hambre de forma regular (esta cifra es más significativa que en los otros países). En Ruanda y Senegal, las mujeres padecieron un poco más el hambre que los hombres. Una vez más, Togo resalta como un país donde el impacto negativo de la crisis fue relativamente menor, el consumo de alimentos se mantuvo estable y el hambre solo afectó a una pequeña porción de la población.

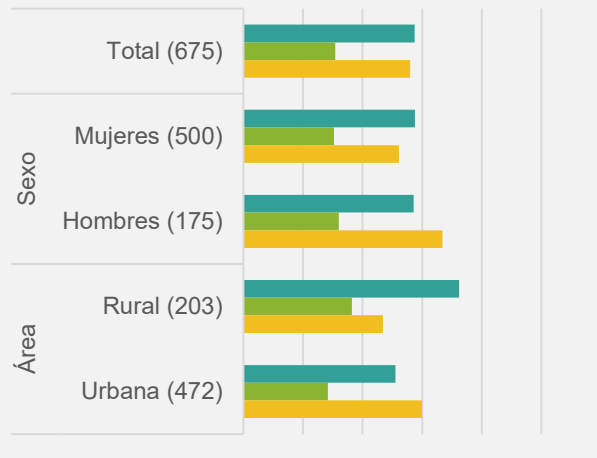
GRAFICO 4: SEGURIDAD ALIMENTARIA

- Disminuyó el consumo de ciertos tipos de alimentos
- Redujo la cantidad de comidas por día
- Pasó hambre con frecuencia



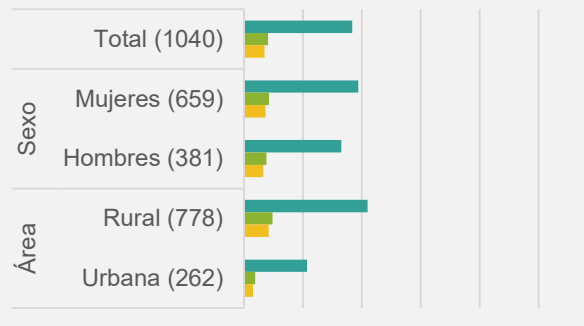
Cabo Verde

0% 20% 40% 60% 80% 100%



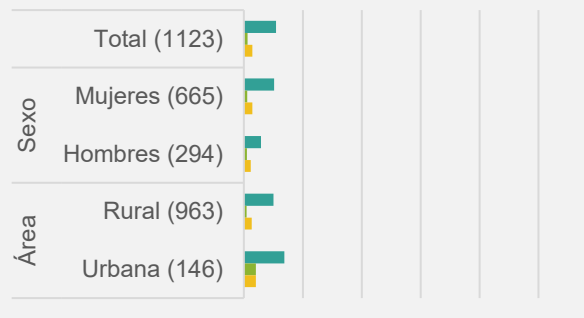
Birmania

0% 20% 40% 60% 80% 100%



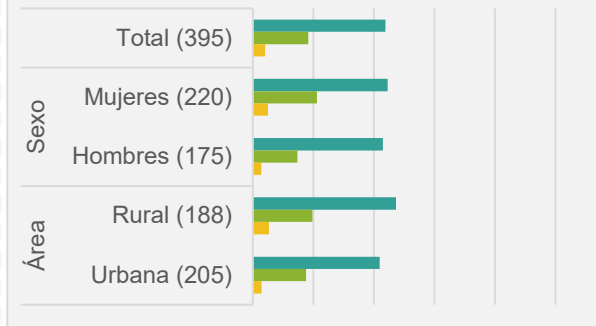
Bután

0% 20% 40% 60% 80% 100%



El Salvador (ronda 1)

0% 20% 40% 60% 80% 100%



El Salvador (ronda 2)

0% 20% 40% 60% 80% 100%

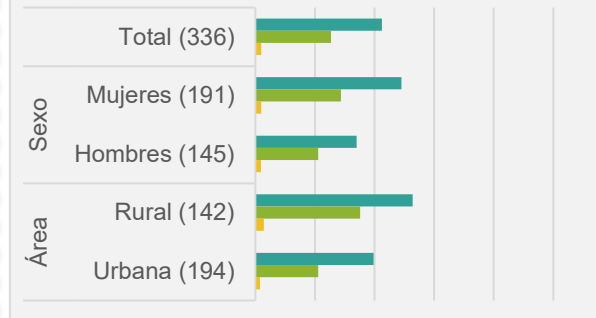


GRÁFICO 5: CAMBIO EN LOS ALIMENTOS CONSUMIDOS

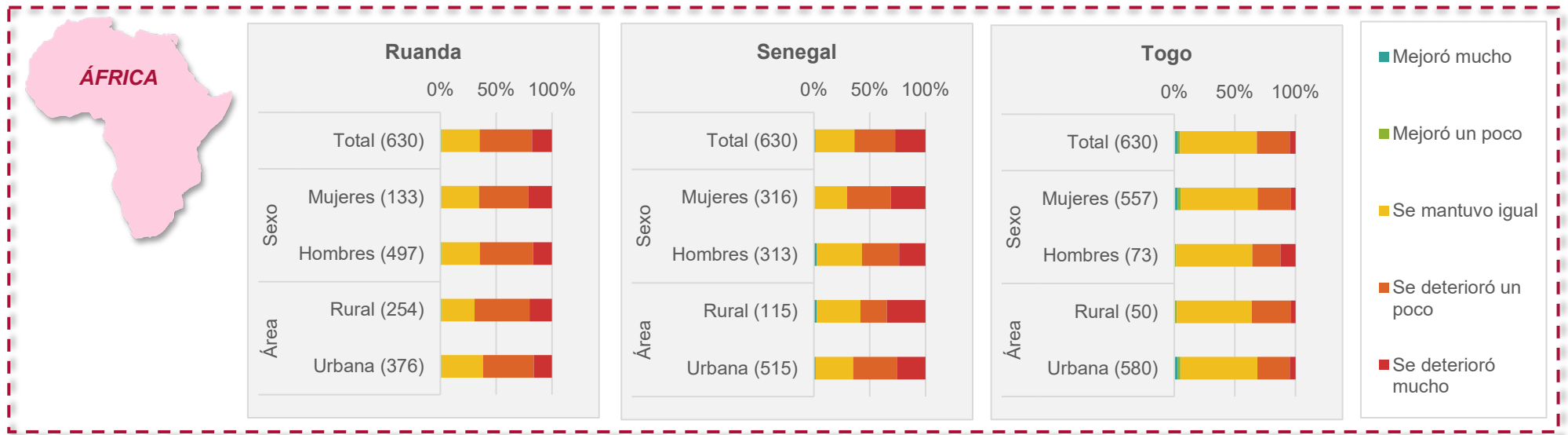
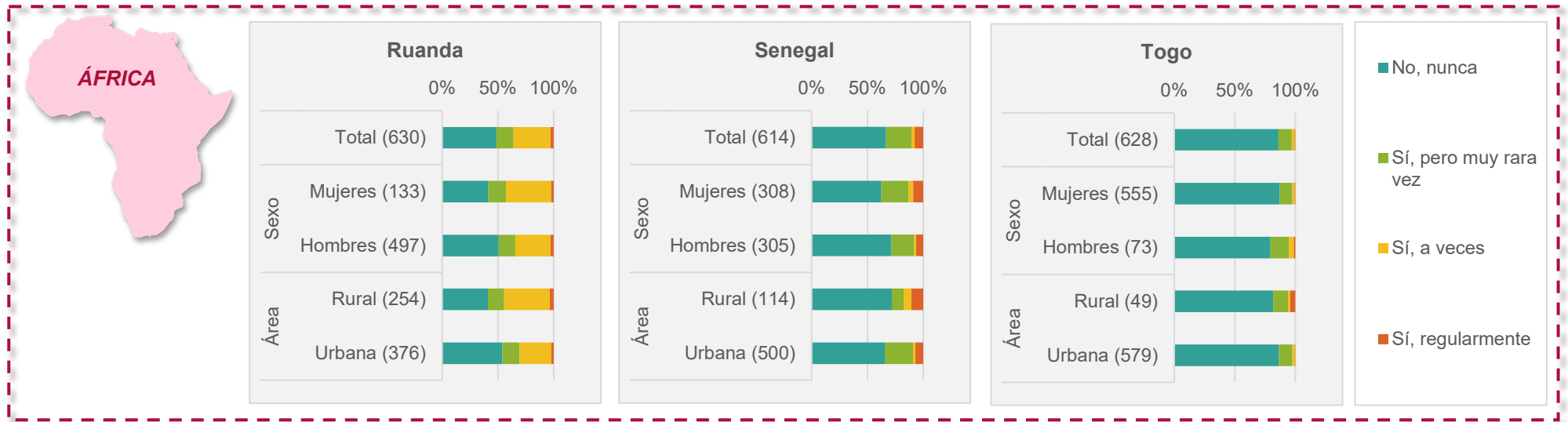


GRÁFICO 6: PASÓ HAMBRE



LAS CRISIS LLEVÓ A LOS CLIENTES DE LAS IMF A ADOPTAR DIVERSAS ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN

Para enfrentar la crisis, los clientes de las IMF implementaron estrategias diversas. La medida de adaptación que más implementaron los clientes de las IMF de Bután, Cabo Verde, El Salvador (Gráfico 7), Ruanda y Senegal (Gráfico 8) fue utilizar sus ahorros. Para ellos, los ahorros fueron la primera red de seguridad, antes de recurrir a préstamos o a interrumpir los reembolsos, lo que es un signo positivo de la capacidad de los clientes para absorber el impacto y, en general, de su capacidad de resiliencia. Alrededor del 80 % de los clientes en Senegal, el 70 % de los clientes en Ruanda, el 60 % de los clientes en Bután y Cabo Verde, y cerca del 40 % de los clientes en El Salvador tuvieron que recurrir a sus ahorros. En especial, los clientes de las áreas urbanas fueron los que más recurrieron a esta solución.

Otras estrategias frecuentes fueron dejar de pagar los préstamos (en algunos casos, tras las moratorias establecidas por las autoridades, o con acuerdos de aplazamiento o prórrogas con las IMF), y pedir dinero a amigos y familiares.

En Ruanda, Senegal y Togo una solución común adoptada por cerca del 60 % de los encuestados fue reducir las inversiones en sus actividades⁴. La opción de reducir los reembolsos de los préstamos fue menos adoptada que la de dejar de pagarlos.

En El Salvador, encontrar un nuevo trabajo o un trabajo extra —con frecuencia, por poco tiempo— fue algo que menos del 20 % de los clientes mencionaron como solución para sus necesidades financieras durante la crisis.

La situación de Birmania fue muy distinta a la de los demás países. La estrategia más usada en este país fue solicitar créditos a instituciones financieras (esta estrategia fue la escogida por el 60 % de los clientes). La segunda estrategia fue pedir dinero a amigos y familia (más del 40 % de los clientes optaron por hacerlo). De hecho, la IMF de Birmania no ofrecía productos de captación de ahorros, lo que limitaba la posibilidad de los clientes de recurrir a esta estrategia, pero sí otorgó nuevos préstamos a quienes los solicitaron; esto explica la gran cantidad de clientes que optaron por esta solución.

En todos los países, a excepción de Bután y Togo, los clientes de las áreas rurales fueron más propensos a vender o empeñar bienes para hacer frente a la crisis que los clientes de las zonas urbanas. Los bienes vendidos o empeñados eran, la mayoría de las veces, animales de granja. En Birmania, los préstamos solicitados a usureros fueron ligeramente más numerosos en las áreas rurales que en las urbanas. Estas dos estrategias se consideran como una última opción y muy riesgosas, pues limitan la capacidad de producir y mantener una situación financiera controlable en el futuro. En función de estos datos, las IMF implementaron medidas para satisfacer las necesidades de los clientes y, así, reducir los riesgos tanto para los clientes como para ellas mismas.

⁴ Esta respuesta no fue incluida entre las opciones del cuestionario para los demás países. Por lo tanto, solo podemos comparar las respuestas de Ruanda, Senegal y Togo.

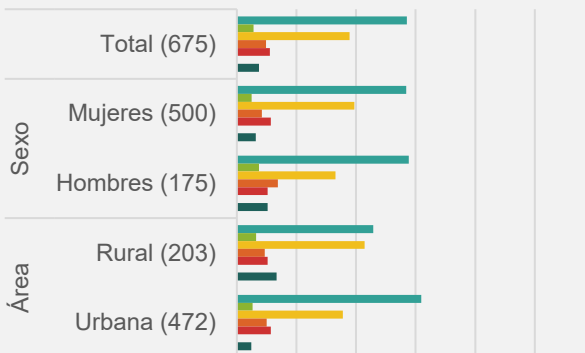
GRAFICO 7: ESTRATEGIA DE ADAPTACION

- Usó sus ahorros
- Consiguió un nuevo trabajo/trabajo extra
- Dejó de realizar los pagos de un préstamo
- Pidió dinero a una institución financiera o un banco
- Pidió dinero a un amigo o a su familia
- Pidió dinero en una casa de empeño o a un usurero
- Vendió un bien



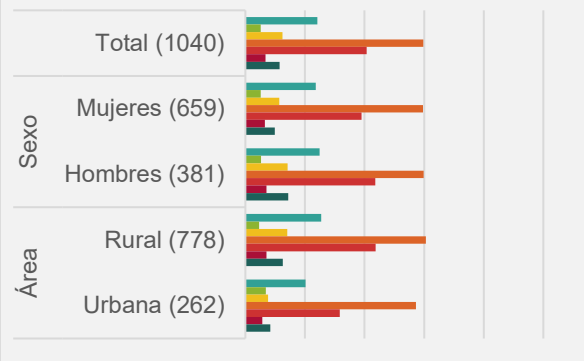
Cabo Verde

0% 20% 40% 60% 80% 100%



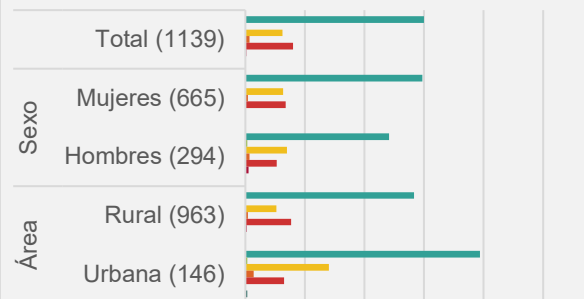
Birmania

0% 20% 40% 60% 80% 100%



Bután

0% 20% 40% 60% 80% 100%



El Salvador (ronda 1)

0% 20% 40% 60% 80% 100%

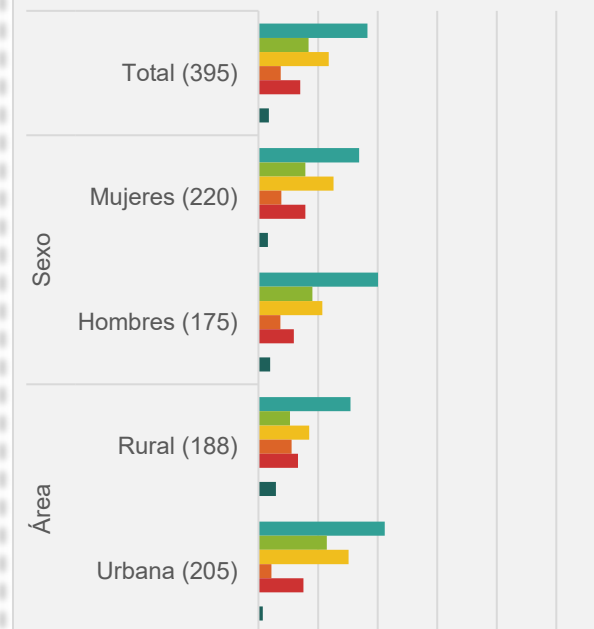
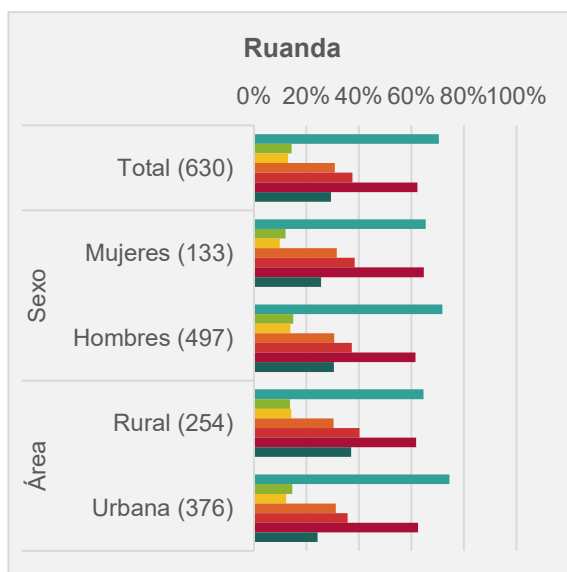
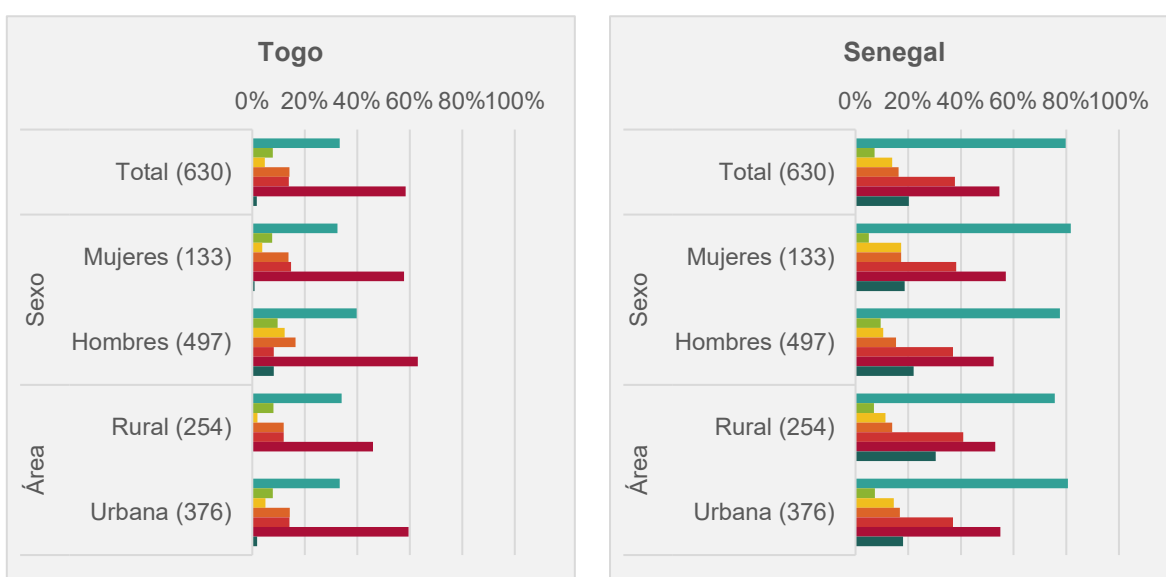


GRÁFICO 8: ESTRATEGIA DE ADAPTACIÓN (CONTINUACIÓN)



- Usó sus ahorros
- Consiguió un nuevo trabajo/trabajo extra
- Redujo los pagos de sus préstamos
- Dejó de realizar los pagos de un préstamo
- Pidió dinero prestado
- Redujo sus inversiones
- Vendió un bien o lo empeñó



COMPRENDER LAS DIFICULTADES PARA PROPONER SOLUCIONES

Durante todo el período de la crisis, además de realizar las encuestas, las IMF mantuvieron un contacto estrecho con sus clientes, por lo que contaron con información regular sobre su situación. Sin embargo, para las IMF, la información era muy general y no estaba cuantificada, y la situación específica detallada era algo que solo conocía el agente en contacto con la cartera de clientes. Gracias a las encuestas se pudieron validar algunas hipótesis, percepciones y presentimientos surgidos del contacto regular de las IMF con sus clientes y, sobre todo, cuantificarlas e identificar los segmentos más afectados por cada tipo de dificultad. Los resultados de las encuestas fueron utilizados por las IMF y las redes en distintos niveles.

Escuchar con atención. Sobre todo, con estas encuestas las IMF pudieron tomar conciencia del nivel de preocupación de sus clientes por la amenaza sanitaria, más allá del impacto económico y financiero. En función de los resultados, las IMF de la red ASOMI decidieron cambiar la forma de comunicarse con sus clientes: los escuchan más y comparten mensajes de apoyo en lugar de exigir reembolsos. Además, equiparon sus sucursales y a sus empleados con todo el material sanitario necesario para que los clientes se sintieran seguros cuando acudieran a verlos; en ocasiones, distribuyeron paquetes de alimentos para hacer frente a las amenazas de inseguridad alimentaria. Se enfocó la atención, ante todo, en el bienestar de los clientes. Del mismo modo, las IMF de Cabo Verde siguieron de cerca a sus clientes durante este período de crisis para brindarles tranquilidad al estar más presentes de lo habitual. Por último, las IMF de Togo, Bután y Birmania afirman que el simple hecho de llevar a cabo estas encuestas a los clientes las ayudó a reforzar los vínculos con ellos y a demostrarles su apoyo.

Adaptar los servicios financieros existentes a necesidades urgentes. Los resultados de las encuestas permitieron identificar las necesidades urgentes de segmentos específicos de los clientes en el ámbito de los servicios financieros. De esta forma, las IMF de Cabo Verde, Togo, Ruanda y Senegal pudieron reprogramar los préstamos de los segmentos de clientes con más dificultades, así como flexibilizar los procedimientos de reembolso adaptando las frecuencias y modificando los plazos. En las encuestas también se percibió una necesidad de liquidez no prevista por las IMF. Mientras que estas esperaban que los clientes solicitaran extensiones o cambios en las fechas de reembolso, algunos clientes de las IMF de Togo, Ruanda, El Salvador y Birmania manifestaron que necesitaban acceder a préstamos adicionales para recuperarse y mantener sus actividades, relanzarlas o reorganizarlas. Por ello, las IMF adaptaron su política crediticia. En El Salvador se mostraron más abiertas a conceder créditos para capital circulante; en Ruanda elevaron los topes para los créditos de capital circulante; en Togo redujeron las condiciones para el acceso a los créditos suprimiendo la obligación de compromiso de ahorro. En todos estos casos, las IMF procuraron que no aumentara el riesgo de sobreendeudamiento al no otorgar nuevos créditos a los clientes activos de los sectores con más dificultades. Además, al responder ellas mismas a las necesidades de liquidez de sus clientes, las IMF buscaron evitar que los clientes tuvieran que recurrir a organizaciones informales y menos seguras, como los usureros.

Tomar conciencia sobre la capacidad de resiliencia de los clientes. La necesidad de liquidez también permitió que las IMF tomaran conciencia sobre la capacidad de los clientes para adaptarse. Un ejemplo fue que los clientes de la IMF de Birmania no pudieron, sino en pocos casos, acceder a la reprogramación de préstamos propuesta por la IMF, así que recurrieron a la reorganización de sus actividades, la reactivación de los sistemas de trueque y la solicitud de préstamos adicionales para recuperarse. Además, recurrir de forma masiva a los ahorros como primera estrategia de adaptación también demostró la capacidad de los clientes de estas IMF para absorber el impacto. En Bután, los clientes, cuyas actividades se desarrollan mayoritariamente en el sector de la agricultura se apoyaron en su producción de productos locales para atravesar la crisis, con lo cual se vieron menos amenazados en el plano de la seguridad alimentaria. Gracias a que las encuestas permitieron identificar la naturaleza de los productos obtenidos por la actividad agrícola de los clientes, la IMF de Bután pudo ver el potencial de su actividad y obtuvo inspiración para desarrollar nuevos productos y servicios.

Desarrollar nuevos productos y servicios para satisfacer necesidades en el largo plazo. Gracias a las encuestas realizadas a los clientes, la IMF de Bután pudo tomar conciencia sobre el verdadero potencial que tiene la actividad agrícola para ellos. Si bien Bután depende de sus vecinos para satisfacer la demanda interna de alimentos procesados —que muchas veces elaboran con los productos primarios que se originan en Bután—, las encuestas permitieron a la IMF saber que sus clientes necesitaban asesoramiento sobre técnicas de transformación, y marketing y ventas. Estas capacidades son imprescindibles para agregar valor a sus productos y ofrecerlos a los consumidores locales sin tener que pasar por terceros. La IMF prevé ofrecer este tipo de servicios a sus clientes para realzar el potencial de su actividad agrícola. Este también es el caso de la IMF de Birmania: los resultados de las encuestas le permitieron detectar que sus clientes enfrentan el mismo problema de dependencia (los productos primarios que se obtienen en Birmania se transportan a otros países para su procesamiento y luego deben ser reimportados). Por ello, la IMF contempla la posibilidad de apoyar a los demás actores de las cadenas de valor agrícola con servicios financieros que se adapten a sus necesidades. De esta manera, los fabricantes de productos primarios podrán venderlos en el mercado local sin tener que depender de mercados externos.

En esta misma línea, la IMF de Birmania se dio cuenta de la importancia de ofrecer a sus clientes una solución de captación de ahorros, pues los pocos que contaban con ahorros en otras instituciones recurrieron a ellas para hacer frente a la crisis. Si bien esta estrategia no era totalmente nueva para la IMF, los resultados de las encuestas confirmaron la necesidad de concretarla lo antes posible.

De igual manera, la encuesta realizada a los clientes de la IMF de Ruanda puso de manifiesto el interés por contar con servicios digitales para acceder a los servicios financieros durante períodos en que la movilidad esté restringida. Los resultados sirvieron para reconfirmar la voluntad de la IMF de acelerar el desarrollo de sus servicios digitales, así como de la necesidad de sensibilizar e informar a los clientes sobre la utilización adecuada de este nuevo tipo de servicio.

Informar a los actores que apoyan al sector. En definitiva, además de dar a conocer las medidas concretas implementadas por las IMF para satisfacer las necesidades urgentes o de largo plazo de sus clientes, las encuestas permitieron informar a los actores del sector sobre la situación. Por ejemplo, el asesor técnico de ADA en Cabo Verde pudo compartir regularmente los resultados de las encuestas con el organismo regulador, en coordinación con las IMF, lo que ayudó a nutrir el diálogo para que el organismo pudiera contemplar medidas de apoyo adecuadas. Asimismo, la red ASOMI de El Salvador compartió los resultados con otras redes de Centroamérica, con una agencia local de apoyo a emprendedores, un banco nacional y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID). Compartir información de manera regular ayuda a los actores del sector a tomar decisiones fundamentadas.

CONCLUSIONES

Aunque es cierto que el impacto de la COVID-19 sobre los clientes de las IMF fue diferente según el nivel de las restricciones, el contexto de cada país y el perfil de los clientes, es innegable que la crisis trajo consecuencias negativas para la situación financiera de los hogares y su seguridad alimentaria.

Al permanecer atentos a la situación de sus clientes, como hicieron en 2020, las IMF podrán reforzar su vínculo con ellos y brindarles soluciones relevantes para sus necesidades. De esta manera, podrán contribuir con la capacidad de resiliencia de sus clientes y, por consiguiente, de la suya propia, ya que la solidez financiera de las IMF está íntimamente relacionada con la de sus beneficiarios.

Las medidas implementadas por las IMF para responder a las necesidades identificadas en las encuestas realizadas en 2020 son un ejemplo de su intención de adaptarse y mantener su receptividad. Esta voluntad también se manifiesta en un estudio complementario, llevado a cabo por ADA con la colaboración de la Fundación Grameen Crédit Agricole e Inpulse, en el que se utilizan los datos de encuestas realizadas a las IMF: <https://www.ada-microfinance.org/es/crisis-del-covid-19/iniciativas-ada-crisis-imf-y-clientes>

El propósito de ADA al contribuir con estas diversas iniciativas es fomentar el contacto constante con la gente y los actores en terreno, una condición necesaria para proponer soluciones relevantes en situaciones de crisis.



ADA – Appui au développement autonome
39 rue Glesener
L-1631 Luxembourg
Tel.: +352 45 68 68 1
Fax: +352 45 68 68 68
www.ada-microfinance.org

Derechos de autor: ADA, 2021

Autores: Unidad de Investigación y Desarrollo de ADA, bajo la responsabilidad de Mathilde Bauwin y Thu Hien Dao

Diseño: Elodie Renard

Fotos: © Philippe Lissac / Godong (portada) © Shutterstock (p.3)