Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

JULIO 2014 - DICIEMBRE 2014

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Microcredito para conexiones de agua

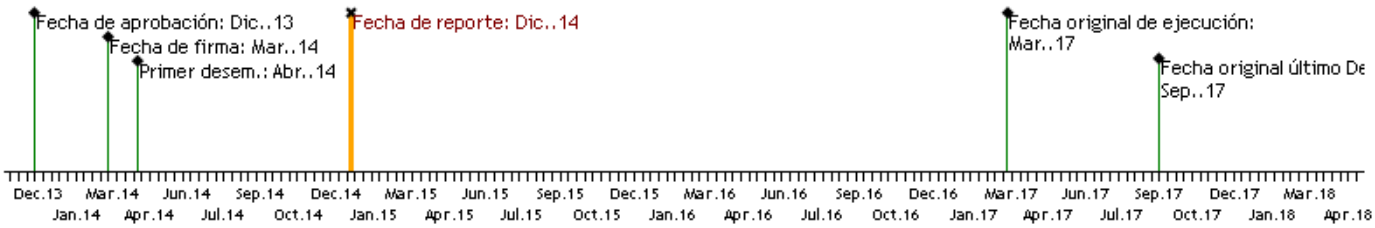
Número de proyecto: PE-M1081 - Nro. Operación: ATN/ME-14197-PE

Resultado: Facilitar el acceso a los servicios de agua potable y saneamiento a poblaciones periurbanas de bajos ingresos, mediante la oferta de crédito para mejoras sanitarias en las viviendas, la creación de la demanda por estos servicios básicos y la concientización para la mejora en las prácticas de higiene.

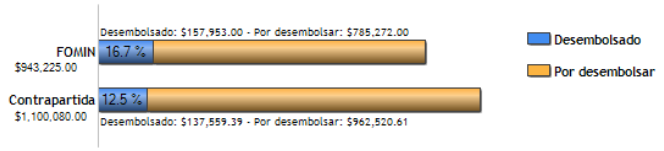
País Administrador	País Beneficiario
PERÚ	PERÚ

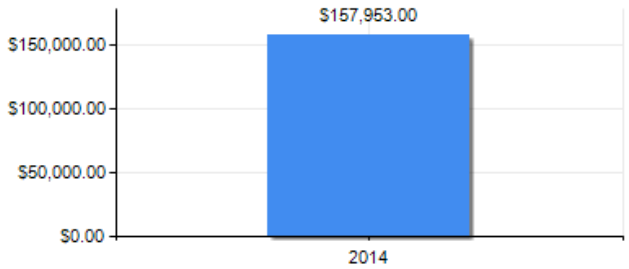
Agencia ejecutora:	Organización No Gubernamental Agualimpia	**Líder equipo de diseño:**	Bedoya Del Olmo, Celia
		Líder equipo de supervisión:	Giesecke, Jaime Arturo

CRONOLOGÍA DE EVENTOS

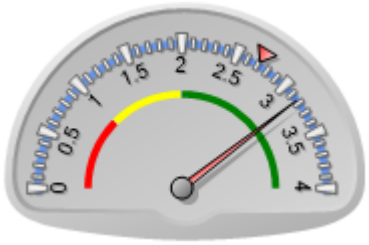


RECURSOS

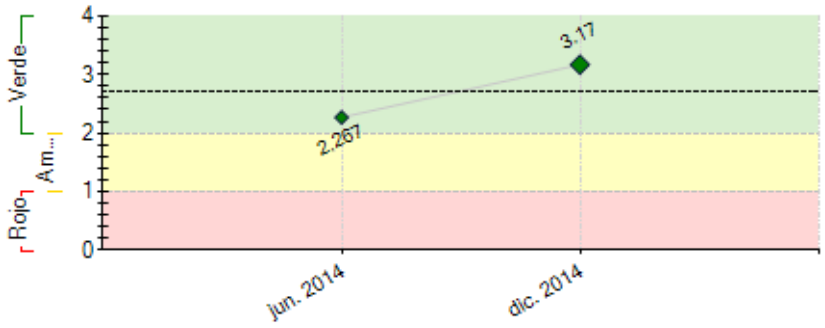




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.17
Promedio FOMIN: 2.709

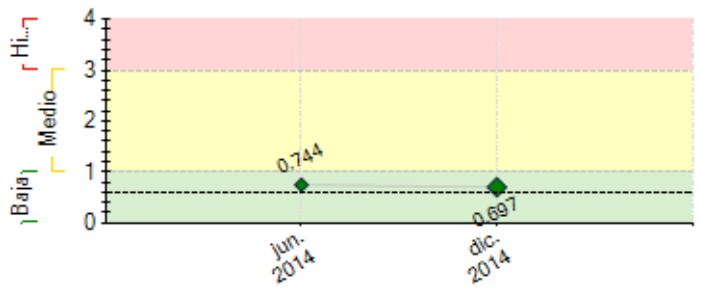


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

	Riesgo
Administración Financiera:	Baja
Adquisiciones:	Baja
Capacidad Técnica:	Baja



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.605

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Principales logros: (i) desarrollo del producto CREDIAGUA con la financiera Edyficar en 8 localidades de Lima y Arequipa; (ii) 1,103 créditos desembolsados al 1er año del proyecto; (iii) 15 ferias de promoción con 1,008 participantes; (iv) 6 sesiones de capacitación en gasfitería básica dirigido a 222 pobladores y maestros de obra de zonas periurbanas (v) 516 promotores de 8 agencias de la EMF capacitados en promoción de CREDIAGUA para mejoras sanitarias. No se presentaron dificultades y/o retrasos significativos. Principales obstáculos encontrados: (i) alta rotación en la fuerza de ventas a nivel promotores; (ii) poca experiencia de personal local de EMF en manejo de base de datos, (iii) poco interés por parte de los analistas más antiguos en el producto CREDIAGUA. Para solucionar estos obstáculos se hizo lo siguiente (i) masificar la estrategia de capacitación para el 100% del personal de todas las agencias; (ii) visitas semanales a nuevas áreas potenciales identificadas por Agualimpia para levantamiento de prospectos; (iii) generación de red de contactos con líderes sociales; (iv) competencias entre toda la fuerza de ventas, para motivarlos. El próximo semestre se espera lograr: (i) Ampliar la intervención en Lima Norte y expandir CREDIAGUA a mas agencias; (ii) alcanzar los 2,000 créditos desembolsados; (iii) consolidar CREDIAGUA dentro de la fusión EDYFICAR-Mi Banco, (iv) implementar al 100% el sistema de monitoreo de mejoras sanitarias en la fase despliegue

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El proyecto se viene ejecutando de acuerdo a lo planificado. Es importante mencionar que a partir de los obstáculos presentados referidos a la alta rotación del personal, las acciones de mitigación han sido efectivas. La entidad financiera se ha fidelizado con el producto CREDIAGUA, la capacitación y las acciones de seguimiento y monitoreo permanente que el proyecto ha desplegado e intensificado han sido muy pertinentes.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Principales logros: (i) Ingreso a 3 agencias de Arequipa y 5 de Lima Norte con EMF Edyficar; (ii) cierre de fase piloto con 224 desembolsos en Lima; (iii) inicio de la fase despliegue en Lima (666 desembolsos) y Arequipa (223 desembolsos); (iii) 12 ferias de promoción; (iv) alianza con Pavco para desarrollar sesiones de capacitación en gasfitería básica (v) 457 promotores de la EMF capacitados en mejoras sanitarias. No se presentaron dificultades y/o retrasos significativos. Área de mayor dificultad: lograr el compromiso de los líderes de las agencias con el producto CREDIAGUA. La estrategia fue decantar la toma de decisiones desde los gerentes regionales de Edyficar, mostrando los importantes resultados obtenidos en la fase piloto y las oportunidades del producto. Agualimpia ha desarrollado una alianza muy fuerte con el equipo de Edyficar en todos los niveles, desde los tomadores de decisión hasta los promotores. Generando confianza y adaptando el producto a los procesos de la entidad, sentando las bases para la transferencia (y sostenibilidad) de CREDIAGUA. Acciones críticas del próximo semestre: (i) Adaptación a la Fusión de las EMF Edyficar y Mi Banco; (ii) Implementación del sistema de monitoreo en la fase despliegue; (iii) evaluar el ingreso a una nueva región. Los hitos a cumplir son: HITO 7: Desarrollo de 10 ferias de promoción, HITO 8: Desarrollo de estudios de mercado complementarios, HITO 9: 15 capacitados en gasfitería básica.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
Un aspecto relevante observado durante este último semestre ha sido la buena aceptación del producto financiero CREDIAGUA por parte de edificar, en la visita de campo se pudo corroborar el nivel de compromiso para con la promoción y colocación de este producto. Los Promotores de las agencias se encuentran fidelizados, y los gerentes de las Agencias mencionan que el producto tiene alta aceptación.
Un aspecto que no se ha logrado superar es asegurar que las familias inviertan el 100% del crédito solicitado para mejoras sanitarias exclusivamente. Pues en los estudios de la fase piloto, se ha encontrado un porcentaje de familias que destinaron parte del crédito solicitado para otros fines, si bien no es un porcentaje alto, habría que elaborar medidas de mitigación, que en parte garantice utilización del crédito para la mejora sanitaria. es importante mencionar que dado el nivel socio-económico de la familia, muchos de los casos en los que se desvió el crédito para otros fines estaba relacionado a la ocurrencia de alguna desgracia familiar. Otro aspecto importante de trabajar con los promotores de créditos es la generación de incentivos para promover el producto CREDIAGUA, aspecto que deberá ser apoyado por EDYFICAR

Durante este periodo ha sido importante focalizar los servicios en Lima, centralizar los servicios en los distritos de Lima Norte ha sido pertinente. Otro aspecto importante ha sido el haber interactuado con el especialista de Agua y saneamiento, con la finalidad de realizar una visita de campo conjunta con el FOMIN, así como examinar el avance de las actividades.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

		Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planeado	Logrado	Estado
Resultado: Facilitar el acceso a los servicios de agua potable y saneamiento a poblaciones periurbanas de bajos ingresos, mediante la oferta de crédito para mejoras sanitarias en las viviendas,	**R.1**	Número de hogares de las áreas peri-urbanas de la intervención que acceden a servicios nuevos o mejorados de agua potable y saneamiento al interior de sus viviendas.	0	100	1000		2000	115	
			Mar. 2014	Mar. 2015	Mar. 2016		Mar. 2017	Dic. 2014	
	R.2	Número de hogares que han accedido a microcréditos para mejorar los servicios sanitarios en sus viviendas.	0	100	1000		2000	1103	
			Mar. 2014	Mar. 2015	Mar. 2016		Mar. 2017	Dic. 2014	
	R.3	Porcentaje de hogares que implementaron mejoras sanitarias cumpliendo estándares de calidad acordados y	0				80	69	

la creación de la demanda por estos servicios básicos y la concientización para la mejora en las prácticas de higiene.		definidos por el proyecto.	Mar. 2014				Mar. 2015	Dic. 2014	
	R.4	Número de hogares que adoptan prácticas sanitarias adecuadas.	0 Mar. 2014				70 Mar. 2015	62 Dic. 2014	

Componente 1: Promoción de la demanda de mejoras sanitarias a través de microcréditos **Peso:** 25% **Clasificación:** Satisfactorio	C1.I1	Número de localidades seleccionadas para la realización de las campañas de promoción (dos por región)	0 Mar. 2014				6 Mar. 2015	8 Dic. 2014	En curso
	C1.I2	Plan estratégico desarrollado para la realización de la campaña de promoción en las áreas de intervención.	0 Mar. 2014				1 Mar. 2015	1 Abr. 2014	Finalizado
	C1.I3	Número de visitantes a las ferias de Promoción "Mejoras Sanitarias en viviendas periurbanas: Salud y Economía".	0 Mar. 2014	480 Mar. 2015	2500 Mar. 2016		5000 Mar. 2017	1939 Dic. 2014	En curso
	C1.I4	Numero de ferias regionales implementadas dentro de la campaña de promoción	0 Mar. 2014				24 Mar. 2017	15 Dic. 2014	En curso

Componente 2: Fortalecimiento de la Oferta Técnica para mejoras sanitarias, y Asistencia Técnica a entidades microfinancieras para la promoción de la oferta demicrocréditos. **Peso:** 64% **Clasificación:** Insatisfactorio	C2.I1	Número de regiones periurbanas donde se desarrolla el programa y donde se ofertan productos adecuados para las zonas periurbanas de intervención para la realización de mejoras sanitarias.	0 Mar. 2014				3 Mar. 2015	1 Dic. 2014	En curso
	C2.I2	Estrategia de seguimiento a los créditos otorgados a los hogares elaborada	0				1 Mar. 2015	1 Abr. 2014	Finalizado
	C2.I3	Número de estudios de mercado / estudios técnicos sobre habilitación de agua y saneamiento realizados	0 Mar. 2014				3 Mar. 2015	2 Oct. 2014	En curso
	C2.I4	Número de pobladores y maestros de obra capacitados en gasfitería básica para instalaciones sanitarias en el hogar	0 Mar. 2014	24 Mar. 2015			60 Mar. 2016	222 Nov. 2014	En curso
	C2.I5	Número de productos de microcrédito diseñados para las poblaciones objetivo	0 Mar. 2014	1 Mar. 2014			2 Mar. 2017	1 Jun. 2014	En curso
	C2.I6	Estudio Técnico para definición de al menos 5 categorías de soluciones sanitarias periurbanas realizado.	0				1 Mar. 2015	1 May. 2014	Finalizado
	C2.I7	Número de promotores de las entidades microfinancieras capacitados en promoción de productos financieros para mejoras sanitarias adaptada a las poblaciones objetivo.	0 Mar. 2014	5 Mar. 2015			15 Mar. 2016	516 Dic. 2014	En curso
	C2.I8	Número de visitas de prospección realizadas por parte de personal de las entidades micro-financieras y supervisores para la promoción de los créditos para mejoras sanitarias, en viviendas de zonas periurbanas.	0 Mar. 2014	100 Mar. 2015	1000 Mar. 2016		2000 Mar. 2017	167 Dic. 2014	En curso
	C2.I9	Número de visitas que componen la muestra aleatoria del universo de hogares que han accedido al crédito para mejoras sanitarias; se verifica la funcionalidad y calidad de la mejora implementada, por parte de los monitores del proyecto.	0	100 Mar. 2015	200 Mar. 2016		300 Mar. 2017		

Componente 3: Sistematización, generación de conocimiento y diseminación **Peso:** 11% **Clasificación:** Satisfactorio	C3.I1	Número de representantes que reciben información del proyecto microcréditos para mejoras sanitarias.	0 Mar. 2014	100 Mar. 2015	150 Mar. 2016		200 Mar. 2017		
	C3.I2	Numero de eventos nacionales realizados para diseminar el enfoque	0 Mar. 2014	1 Mar. 2016			2 Mar. 2017		
	C3.I3	Número de eventos internacionales donde se participa para difusión del proyecto microcréditos para mejoras sanitarias	0 Mar. 2014				2 Mar. 2016		
	C3.I4	Caso de Estudio publicado	0 Mar. 2014				1 Mar. 2017		

Hitos		Planeado	Fecha de cumplimiento	Logrado	Fecha alcanzada	Estado
H0	Estudio categorización de opciones técnicas de mejoras sanitarias	1	Abr. 2014	1	Abr. 2014	Logrado
H1	Línea de Base	1	May. 2014	1	Jun. 2014	Logrado tarde
H2	Estudio Productos financieros Documento de productos financieros para mejoras sanitarias	1	Jun. 2014	1	Jun. 2014	Logrado
H3	Estudio de mercado	1	Jun. 2014	1	Jun. 2014	Logrado
H4	Condiciones previas	1	Sep. 2014	8	Abr. 2014	Logrado
H5	Ferias de Promoción "Mejoras Sanitarias en viviendas peri-urbanas"	3	Oct. 2014	4	Oct. 2014	Logrado
H6	Créditos otorgados para mejoras sanitarias	100	Dic. 2014	224	Dic. 2014	Logrado
H7	Ferias de promoción "Mejoras sanitarias en viviendas peri-urbanas"	10	Abr. 2015			
H8	Estudios de mercado en zonas de intervención de Arequipa y Trujillo	2	Abr. 2015			
H9	Emprendedores identificados y asociados por el Programa de Capacitación	15	Abr. 2015			
H10	Créditos otorgados para mejoras sanitarias y se han implementado las mejoras sanitarias	1000	Oct. 2015			
H11	Ferias de promoción "Mejoras sanitarias en viviendas peri-urbanas"	24	Abr. 2016			
H12	Estudio de caso	1	Oct. 2016			
H13	Créditos otorgados para mejoras sanitarias y mejoras sanitarias implementadas	2000	Oct. 2016			

FACTORES CRÍTICOS QUE HAN AFECTADO EL DESEMPEÑO

[No se reportaron factores para este período]

SECCIÓN 4: RIESGOS

RIESGOS MÁS RELEVANTES QUE PUEDEN AFECTAR EL DESEMPEÑO FUTURO

	Nivel	Acción de mitigación	Responsable
1. Las familias beneficiarias no utilizan y mantienen adecuadamente los servicios instalados.	Medio	Capacitacion en el uso de los sistemas a las familias	Invitado Proyecto
2. Las familias de bajos ingresos económicos no están motivadas a conectarse a las redes públicas y/o a construir sus baños o mejorar sus servicios sanitarios instalados.	Medio	Realizacion de campanyas para promocionar las alternativas	Invitado Proyecto
3. Las EPS/gobiernos locales/gobierno central no se comprometen con la ejecución de los	Medio	Trabajo de coordinacion continuo y dialogo con las EPS y seleccion de las zonas de intervencion en las que haya un compromiso	Invitado Proyecto

proyectos de ampliación de redes públicas para agua potable y saneamiento en zonas periurbanas.			
4. Las EPS/gobiernos locales/gobierno central no logran llegar con el servicio agua potable y saneamiento a zonas periurbanas.	Baja	Coordinacion y dialogo con los actores y seleccion de las zonas de intervencion con planes y/o redes construidas	Invitado Proyecto
5. No se genera una corriente de opinión a favor de las alianzas público-privadas para atender las necesidades de agua y saneamiento en hogares de localidades periurbanas.	Baja	Establecimiento de alianzas y eventos de diseminacion de resultados	Invitado Proyecto

NIVEL DE RIESGO DEL PROYECTO: Baja **NÚMERO TOTAL DE RIESGOS:** 10 **RIESGOS VIGENTES:** 7 **RIESGOS NO VIGENTES:** 0 **RIESGOS MITIGADOS:** 3

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: P - Probable

FACTORES CRÍTICOS QUE PUEDEN AFECTAR LA SOSTENIBILIDAD DEL PROYECTO

[No se reportaron factores para este período]

Acciones realizadas o a ser implementadas relativas a la sostenibilidad:

Agualimpia concibió la transferencia de capacidades, conocimientos e instrumentos desde el inicio del proyecto, como base de la sostenibilidad de CREDIAGUA más allá nuestra intervención. Algunas de las principales acciones relativas a la sostenibilidad de CREDIAGUA son:
-La EMF es la única responsable por el otorgamiento de los créditos, desde el desarrollo de los prospectos hasta el desembolso del crédito mismo. El proyecto, a través de promotores de Agualimpia, potencia la capacidad de los promotores de la EMF para ampliar su alcance a nuevas zonas potenciales, para construir nuevas redes de contactos con líderes sociales, para identificar oportunidades de mejoras sanitarias y promocionarlas, y para manejar bases de datos en zonas periurbanas.
-Agualimpia ha desarrollado alianzas win-win con proveedores de productos de saneamiento para promover la calidad en la construcción de mejoras sanitarias. Estas alianzas son trasladadas a la EMF para su continuidad.
-Agualimpia realiza la vigilancia de la efectividad de las mejoras sanitarias (sistema de monitoreo) bajo condiciones normales de otorgamiento de créditos. Ello permitirá identificar los puntos que la EMF puede fortalecer.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativa a	Autor
1. Créditos convertidos en mejoras sanitarias Una de las hipótesis del proyecto es que se puede promocionar créditos de mejora sanitaria desde la labor propia del promotor de la EMF. A la fecha, se comprueba que se logra un 69% de créditos que efectivamente se destinan a mejorar las instalaciones sanitarias del hogar con esta forma de promoción.	Implementation	Bautista, Luz Patricia Patricia
2. Importancia de la mujer en la toma de decisión En Lima el 41% de los créditos desembolsados se otorgaron a mujeres. En Arequipa, las mujeres fueron el 47%. Aún así, en las visitas de levantamiento de prospectos en las zonas periurbanas se evidencia que las mujeres son quienes empujan la decisión de optar por un crédito para mejoras sanitarias.	Implementation	Bautista, Luz Patricia Patricia
3. Inversión en mejoras sanitarias definitivas Si bien el proyecto se ha orientado a zonas con acceso a redes de agua y saneamiento definitivas y con servicio de la empresa proveedora (SEDAPAL/SEDAPAR) también se identificaron casos de mejoras sanitarias con servicios parciales/progresivos. Aún así, se observa que la decisión de inversión es mas rápida y a mayor escala cuando se trata de servicios definitivos.	Implementation	Bautista, Luz Patricia Patricia
4. La población peri urbana de Lima y Arequipa prefiere la autoconstrucción. CREDIAGUA se planteó desde el diseño ser una herramienta flexible, tanto para la EMF como para el cliente. El abanico de posibilidades de CREDIAGUA iba desde la construcción total por un tercero, pasando por un crédito amarrado a la entrega de materiales, hasta un crédito de libre disponibilidad. A la fecha, se evidencia que esta última opción es la que mas se ajusta a los requerimientos de la población periurbana.	Design	Bautista, Luz Patricia Patricia