

Evaluación de Impacto

COAC Lucha Campesina

Segmento Microcrédito

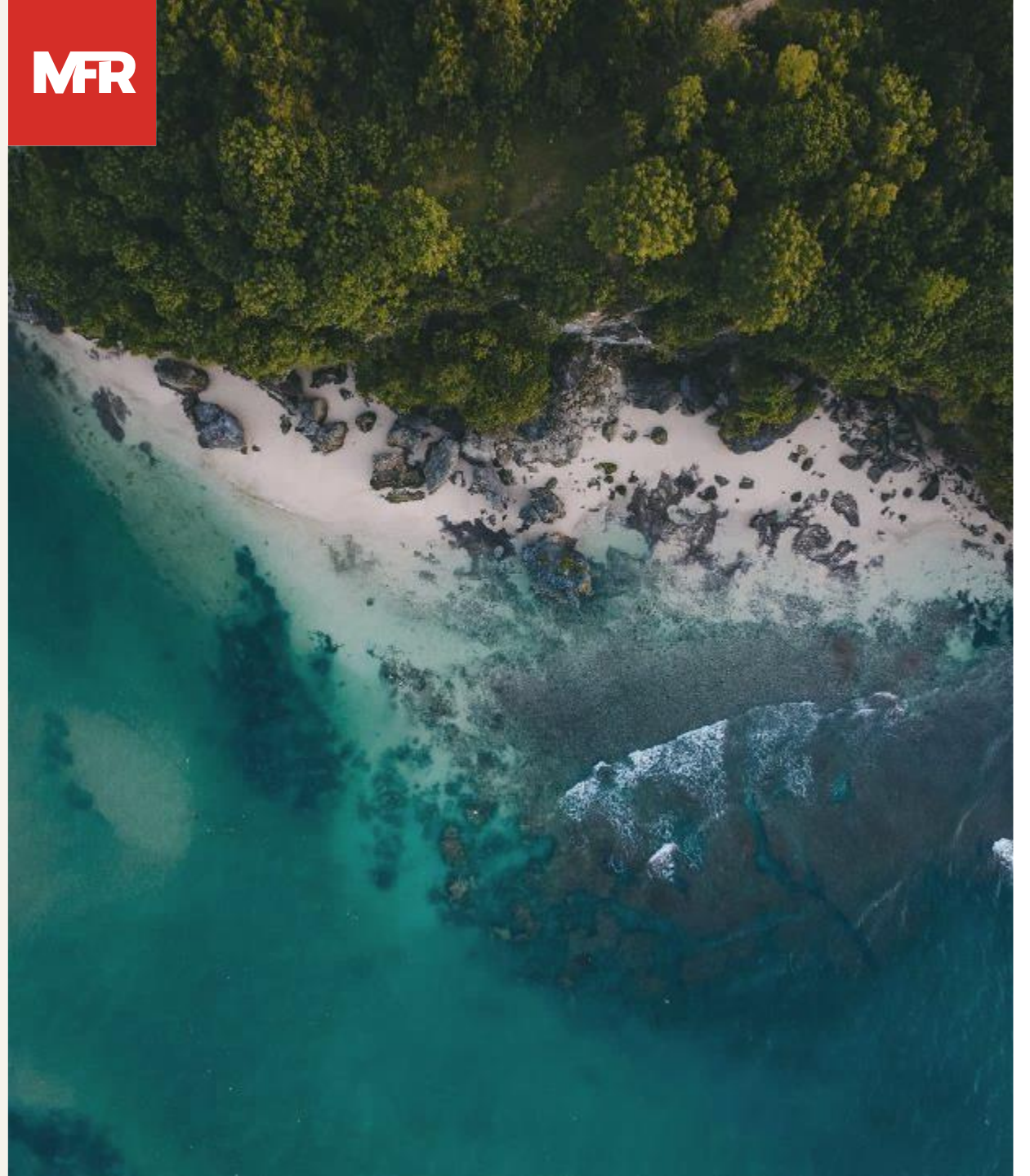


Tabla de Contenidos

- | | | | |
|-----------|--|-----------|--|
| 01 | Definición y Metodología | 05 | Resultados de Impacto - Hogar |
| 02 | Misión y Resultado General | 06 | Resultados de Impacto - Resiliencia |
| 03 | Socios Alcanzados | 07 | Resultados de Impacto - Salud |
| 04 | Resultados de Impacto - Negocio | | |

01

Definición y Metodología

Evaluación de Impacto

“El impacto es un cambio generado por una organización; un impacto puede ser positivo o negativo, voluntario o involuntario (Impact Management Project)”

La Evaluación de Impacto se basa en la siguiente **definición de impacto**: “el cambio generado por una institución en la vida de sus socios sea positivo o negativo, voluntario o involuntario, en relación con su negocio, hogar, nivel de resiliencia y acceso a salud”

Fuentes de Información

Fuentes primarias

- Encuesta a una muestra representativa de socios
- Población total: prestatarios activos con un crédito vigente en los últimos 3 años
- Tamaño de la muestra: 180 socios según fórmula de Cochran
- Resultados comparados con benchmark interno

Fuentes secundarias

- Información proveniente del Sistema de Información General (SIG)
- Bases de datos de prestatarios activos con un crédito vigente en los últimos 3 años
 - Base de datos en el período T
 - Base de datos en el período T_n
- Resultados comparados con benchmark interno y de Atlas

*** Para el análisis de Resultados de Impacto, se consideró exclusivamente al segmento Microcrédito, compuesto por microcréditos destinados a actividades generadoras de ingresos.**

02

Misión y Resultado General





Misión

COAC Lucha Campesina

“Brindar servicios financieros ágiles e innovadores con énfasis en el desarrollo rural y la productividad agropecuaria”.

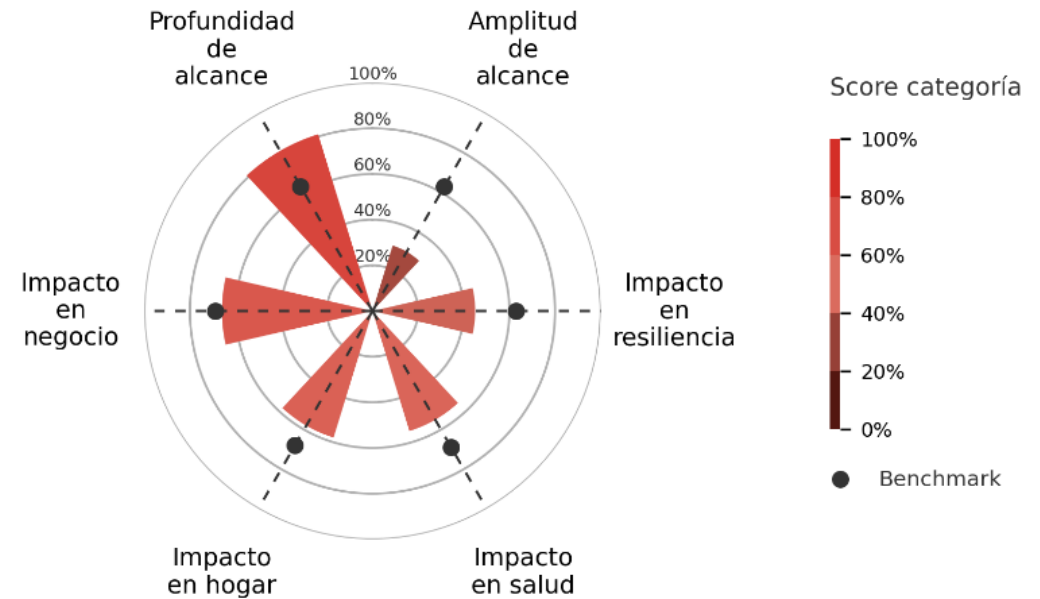
Resultado General

Score de Impacto **3** / 5

Probable generación de un impacto positivo en la vida de sus socios. Adecuada alineación de los resultados de impacto con la misión y la teoría de cambio.

Fecha de corte: 31 de Diciembre 2024

Validez: 18 meses



03

Socios Alcanzados



Prestatarios Alcanzados



41.7%

Prestatarios mujeres

Adecuado alcance a mujeres, aunque por debajo de su grupo de pares



39%

Prestatarios rurales

Según encuesta, 39% de prestatarios activos ubicados en zonas rurales



72.7%

Saldo prom. préstamo / INB pc

Alcance a un rango amplio de socios por limitado saldo promedio



68.5%

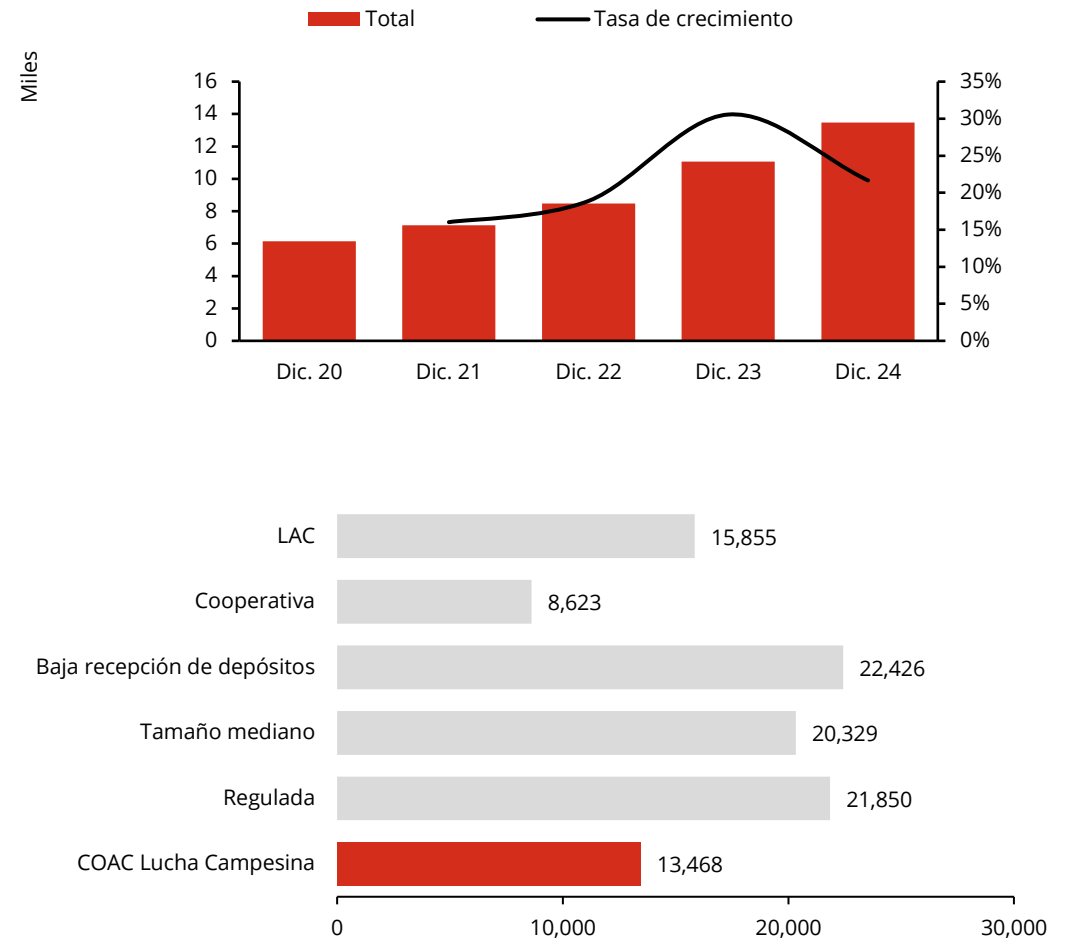
Actividades generadoras de ingreso

Buena alineación entre misión y actividades financiadas

Amplitud de Alcance

13,468 de prestatarios activos a dic-24, con tendencia creciente; pequeña amplitud de alcance respecto a grupos de pares.

El crecimiento de prestatarios en 2024 es menor que 2023, pero superior a 2021 y 2022.



04

Resultados de Impacto

Negocio



Resultados de Impacto Negocio

- Importantes resultados de impacto en el negocio de los socios plausiblemente atribuible a los servicios ofertados, aunque por debajo del benchmark.
- En línea con lo establecido en la misión (“desarrollo del sector agropecuario y microempresario del país”), se evidencia un impacto positivo sobre los ingresos y activos del negocio, además de haber contribuido en sostener la capacidad de generación de empleo.
- A través de los servicios ofertados, la Cooperativa contribuyó en el empoderamiento de las mujeres fortaleciendo su participación en la toma de decisiones tanto en sus negocios como en sus hogares.
- Cumpliendo su objetivo inclusión financiera, demuestra ser la principal fuente de financiamiento de sus socios, aunque por implementar metas formales de alcance de socios no bancarizados.



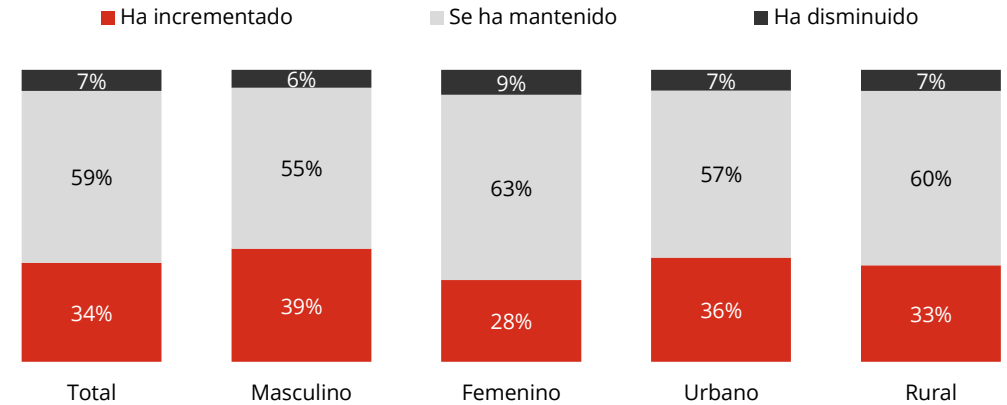
Resultados de Impacto

Negocio

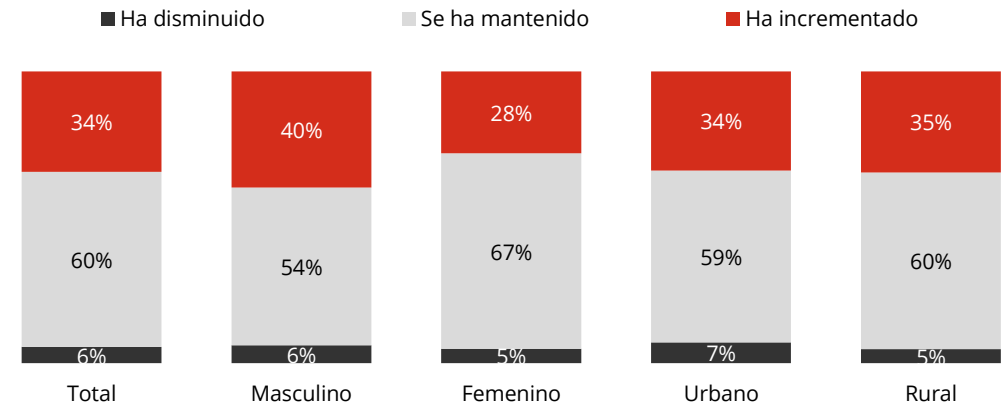
33.9% de socios **incrementaron sus ingresos** (benchmark 68.7%), con mayor impacto en socios hombres.

34.4% de socios **incrementaron sus activos** (benchmark 62.2%), con mayor impacto en socios hombres y socios rurales.

Ingresos



Activos





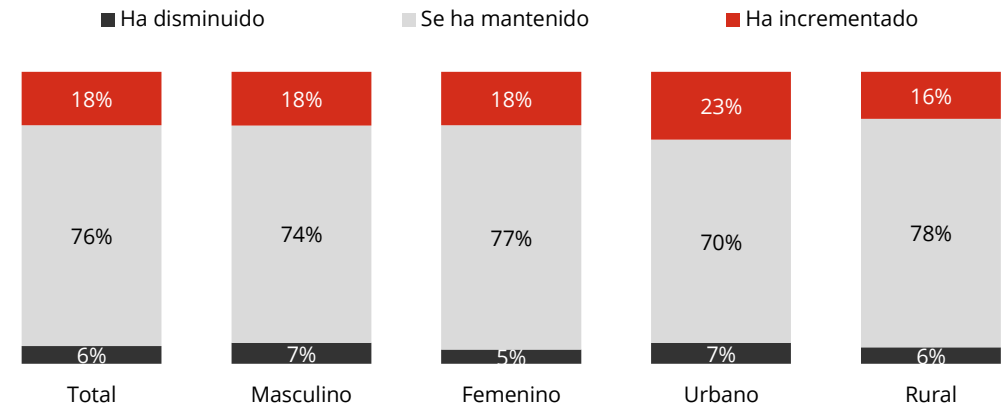
Resultados de Impacto

Negocio

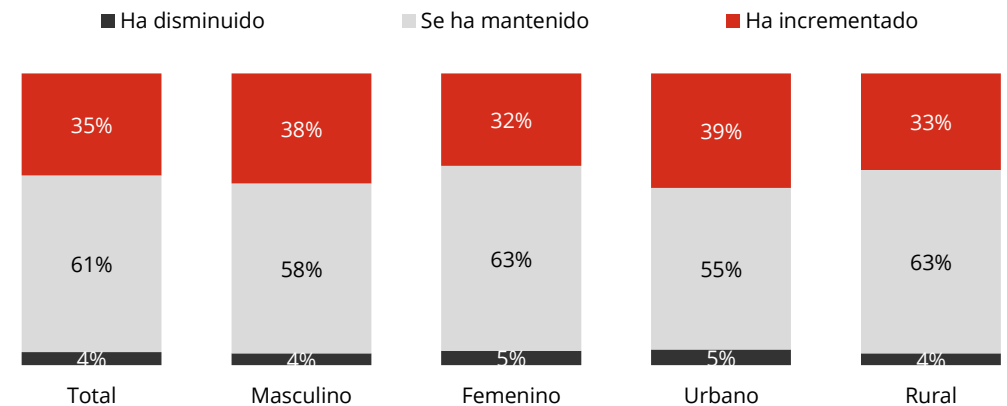
18.3% de socios **incrementaron el número de trabajadores** asalariados en sus negocios (benchmark 20.1%).

35% de socios **incrementaron su capacidad de tener éxito en su negocio** (benchmark 86.7%), con mayor impacto en socios hombres y socios urbanos.

Empleo



Actitud Empresarial



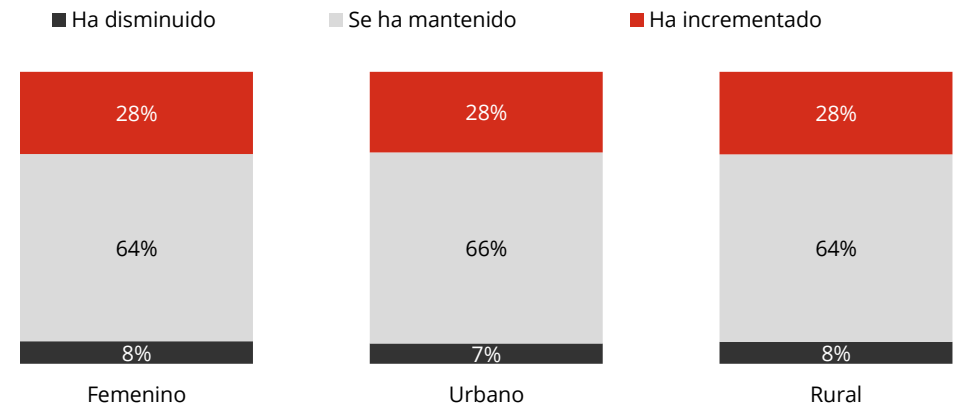
Resultados de Impacto

Negocio

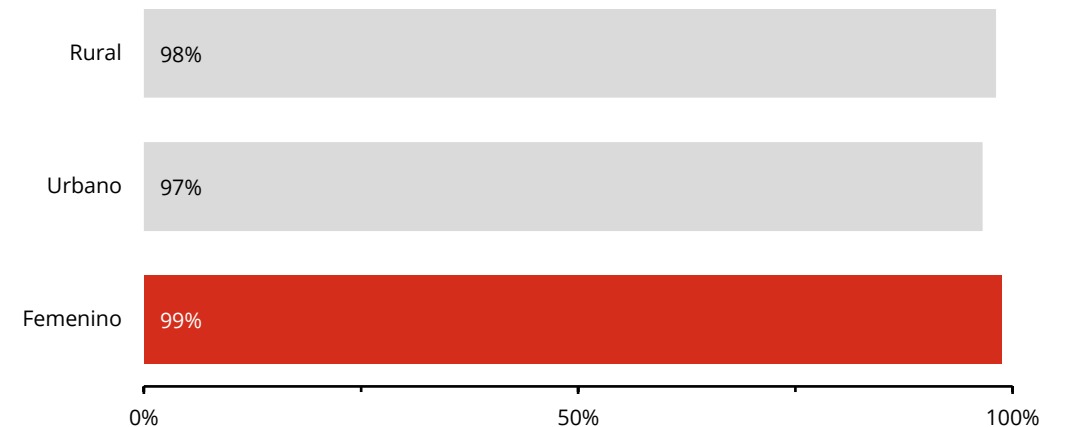
28.2% de socias mujeres incrementaron su participación en la toma de decisiones sobre el uso de recursos del hogar o negocio (benchmark 58.6%).

99% de socias mujeres han utilizado el crédito en su propia actividad económica.

Participación Mujeres en toma de decisiones



Uso del Crédito



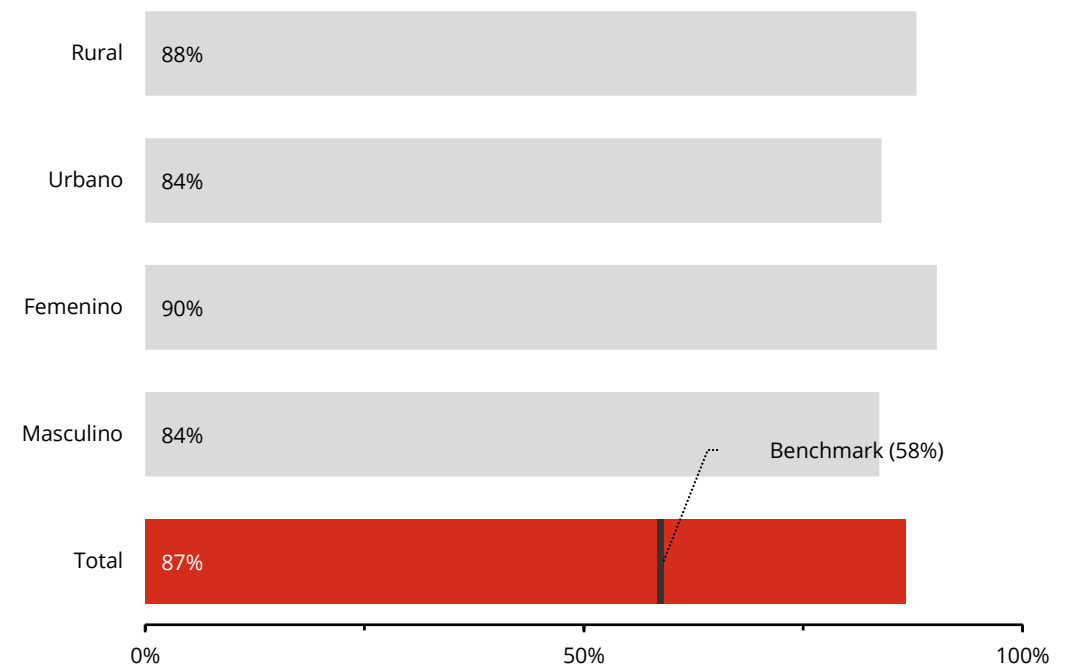


Resultados de Impacto

Negocio

86.7% de socios **obtuvieron su primer crédito con COAC Lucha Campesina**, reflejando el objetivo de la entidad en contribuir con la inclusión financiera; existe un mayor impacto en socias mujeres (90%) y socios rurales (88%).

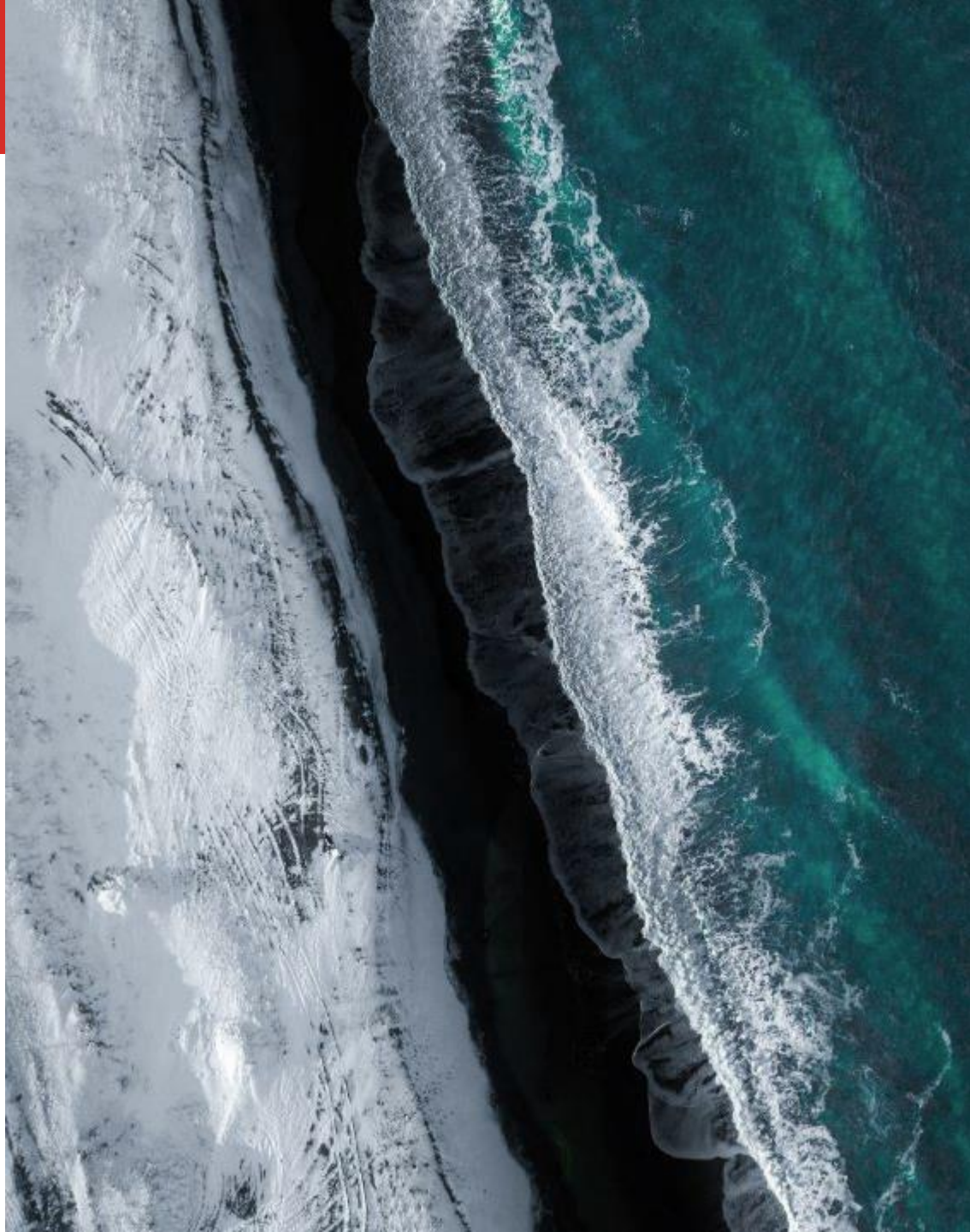
Primer Crédito



05

Resultados de Impacto

Hogar



Resultados de Impacto

Hogar

- En línea con su objetivo de ayudar a mejorar la calidad de vida de las personas, se reportan mayores niveles de ingresos y activos en los hogares de los socios.
- La oferta de servicios financieros de COAC Lucha Campesina permitió realizar mejoras en las viviendas de los socios.
- COAC Lucha Campesina a partir de su oferta de servicios ha permitido fortalecer la capacidad de los socios en cubrir los gastos de la escuela de los hijos e incrementando la frecuencia de asistencia.



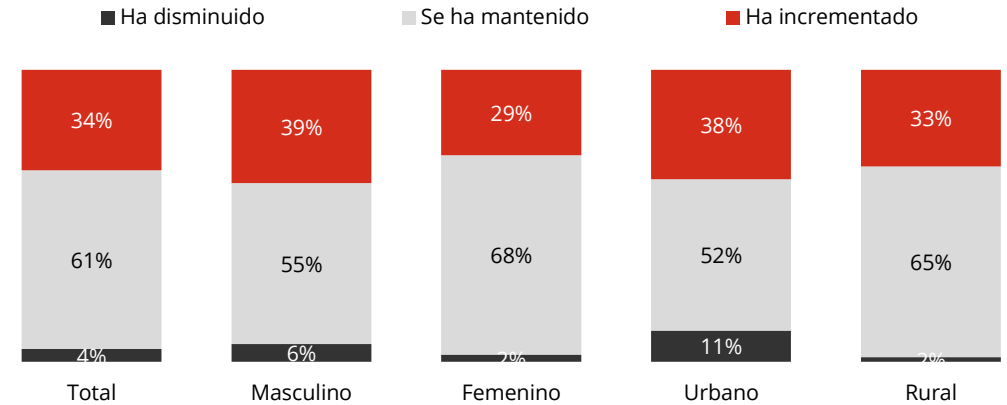
Resultados de Impacto

Hogar

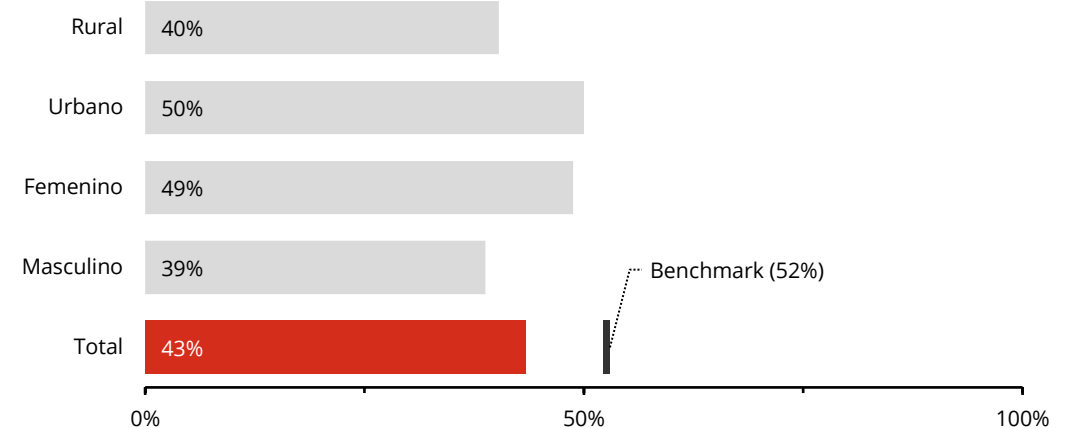
34.4% de socios **incrementaron sus ingresos** del hogar (benchmark 71.1%), con mayor impacto en socios hombres.

43.3% de socios **incrementaron sus activos** del hogar (benchmark 52.2%), con mayor impacto en socios urbanos y socias mujeres.

Ingresos



Activos



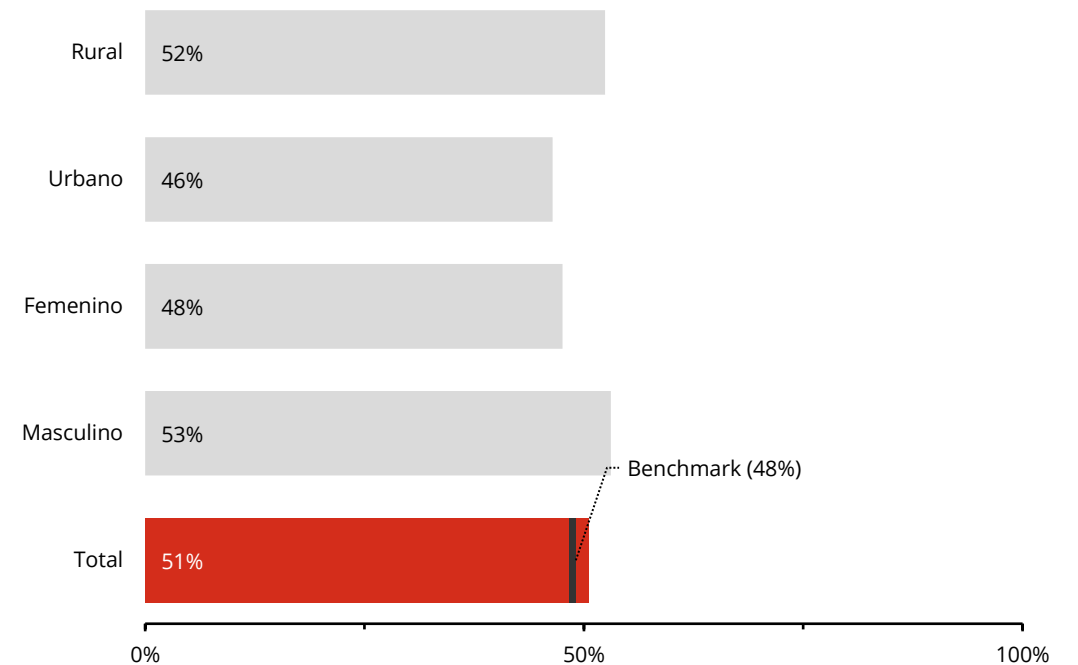


Resultados de Impacto

Hogar

50.6% de socios **realizaron una mejora a su vivienda** (benchmark 48.3%). El impacto es mayor en socios rurales comparado a socios urbanos; así como una mayor incidencia en socios hombres que en socias mujeres.

Mejora en Vivienda



Resultados de Impacto

Hogar

4 EDUCACIÓN DE CALIDAD

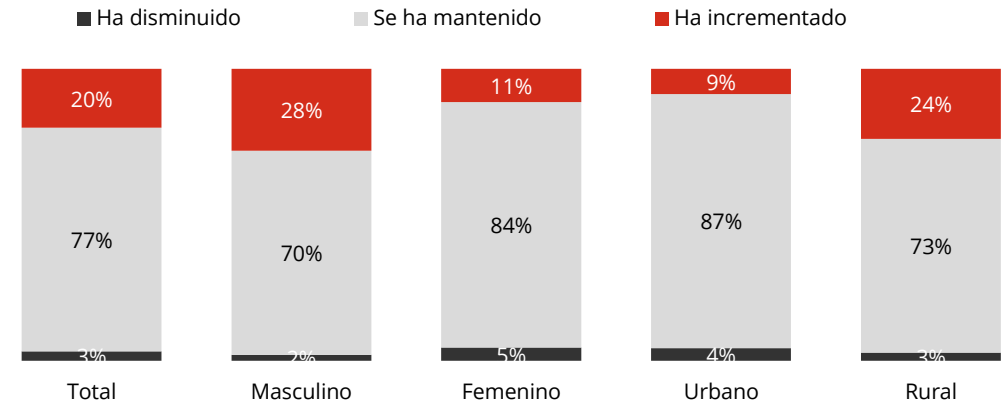


1 FIN DE LA POBREZA



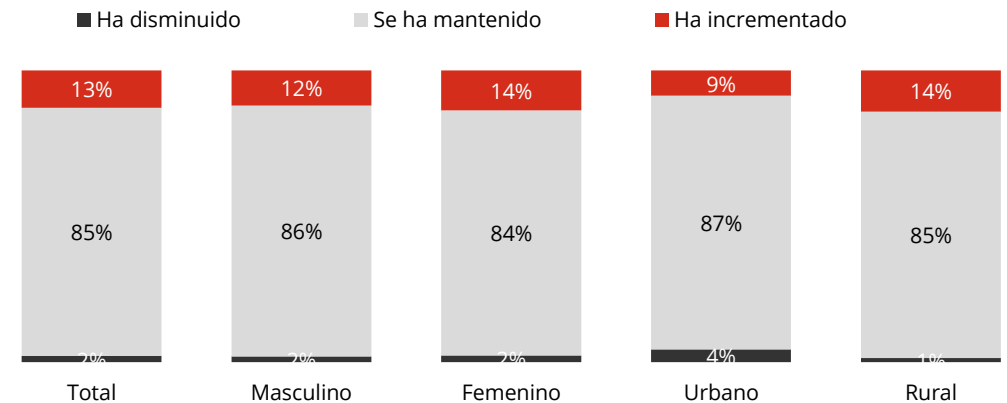
20.2% de socios **mejoraron su capacidad de pagar los gastos de educación de sus hijos**, con mayor impacto en socios hombres.

Educación de Hijos



12.8% de socios **incrementaron la frecuencia en la que sus hijos asisten a la escuela** (benchmark 52.2%), con mayor impacto en socios rurales y socias mujeres.

Asistencia de Hijos a Escuela



06

Resultados de Impacto

Resiliencia



Resultados de Impacto

Resiliencia

- COAC Lucha Campesina presenta buenos resultados de impacto en términos de resiliencia de los socios plausiblemente atribuible a los servicios ofertados.
- La Cooperativa contribuyó a mantener y fortalecer la capacidad de ahorro de sus socios, además de incrementar el número de fuentes de ingreso.
- A pesar del actual contexto económico, político y social del país, la capacidad de los socios de enfrentar imprevistos se mantuvo estable edel país.
- Limitada participación de socios en programas de educación financiera.

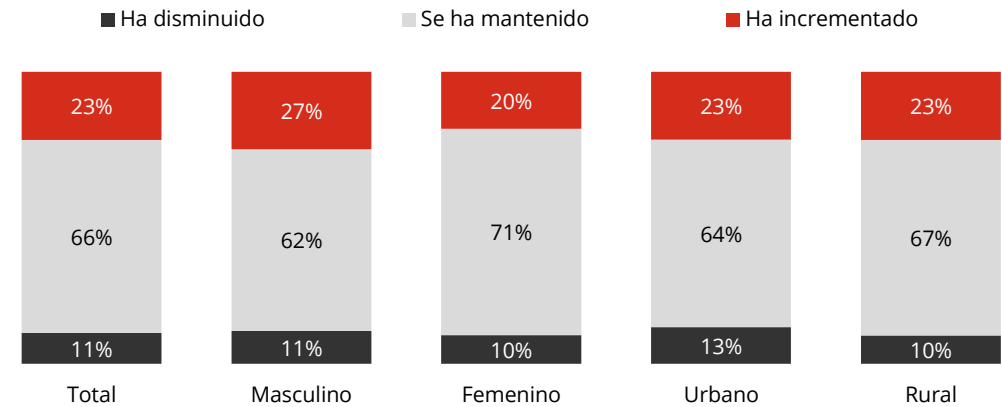


Resultados de Impacto

Resiliencia

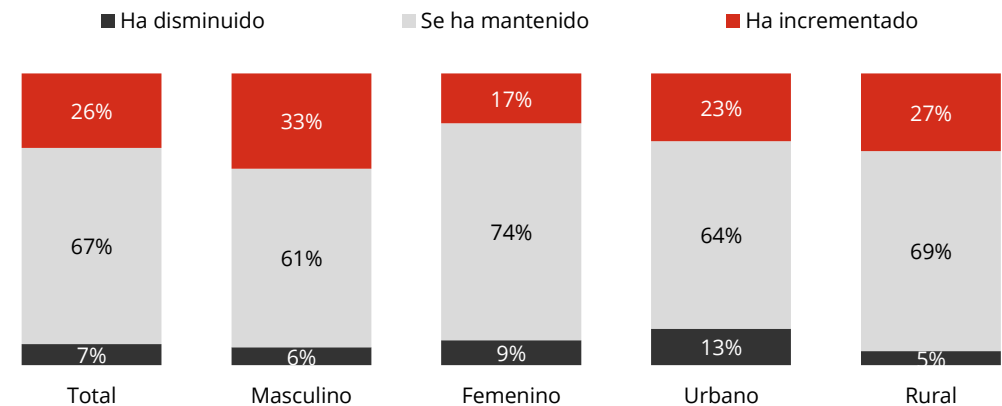
23.3% de socios **incrementaron su capacidad de ahorro**, con mayor impacto en socios hombres.

Capacidad de Ahorro



25.6% de socios **aumentaron sus fuentes de ingresos**, con mayor impacto en socios rurales.

Fuentes de Ingreso



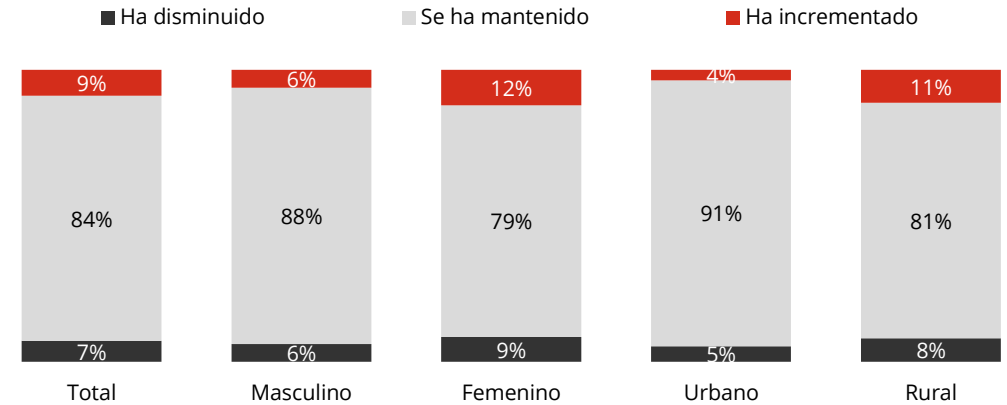
Resultados de Impacto

Resiliencia

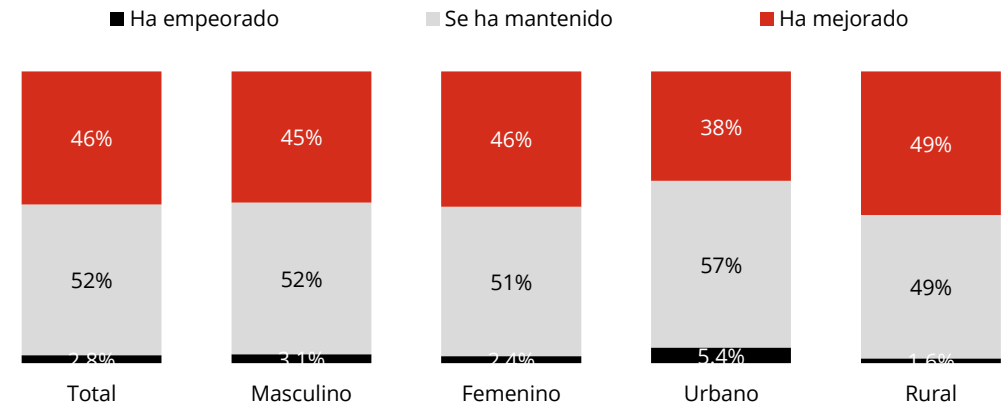
8.9% de socios fortalecieron su capacidad de enfrentar imprevistos (benchmark 67.8%), con mayor impacto sobre socias mujeres.

45.6% de socios mejoraron su percepción del futuro (benchmark 88.1%), con mayor impacto en socios rurales.

Capacidad para Enfrentar Imprevistos



Percepción del Futuro

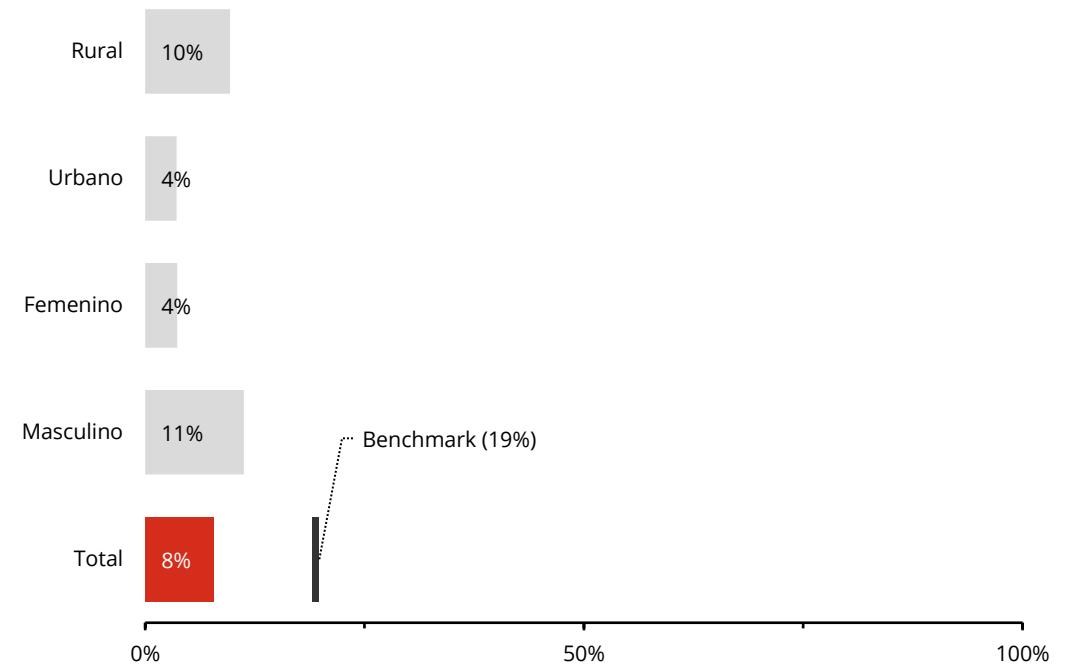


Resultados de Impacto

Resiliencia

7.8% de socios **participaron de programas de educación financiera** (benchmark 19.1%) ofertados por COAC Lucha Campesina, con mayor relevancia en socios hombres, sugiriendo ampliar el alcance de los servicios no financieros, considerando que la institución busca generar un impacto positivo a partir de una oferta integral de productos financieros y no financieros como son capacitaciones en agronegocios, educación financiera y el uso de herramientas digitales.

Educación Financiera



07

Resultados de Impacto

Salud



Resultados de Impacto Salud

- COAC Lucha Campesina presenta importantes resultados de impacto en términos de salud de los socios plausiblemente atribuible a los servicios ofertados.
- La calidad de vida de los socios ha sido fortalecida por la Cooperativa, gracias a una mejora en su cantidad y calidad de alimentación derivada del impulso al desarrollo económico del negocio y hogar.
- A pesar del contexto socioeconómico del país, COAC Lucha Campesina contribuyó, en su gran mayoría, en mantener el acceso de los socios a salud preventiva.
- Mejoró el sistema de saneamiento de los socios, además de haber incrementado el acceso a agua potable, principalmente en zonas urbanas.

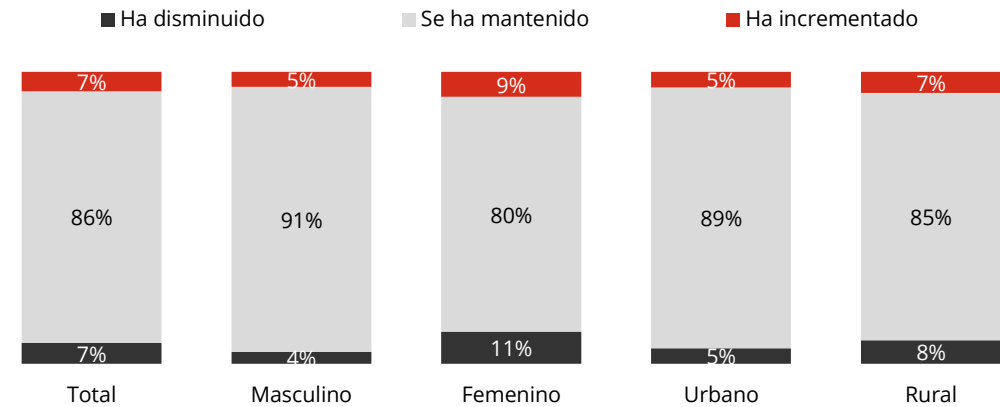
Resultados de Impacto

Salud



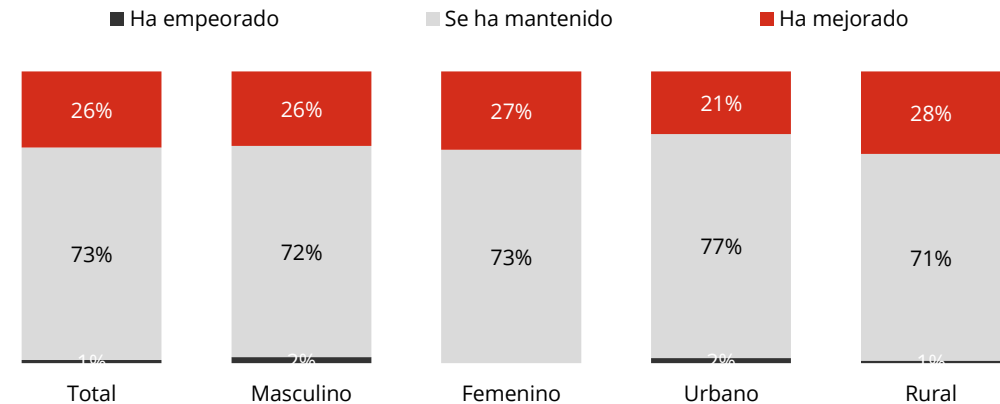
6.7% de socios **incrementaron su acceso a salud preventiva** (benchmark 65.6%), con mayor impacto en socias mujeres.

Acceso a Salud Preventiva



26.1% de socios **mejoraron la cantidad y calidad de su alimentación** (benchmark 68.9%), con mayor impacto en socios rurales.

Cantidad y Calidad de Alimentación



Resultados de Impacto

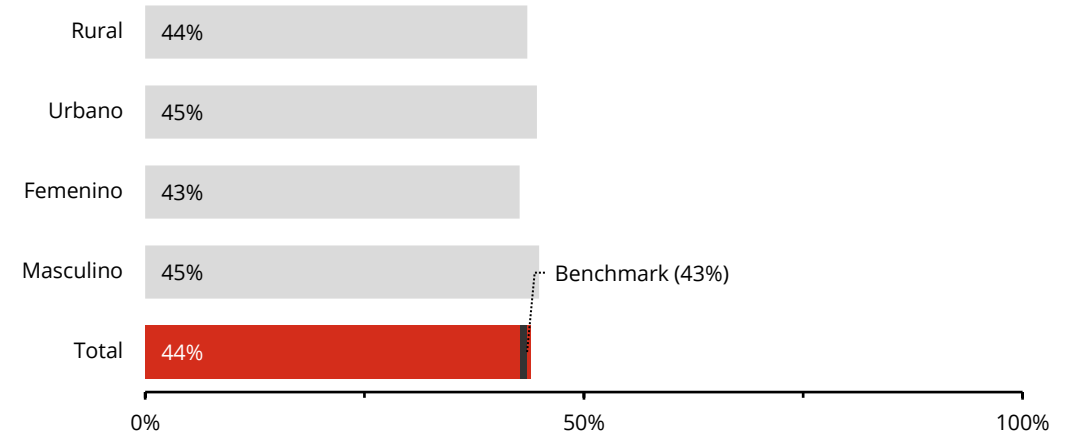
Salud



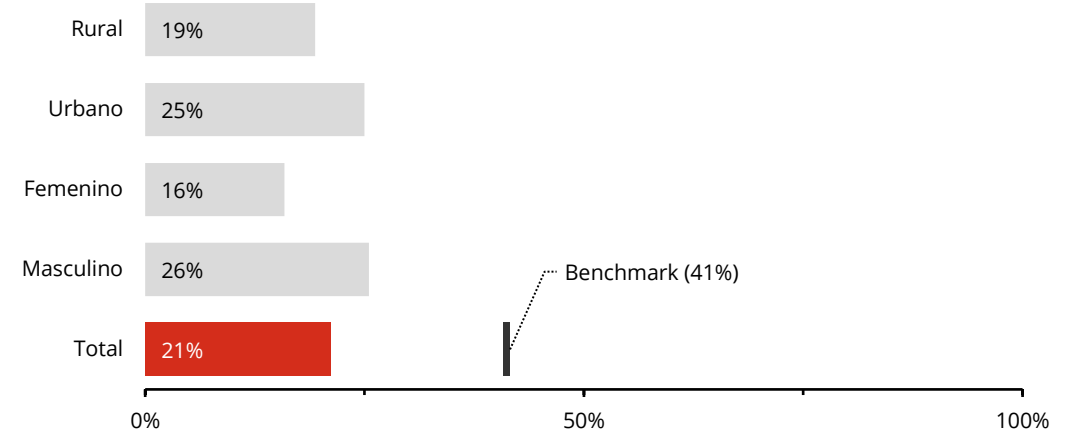
43.9% de socios **mejoraron su sistema de saneamiento en su hogar**, con mayor impacto en socios urbanos.

21.1% de socios **mejoraron su acceso a agua potable**, con mayor impacto en socios urbanos.

Sistema de Saneamiento



Sistema de Agua Potable



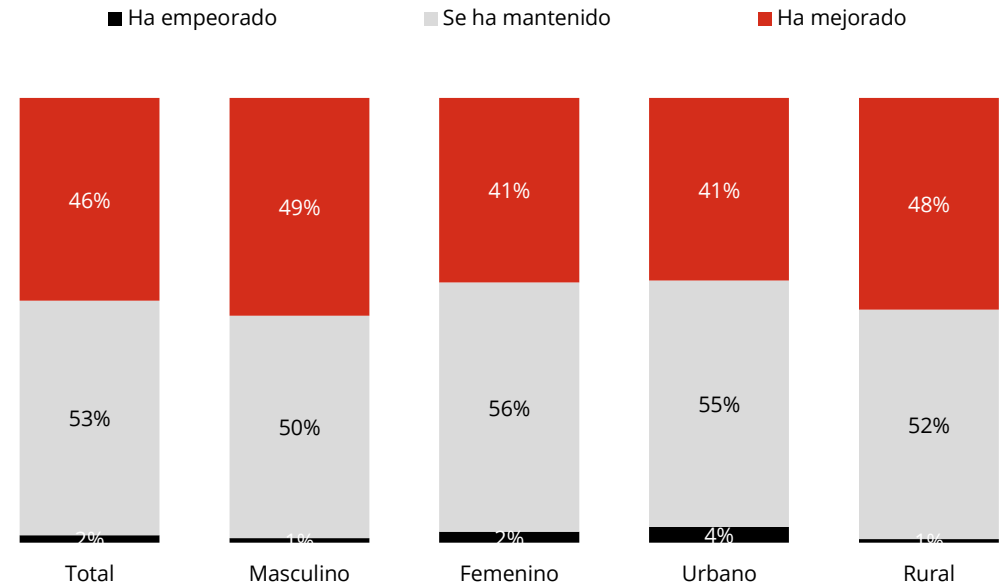
Resultados de Impacto

Salud



45.6% de socios **mejoraron su calidad de vida**, mientras que **52.8%** mantuvieron estable su calidad de vida.

Calidad de Vida



Información de Contacto

Oficina

Rumipamba E2-194 y Av.
República esquina; Edificio
Signature, Quito - Ecuador

Contactos

m.hedian@mf-rating.com

+593 2 351 82 99

+593 99 804 9498

 www.mf-rating.com

 [mf-rating](https://www.linkedin.com/company/mf-rating)

 [@microfinrating](https://twitter.com/microfinrating)

