



LE GOUVERNEMENT
DU GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG
Ministère de l'Environnement, du Climat
et du Développement durable

ESTUDIO DE CASOS



Caso de Estudio

FUSAI

Línea de crédito verde

I. Reseña de la institución¹

Fundación Salvadoreña de Apoyo Integral (FUSAI), cuenta con más de 28 años de existencia. Tiene como objetivo contribuir a la mejora de la calidad de vida en los asentamientos vulnerables, en situación de pobreza y extrema pobreza, mediante la provisión de servicios básicos, la mejora de las condiciones de saneamiento ambiental, la infraestructura local y la reducción sustantiva del déficit habitacional de El Salvador.

FUSAI EN CIFRAS A DICIEMBRE 2022



de clientes:

8,857



\$ Cartera:

\$ 2,709,471



% clientas mujeres:

66%



% clientes rurales:

75%

¹ Reporte trimestral de monitoreo financiero diciembre 2022 <https://www.mifindex.org/publicaciones.aspx>

II. Descripción del proyecto

FUSAI diseña una línea de crédito verde para facilitar el acceso a familias de bajos ingresos para la adquisición de productos que mejoren las condiciones de vida para agua, saneamiento y energía alternativa. Dicho proyecto surge con el objetivo resolver las problemáticas relacionadas con la salud, higiene, abastecimiento de agua, captación de agua pluvial, purificación de agua, manejo de desechos, uso de productos alternativos para cocinar con leña, aprovechamiento solar y disminución de los costos de energía eléctrica.

Bajo este contexto FUSAI diseña una línea de crédito verde adaptada a las necesidades de los clientes para la adquisición de productos de agua, saneamiento y energía alternativa para mejorar la calidad de los clientes y por lo tanto de las comunidades en términos de crecimiento, desarrollo, económico, social y ambiental de las comunidades atendidas.

Modelo del Programa Social Comunitario



Para el desarrollo del proyecto de línea de crédito verde FUSAI utiliza uno de sus ejes de trabajo, el modelo de Programa Social Comunitario (PSC), el cual existe desde hace 10 años y ha traído resultados favorables para el mejoramiento de la calidad de vida de las familias de escasos recursos económicos, por medio de créditos individuales con garantía solidaria que contribuyan a su desarrollo económico y social.

El PSC está conformado por organizaciones locales y voluntarios comunitarios, quienes se caracterizan por ser líderes de las comunidades de intervención, juegan un papel importante para el desarrollo del proyecto ya que promueven el acceso a productos y servicios financieros útiles y asequibles que satisfacen sus necesidades acompañadas de programas de formación y capacitación.

Cabe destacar que, los líderes de las comunidades dan a conocer los beneficios y requisitos del programa, al mismo tiempo se encargan de la preselección de los potenciales clientes, realizan prospectación, sensibilización, así como también evalúan la moral de pago, el nivel de riesgo crediticio según sus hábitos, ingresos, estabilidad, historial crediticio, carácter y capacidad de pago.

Alianza KIVA-FUSAI

Desde el año 2008 FUSAI realizó una alianza estratégica con KIVA como fondeador para otorgar créditos bajo la línea de crédito verde a familias pobres por medio del PSC.

Por tal razón, una parte de los desembolsos a clientes de los productos de la línea de crédito verde de FUSAI, fue otorgado con fondos KIVA, dichos fondos se caracterizan por ser abierta y revolvente, donde FUSAI puede volver a disponer de estos fondos una vez que los clientes hayan pagado los créditos. carácter rotativo. Los créditos son otorgados mediante garantía solidaria entre los miembros que conforman el grupo comunal.

Para la realización del proyecto de línea verde, FUSAI estructuró un esquema integral que permitió la ejecución y seguimiento adecuada.

Gráfica 1.

Modelo de implementación del proyecto línea de crédito verde

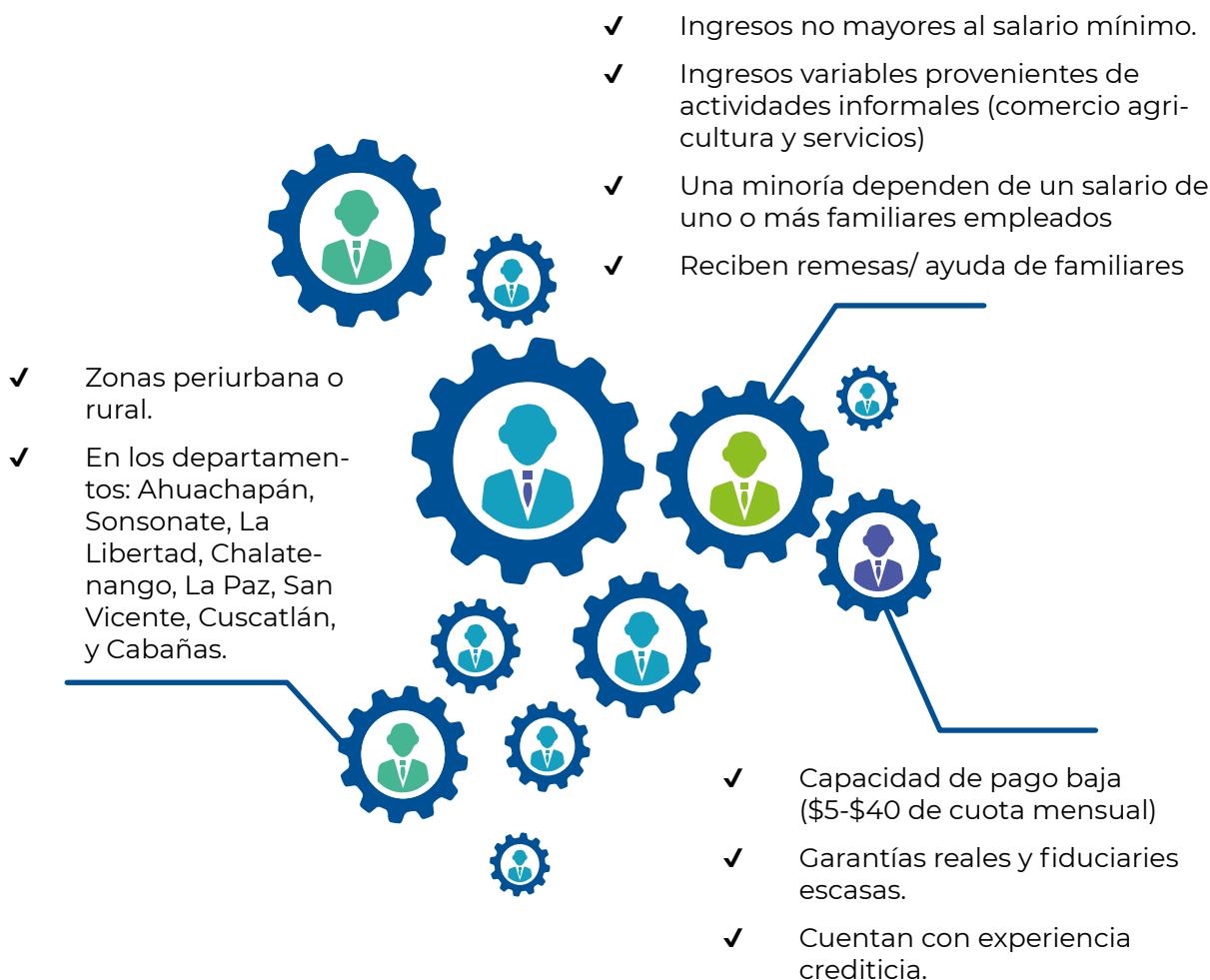


1 Diseño de la línea de crédito verde

Para el diseño de la línea de crédito verde, FUSAI realizó un **sondeo de mercado** que le permitió conocer la caracterización de los segmentos objetivos y así crear los productos financieros adecuados, incentivar la demanda de los productos y tecnologías en agua, saneamiento y energía alternativa.

Como resultado del sondeo de mercado se definió el perfil del cliente objetivo para la línea de crédito verde, el cual se muestra en la gráfica 2,


Gráfica 2. Perfil del cliente para la línea de crédito verde



Por otra parte, según se detectó que las principales necesidades de atención en estas zonas eran: contribuir a resolver los problemas de abastecimiento, captación y calidad de agua, reducir los costos de energía y apoyar a la mitigación del cambio climático. En este sentido FUSAI creó la línea de crédito verde enfocada en dos productos, en agua y saneamiento y energía alternativa.

Gráfica 3. Destinos de financiamientos de la línea verde FUSAI

Agua y saneamiento

- 
- » Accesorios para mejoramiento del servicio de agua y saneamiento.
 - » Tanques de captación.
 - » Almacenamiento de agua.
 - » Bombas para pozo.
 - » Inodoros, duchas y baños.
 - » Fosas sépticas.
 - » Pozos sumideros de drenaje eficientes.

Energía alternativa

- 
- » Energía fotovoltaica.
 - » Biogás.
 - » Ahorradores de leña.
 - » Lámparas solares.
- 
- » Paneles fotovoltaicos.
 - » Bombas solares.
- 
- » Biodigestores.
 - » Focos ahorradores.
 - » Electrodomésticos ahorradores.

Como parte de la metodología implementada por FUSAI, una vez que es aprobado un crédito se procede a elaborar el expediente digital de cada uno de los integrantes de los grupos, así como la fotografía de antes y después del plan de inversión para elaborar la historia y poder sistematizar en impacto en la vida de los clientes.



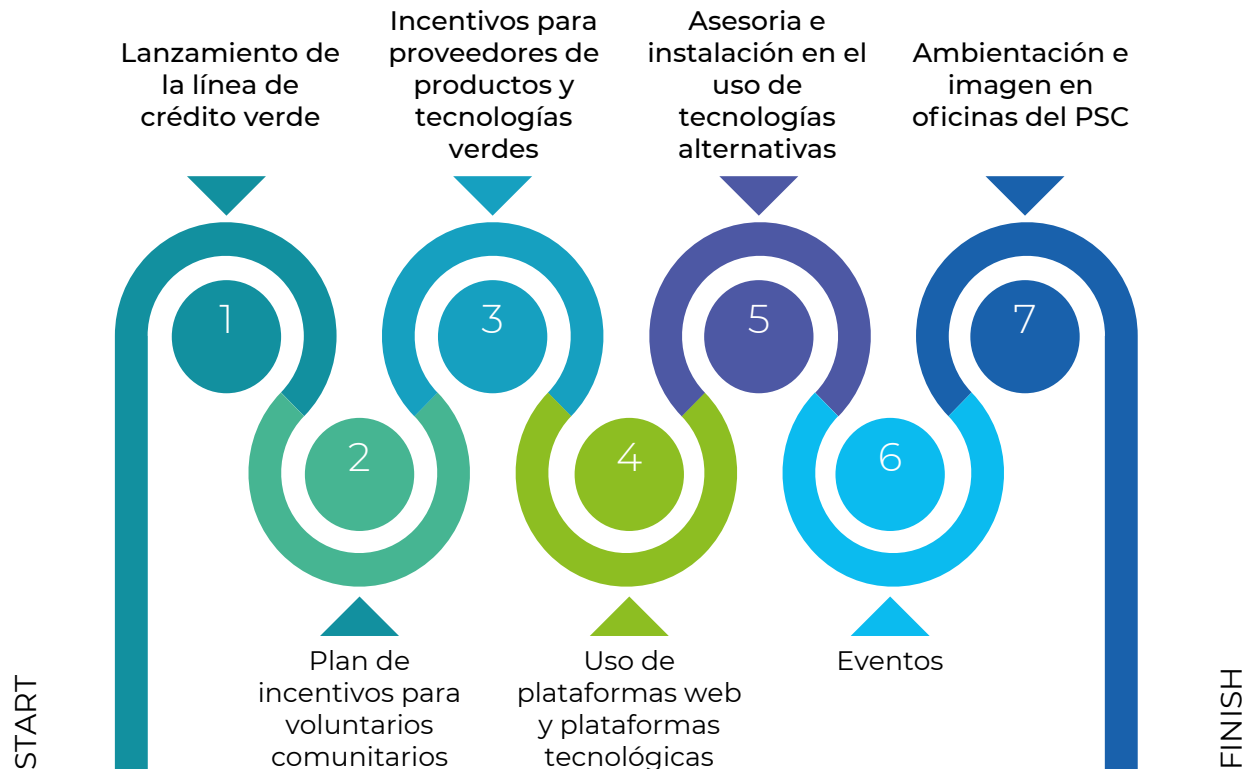
2 Capacitación al personal del PSC

La capacitación al personal del PSC ha sido elemental en el desarrollo de la línea verde de FUSAI, ya que les permite contribuir al posicionamiento de la línea de crédito, para esto se realizó las siguientes actividades.

2.1 Diseño de estrategia de comercialización

Con el objetivo de posicionar la línea de crédito verde de FUSAI en las comunidades de integración de los PSC, FUSAI creó una estrategia de comercialización con atributo diferenciados, acompañado de elementos de promoción atractivos para los clientes, a continuación, se detalla la estrategia de comercialización para línea verde de FUSAI

Gráfica 4. Estrategia de comercialización para Línea verde de FUSAI



1

Lanzamiento de la línea de crédito verde, demostración de productos a ofrecer seleccionando productos y tecnologías adecuadas al segmento a atender, se inicia la introducción de productos, herramientas y metodologías ecológicas que disminuyen el impacto al medio ambiente.

2

Incentivo para voluntarios comunitarios que promueven o coloquen productos y tecnologías verdes.

- 3 Incentivo por parte de la oferta (premios, reconocimientos, sistemas de puntos).
- 4 Videos digitales, materiales publicitarios, concursos por WhatsApp.
- 5 Asesoría por parte de los proveedores
- 6 Presencia en ferias, encuentros comunitarios, comités informativos, showroom de productos.
- 7 Diseño de un espacio verde dentro de las oficinas con el uso de banner, brochure, catálogos de soluciones, utilización de pantallas, flyers, etc.

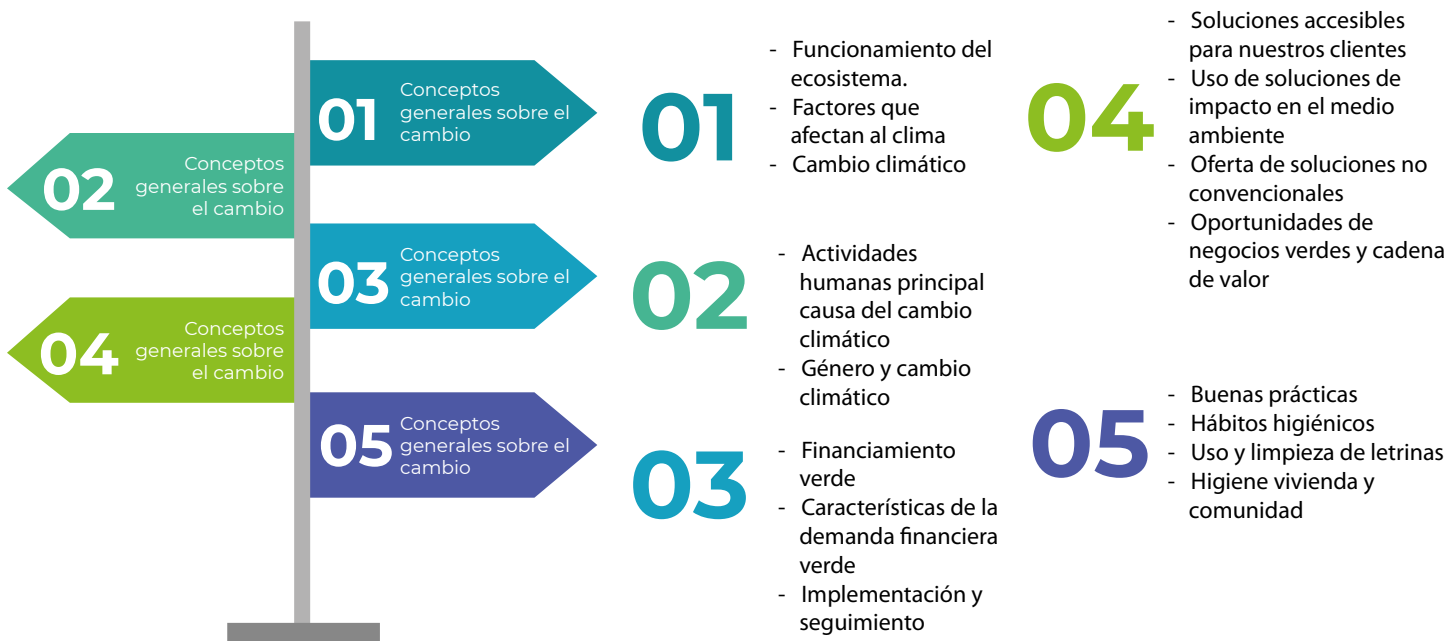
2.2 Metodología KIVA-FUSAI

Para fortalecer los conocimientos relacionadas con la metodología crediticia, FUSAI creó un plan de entrenamiento tomando en cuenta normativas crediticias, uso de los instrumentos para la documentación de las historias de los clientes, análisis de los créditos grupales e individuales, en total se capacitaron 22 asesores y 6 jefes de agencias.

2.3 Capacitación sobre de productos verdes

Para desarrollar el impulso en la colocación de los productos de la línea de crédito verde, se realizaron procesos formativos con enfoque participativo en donde se sensibilizó sobre temas de seguridad hídrica y energía alternativa, durante las capacitaciones se abordaron los siguientes ejes temáticos:

Gráfica 5. Contenido de las capacitaciones



Plataformas tecnológicas



La tecnología se ha convertido en una herramienta muy valiosa para FUSAI, ya que le permite tener un mayor alcance utilizando medios o herramientas de fácil asimilación, puesto que son las que utilizan en su vida cotidiana. En este sentido FUSAI ha aprovechado la tecnología para fortalecer las capacidades de los voluntarios comunitarios, clientes y del mismo personal a través de distintas metodologías, canales e iniciativas.



En primer lugar, FUSAI utiliza las redes sociales (WhatsApp, Facebook e Instagram) para realizar campañas de comunicación sobre el cuidado del medio ambiente por medio de mensajes motivadores, sensibilizadores y educativos, la campaña tuvo por nombre Yo soy verde, dicha campaña se caracterizó por ser participativa e involucrar a los voluntarios comunitarios en temas de manejo de desechos, educación ambiental, reciclaje y agricultura orgánica. Las campañas en redes sociales vienen acompañadas de revisión constante y seguimiento continuo para determinar el nivel de alcance logrado.

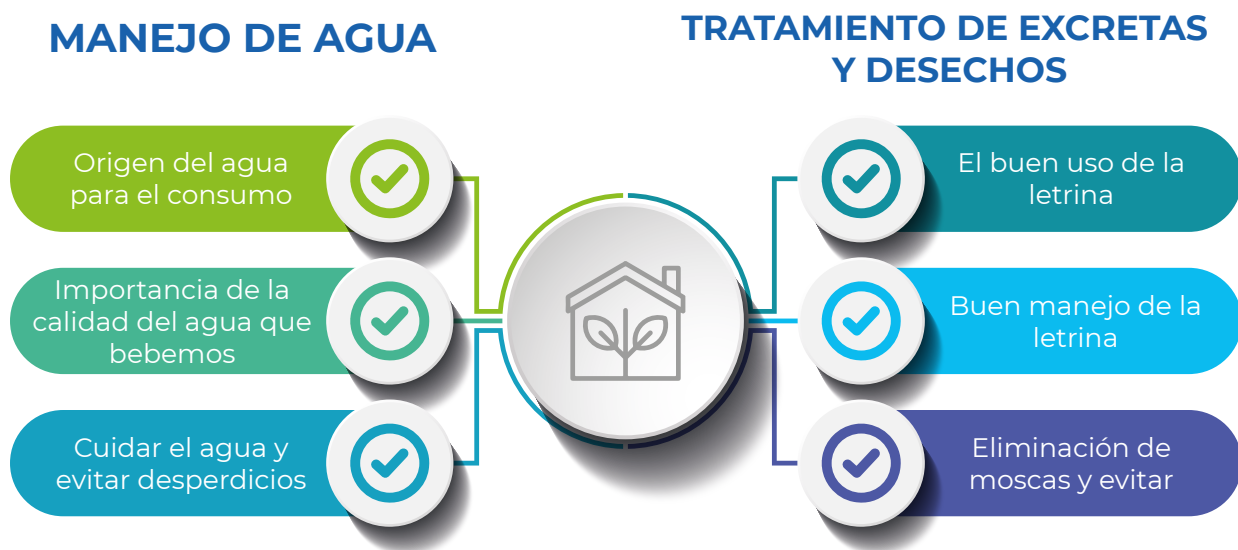


Adicionalmente la institución realizó una serie de micro videos animados para dar a conocer los productos verdes, promover el uso de nuevas tecnologías en agua, saneamiento, energía alternativa y su impacto en el medio ambiente, los videos fueron realizados a través de imágenes atractivas y vocabulario sencillo para captar la atención de los clientes y de forma paralela faciliten el proceso de aprendizaje.



Otra de las actividades realizadas fue el diseño de cápsulas educativas e informativas sobre mitigación del cambio climático y medio ambiente, esta temática fue abordada en 2 módulos de 3 sesiones cortas entre 15 y 20 minutos. Para el desarrollo de estas cápsulas se implementó una metodología vivencial la que se apta y adecuada para transmitir conocimientos y aprendizajes a personas adultas, dicha metodología está enfocada en: aspectos teóricos, elementos visuales, la escucha y la vivencia tomando en consideración elementos prácticos y cotidianos.

Gráfica 6. Temáticas de las cápsulas informativas





Dada las limitantes de movilidad ocasionadas por la pandemia del COVID-19 FUSAI en conjunto con los proveedores de productos y servicios realizaron actividades de comercialización y capacitación a través de aulas virtuales, esta modalidad consistió en realizar videos pre grabados donde los técnicos especialistas de los productos y tecnologías explican las características, especificaciones técnicas, instalación y funcionamiento para informar a los clientes existentes y potenciales.



Por otro lado, FUSAI realiza alianza con la Universidad Nacional de El Salvador con el objetivo de impartir talleres virtuales sobre el cambio climático y cursos técnicos sobre agricultura familiar ecológica en el que se capacitaron 85 personas en 8 aulas virtuales de manera simultánea.



Además de utilizar la tecnología para sensibilizar y fortalecer las capacidades de los clientes, FUSAI facilita un canal electrónico por medio de la APP MI CHERA, donde el cliente puede retirar el desembolso desde cualquier TIGOMONEY el mismo día, esta iniciativa mejora la experiencia del cliente, reduciendo los tiempos de respuestas y evitando costos y tiempos por movilización.

3 Prácticas ambientales

Como parte del proceso integral del proyecto de línea de crédito verde, FUSAI diseño un manual de buenas prácticas ambientales para sus clientes, dicho manual contempla temas de agua, saneamiento, energía alternativa y hábitos higiénicos.

El manual de prácticas ambientales fue elaborado con ilustraciones y vocabulario sencillo por medio del cual se brindan consejos prácticos para que los clientes los implementen en su vida cotidiana y en sus negocios.



Con la difusión del manual de buenas prácticas ambientales se va creando conocimiento en los clientes lo que a su vez incide en los cambios de comportamiento y lo que contribuirá a hacer un uso eficiente de los recursos, el cuidado del agua, ahorro de energía y un uso correcto de los residuos, teniendo como resultado entornos más amigables con el medio ambiente.

En la gráfica 7 se describe el enfoque del contenido del manual de prácticas ambientales de FUSAI.

Gráfica 7.

Contenido del manual de prácticas ambientales para clientes de FUSAI



III. Resultados del proyecto

A diciembre 2022 FUSAI ha colocado un total 294 créditos de la línea verde de FUSAI, los que suman una cartera de \$ 135,380. Las clientes mujeres representan el 66.7% de los clientes totales.

Al realizar la segregación por destino de crédito, el 82.5% de los créditos fueron desembolsados para **agua y saneamiento**, lo que equivalen a un total de **241** créditos que suman una cartera de **\$ 110, 360**. Los créditos de energía alternativa alcanzaron un monto total de cartera de **\$ 20,520** distribuidos en **51 créditos**.

Dado la caracterización de los segmentos atendidos por FUSAI se puede ver una disparidad en las colocaciones de los créditos destinados a agua y saneamiento en comparación a los destinos de energía alternativa. A pesar de pertenecer a segmentos de estratos económicos bajos, **más del 90% los clientes atendidos en FUSAI cuentan con energía eléctrica** y por lo tanto las inversiones en energía alternativa (paneles solares) es una solución enfocada al ahorro energético, con altos costos por lo cual es poco atractivo para los clientes. Por lo que las inversiones estuvieron enfocadas en cocina ecológica, focos led, luminarias y en menor medida paneles solares.

En cambio, las necesidades para agua y saneamiento tienen una mayor **urgencia, al impactar directamente en la salud de las familias atendidas** con los créditos otorgados las inversiones realizadas fueron esencialmente para mejoramiento de baños, fosas sépticas, bombas achicadoras, material para pilas, compra de tanques e inodoros.

Además de presentar resultados de impacto a los clientes, con este proyecto, FUSAI obtuvo importantes avances en el tema de fortalecimiento de capacidades internas relacionadas a la gestión de conocimiento ya que se **constituyó una Unidad de Comunicación y Capacitación Comunitaria**, se constituyeron 10 aulas virtuales la que fueron realizadas con el apoyo de SPTF/ REDCAMIF a través del FFRICAC (Fondo para las Finanzas Responsables e Inclusivas de Centroamérica y el Caribe), se capacitaron a **22 asesores y 6 jefes de agencias**.

Por otro lado, se estableció una red de negocios con proveedores que permitieron abaratar los costos de los productos a los clientes.

Otro logro importante ha sido la **institucionalización** de la línea de crédito verde en FUSAI, así como también en los distintos proyectos y programas ejecutados por la organización en conjunto con otros organismos internacionales.

Gráfica 8.

Ruta de experiencia del cliente en línea de crédito verde de FUSAI

