Fondo Multilateral de Inversiones
Miembro del Grupo BID

REPORTE DE ESTADO DEL PROYECTO

ENERO 2016 - JUNIO 2016

SECCIÓN 1: SÍNTESIS DEL PROYECTO

NOMBRE DEL PROYECTO: Microcredito para conexiones de agua

Nro. Proyecto: PE-M1081 - Proyecto No.: ATN/ME-14197-PE

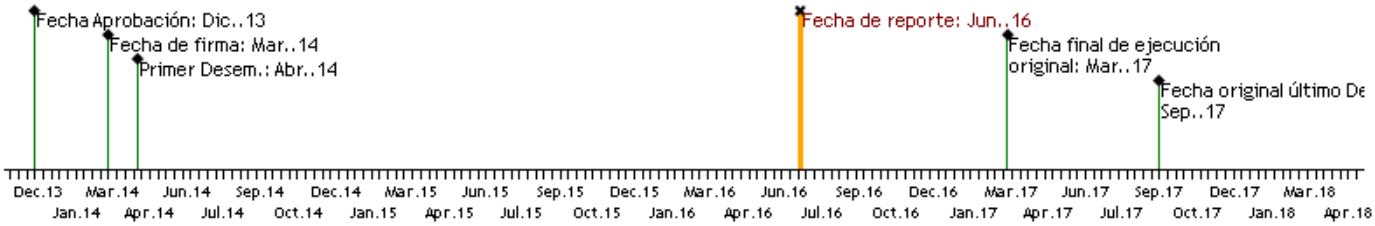
Propósito: Facilitar el acceso a los servicios de agua potable y saneamiento a poblaciones periurbanas de bajos ingresos, mediante la oferta de crédito para mejoras sanitarias en las viviendas, la creación de la demanda por estos servicios básicos y la concientización para la mejora en las prácticas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

País Administrador	País Beneficiario
PERÚ	PERÚ

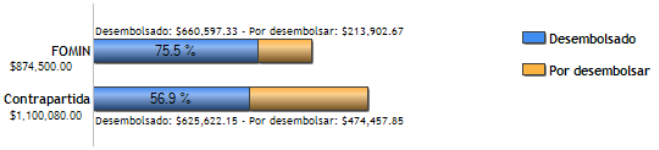
Agencia Ejecutora: Agualimpia

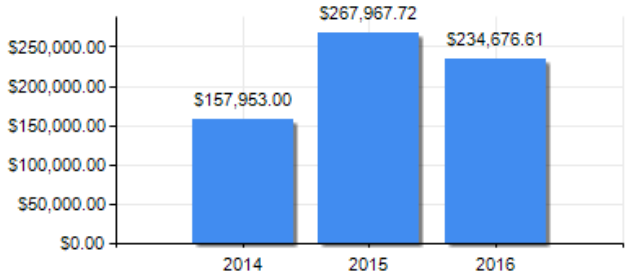
Líder equipo de diseño: CELIA BEDOYA DEL OLMO
Líder equipo de supervisión: ELIZABETH MINAYA

CICLO DEL PROYECTO

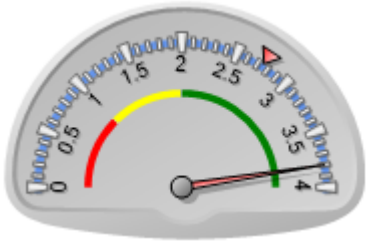


RECURSOS

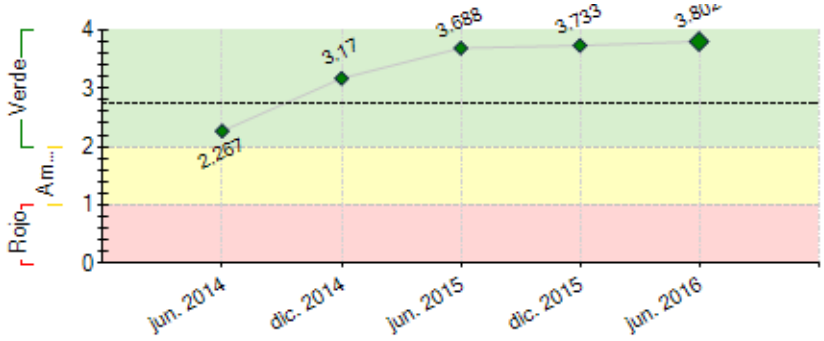




PUNTAJE DE DESEMPEÑO



Puntaje actual: Satisfactorio: 3.802
Promedio FOMIN: 2.75

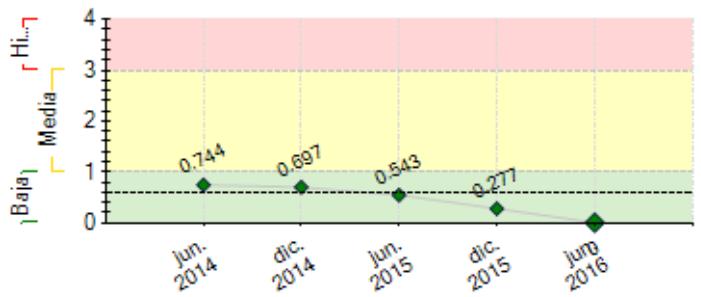


----- Promedio desempeño FOMIN

RIESGOS EXTERNOS

CAPACIDAD INSTITUCIONAL

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



---- Promedio de riesgo FOMIN: 0.601

SECCIÓN 2: DESEMPEÑO

Resumen del desempeño del proyecto desde el inicio

Principales logros: (i) 25,164 CREDIAGUA desembolsados, 60% mejoras sanitarias, (ii) CREDIAGUA con tres EMF; Edyficar, Mi Banco y Financiera Confianza. (ii) Intervención en 6 regiones, 16 localidades y 46 agencias, (iv) 252 ferias de promoción con 27,322 participantes; (iv) 2199 pobladores y maestros de obra capacitados en 63 sesiones de gasfitería básica (v) 1653 promotores de 46 agencias de las EMF´s capacitados en promoción de CREDIAGUA, (vi) 05 estudios técnicos de Agua y Saneamiento: Cusco Ciudad, Manchay, Huaycán, Lima Norte y Arequipa ciudad y 1 estudio de mercado en Lima Metropolitana. **Dficultades u obstáculos**: Ninguno significativo: (i) resistencia inicial de las agencias ante a salida de los promotores de CREDIAGUA que les brindaban asistencia técnica. (ii) incremento del número de CREDIAGUA sin mejora sanitaria. Para solucionar estos obstáculos se hizo lo siguiente (i) Brindar asistencia técnica directa a la oficina Central de la MF y transferir los instrumentos de gestión de CREDIAGUA; (ii) incorporación en el sistema informático de la MF de detalles sobre el destino proyectado del crédito para la mejor identificación de créditos. **Próximas acciones**: (i) Pasantía para transferir las estrategias del proyecto a otras agencias del país de la EMF y a otras EMF interesadas. (ii) superar los 30,000 CREDIAGUA desembolsados y el 60% de eficacia, manteniendo altos índices de operatividad y mejoras prácticas sanitarias en aquellas que involucren baños nuevos o mejorados.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora
El modelo del proyecto ha generado el interés y la replicabilidad de varias IMFs, se han superado las metas de resultado e impacto del proyecto, por lo que se acordó que los semestres del año 2016 sean de utilidad para la sistematización y la difusión del proyecto. Alta performance del equipo de ejecución, muy buena capacidad técnica y financiera. La trasferencia se ha realizado a partir de la potencia del modelo. Un aspecto a destacar es que el proyecto va más allá de ser un producto potente e interesante para el sistema financiero, el acceso al agua y saneamiento de la población vulnerable es el foco principal que se pretende atender.

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses

Resumen del desempeño del proyecto en los últimos seis meses. Principales logros: (i) Consolidación en 6 regiones; Lima Sur, Lima Este, Lima Norte, Callao, Arequipa y Cusco, (ii) Inicio de intervención con Financiera Mibanco en 9 agencias en Cusco. (iii) Fin de asistencia técnica directa en Lima Norte y Callao con Mi Banco; transferencia de estrategias y actividades en Arequipa con Mi Banco y en Lima Este/sur con Confianza. (iv) 106 ferias de promoción CREDIAGUA con población (v) 820 personas en 25 sesiones de capacitación en gasfitería Arequipa/Cusco, (vi) 534 promotores de las EMF capacitados en 13 sesiones, (vii) 01 Video publicado. No se presentaron dificultades y/o retrasos significativos. Acciones críticas del próximo periodo: (i) Cierre de actividades en todas las agencias de Lima, Cusco y Arequipa, (ii) Inicio de la etapa de pasantías para transferir las estrategias y lecciones aprendidas del proyecto a todas las EMF´s interesadas, (iii) Desarrollo de 02 mesas redondas, 01 Evento Nacional y participación en 02 eventos internacionales, (iv) Desarrollo de documento sistematización y nota técnica.

Comentarios del líder de Equipo de Supervisión

De acuerdo con los comentarios de la Agencia Ejecutora

La sistematización del modelo, la difusión y visibilidad del mismo del mismo sumada la agenda política del presidente actúa "Agua para todos" es un escenario favorable para escalar el modelo.

La evaluación final, actividades de incidencia y difusión así como la sistematización del proyecto son aspectos claves y relevantes para el próximo periodo.

De otro lado, es importante mencionar que la capacidad flexibilidad del equipo de trabajo por parte de Agua Limpia es notable y muy satisfactoria.

Finalmente este modelo fue seleccionado entre uno de los 8 mejores del FOMIN en la región en el presente semestre, aspecto muy destacable.

Contamos con un modelo flexible que se adpata a la pobreza de los sectores urbano populares.

SECCIÓN 3: INDICADORES E HITOS

Propósito: 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.

	Indicadores	Línea de base	Intermedio 1	Intermedio 2	Intermedio 3	Planificado	Logrado	Estado
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 Mar. 2014	100 Mar. 2015	1000 Mar. 2016		2000 Mar. 2017	7125 Oct. 2015	
R.2	Número de hogares que han accedido a microcréditos para mejorar los servicios sanitarios en sus viviendas.	0 Mar. 2014	100 Mar. 2015	1000 Mar. 2016		2000 Mar. 2017	25164 Jun. 2016	
R.3	Porcentaje de hogares que implementaron mejoras sanitarias cumpliendo estándares de calidad acordados y definidos por el proyecto.	0 Mar. 2014				80 Mar. 2015	89.6 Oct. 2015	
R.4	Número de hogares que adoptan prácticas sanitarias adecuadas.	0 Mar. 2014				70 Mar. 2015	89.2 Oct. 2015	

Componente 1: Promoción de la demanda de mejoras sanitarias a través de microcréditos

Peso: 25%

Clasificación: Muy Satisfactorio

C1.I1	Número de localidades seleccionadas para la realización de las campañas de promoción (dos por región)	0 Mar. 2014				6 Mar. 2015	16 Mar. 2016	Finalizado
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	27322 Jun. 2016	Finalizado
C1.I4	Numero de ferias regionales implementadas dentro de la campaña de promoción	0 Mar. 2014				24 Mar. 2017	252 Jun. 2016	Finalizado

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: Muy Satisfactorio

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	6 Mar. 2016	Finalizado
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	5 Dic. 2015	Finalizado
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	2199 Jun. 2016	Finalizado
C2.I5	Número de productos de microcrédito diseñados para las poblaciones objetivo	0 Mar. 2014	1 Mar. 2014			2 Mar. 2017	3 Ene. 2016	Finalizado
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	1653 Jun. 2016	Finalizado
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	4696 Abr. 2015	Finalizado
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	1267 May. 2016	En curso

Componente 3: Sistematización, generación de conocimiento y diseminación

Peso: 11%

Clasificación: Muy 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	150 Oct. 2015	En curso
C3.I2	Numero de eventos nacionales realizados para diseminar el enfoque	0 Mar. 2014	1 Mar. 2016			2 Mar. 2017	1 Sep. 2015	Finalizado
C3.I3	Número de eventos internacionales donde se participa para difusión del proyecto microcréditos para mejoras sanitarias	0 Mar. 2014				2 Mar. 2016	2 Mar. 2016	Finalizado
C3.I4	Caso de Estudio publicado	0 Mar. 2014				1 Mar. 2017	1 Jun. 2016	En curso

	Hitos	Planificado	Fecha Vencimiento	Logrado	Fecha en que se logró	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	8	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	18	Abr. 2015	Logrado
H8	Estudios de mercado en zonas de intervención de Arequipa y Trujillo	2	Abr. 2015	2	Abr. 2015	Logrado
H9	Emprendedores identificados y asociados por el Programa de Capacitación	15	Abr. 2015	15	Abr. 2015	Logrado
H10	Créditos otorgados para mejoras sanitarias y se han implementado las mejoras sanitarias	1000	Oct. 2015	8546	Ago. 2015	Logrado
H11	Ferias de promoción "Mejoras sanitarias en viviendas peri-urbanas"	24	Abr. 2016	182	Abr. 2016	Logrado
H12	Créditos otorgados para mejoras sanitarias y mejoras sanitarias implementadas	2000	Oct. 2016			
H13	Instrumentos de Visibilizacion del proyecto	2	Oct. 2016			
H14	Mesas Tecnicas	2	Oct. 2016			
H15	[*] Estudio de caso	1	Dic. 2016			

[*] Indica que el hito ha sido reformulado

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

SECCIÓN 5: SOSTENIBILIDAD

Probabilidad de que exista sostenibilidad después de terminado el proyecto: MP - Muy 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:

La sostenibilidad de CREDIAGUA en las EMF se basa en dos principios básicos: i) Es un producto fidelizador y ii) es un producto de apertura de nuevos mercados. FIDELIZADOR: En el primer caso, CREDIAGUA ha demostrado tener tasas de morosidad bajas en relación a otros productos de la EMF, menores al 1%. Así mismo, se han verificado clientes que reportaron 2 y hasta 3 créditos durante el periodo de evaluación del proyecto. NUEVOS MERCADOS: La estrategia que ha empleado CREDIAGUA es penetrar mercados inexplorados, desapercibidos o ignorados por la fuerza de ventas de la MF, creando nuevas redes de contacto entre los vendendores de la EMF y las organizaciones sociales. Ambos principios han sido reforzados con una serie de instrumentos como: Sistema de Monitoreo, formatos de planificación, manuales de capacitación en CREDIAGUA y gasfitería, entre otros, los cuales son transferidos a la MF.
En este periodo se ha culminado el proceso de asistencia técnica directa a las agencias de Lima Norte, lo que permitirá evaluar al final del proyecto si los instrumentos son utilizados y los principios identificados son válidos luego de 4 meses sin intervención directa del proyecto.

SECCIÓN 6: LECCIONES PRÁCTICAS

	Relativo a	Autor
1. Mibanco ha incorporado el crédito para mejoras sanitarias dentro de su sistema de reporte; lo que permite llevar un eficiente control de los créditos que se otorgan para estás mejoras. Se ha desarrollado un curso sobre los créditos para mejoras sanitarias, sus estrategias, modos de reportar y beneficios que ha sido tomado por todo el personal de Mibanco a nivel nacional.	Sustainability	Bautista, Luz Patricia Patricia
2. El proyecto ha generado nuevas capacidades en el personal de las E.M.F. como: el reconocimiento de zonas potenciales en los AA.HH. para la prospección, desarrollo de diversos eventos como ferias y campañas, mejorar las competencias de comunicación para la venta, empoderar al personal desde los gerentes hasta los promotores de campo, uso de herramientas que les permiten obtener y sistematizar mejor la información, entre otros.	Sustainability	Bautista, Luz Patricia Patricia
3. Para que las E.M.F. continúen otorgando créditos para mejoras sanitarias es fundamental el compromiso efectivo de la alta gerencia. Estableciendo directivas, estrategias y metas a nivel regional y por agencia para la colocación de créditos para mejoras sanitarias. Para lograr este compromiso se ha trabajado desde la alta dirección hasta la fuerza de ventas; capacitándolos constantemente en las estrategias definidas hasta lograr que los propios gerentes se apropien de ellas y le den continuidad una vez culminada la intervención del proyecto.	Sustainability	Bautista, Luz Patricia Patricia