

La herramienta de entrevista al cliente sobre el COVID-19: Por qué y cómo usarla

Una herramienta de entrevista para informar su respuesta ante el COVID-19

La herramienta de entrevista al cliente sobre el COVID-19 es un instrumento de encuesta que los proveedores de servicios financieros (PSF) pueden usar para comprender la situación de sus clientes durante la pandemia del COVID-19. La encuesta genera datos que ayudarán a los PSF a prestar mejor servicio a los clientes durante y después de la crisis. Los datos de la encuesta también permitirán al sector de inclusión financiera sacar conclusiones sobre los países y mercados.

La herramienta de entrevista al cliente sobre el COVID-19 está conformada por **preguntas sencillas que son fáciles de administrar**. La encuesta no tiene el propósito de capturar detalles, sino el panorama general de quién está siendo afectado y cómo. No requiere de capacitación especializada en recopilación de datos.

Las preguntas de la herramienta son **estandarizadas y son útiles en cualquier mercado**. Las preguntas estandarizadas permiten que se hagan comparaciones entre clientes, a través del tiempo y entre mercados. Si lo desean, los proveedores individuales pueden agregar preguntas cualitativas no estructuradas.

Use la encuesta para responder a las necesidades de los diferentes segmentos de clientes

El impacto del COVID será devastador para muchos, pero no todos se verán afectados de la misma manera, lo cual hace que la segmentación de clientes sea increíblemente importante. Cada PSF debe comprender los detalles específicos de quien se verá afectado, cómo, y de qué manera este efecto cambiará el tiempo. Esta encuesta está diseñada para ayudar a los PSF a descubrir las diferencias entre los clientes a fin de ayudarles a proporcionar un servicio con matices y específico para los clientes.

Por ejemplo, dependiendo de la severidad del confinamiento de un país, la actividad económica puede verse más o menos afectada. Parte de esta actividad podría ocurrir clandestinamente. Los productores pueden cosechar, pero tener dificultad para comercializar su producto. Habrá clientes que todavía necesiten acceso al crédito y otros que necesiten acceso a remesas y ahorros. Además, habrá oportunidades para que los PSF proporcionen otras formas de apoyo, tales como ayudar a los clientes a acceder a programas sociales o a permisos de negocios o proporcionar datos para influenciar las políticas gubernamentales. Los datos de la encuesta pueden ayudar a identificar los segmentos de clientes y sus necesidades para continuar con los servicios financieros y apoyo adicional.

[Ejemplo de la segmentación de clientes de SKDRDP, India](#)

- *El 25% de los clientes recogen leche de sus vacas. Estos clientes continúan operando sus negocios de lácteos, ya que los alimentos son un servicio esencial.*
- *El 15% de los clientes están en la agricultura y siguen operando. Como la temporada de lluvias se acerca, SKDRDP desea asegurarse que los agricultores preparen sus campos: "Obtuvimos permiso del gobierno para operar nuestros centros de servicio al cliente agrícola y hemos podido poner a funcionar 153 de los 165. Nuestro personal está llevando equipo directamente a los campos para que los agricultores puedan comenzar."*
- *El 60% de los clientes están en el comercio y servicios y no están operando. Las tiendas están cerradas. Los conductores de mototaxi, los barberos y quienes hacen reparaciones no tienen trabajo. Las tiendas pueden volver a abrir después del confinamiento, pero sus medios de vida necesitarán más tiempo para reiniciar, ya que las personas tendrán temor de hacer contacto.*

Use la encuesta para responder preguntas operativas prácticas

Esta encuesta está diseñada para ayudar a los PSF a responder preguntas prácticas que les permitirán priorizar acciones que son muy importantes para sus clientes y sus negocios. Estas son algunas de las preguntas que la encuesta busca responder para los PSF:

¿Cuántos clientes están siendo afectados y cuán severamente?

Los datos de la encuesta proporcionarán información acerca de lo siguiente:

- ¿Cuál es el impacto de la pandemia en los negocios de los clientes?
- ¿Cuál es el impacto en otras formas de ingresos, como las remesas?
- ¿Cuál es la capacidad actual de los clientes para pagar los préstamos?
- ¿Tienen los clientes ahorros u otras reservas de las cuales tomar y cuánto tiempo les tardarán?
- ¿Qué mecanismos de adaptación están usando los clientes y que impacto tienen éstos en sus medios de vida?

Ejemplo de la India: Impacto en los pequeños agricultores ([The Hindu](#), 3 de abril de 2020)

El agricultor Kallappa Balekundri, de 54 años de edad, se suicidó. Estaba alterado porque no pudo vender los chiles que cultiva en su granja debido al confinamiento por el COVID-19. "Había cultivado casi 50 quintales de chiles en 2.5 acres, pero no pudo transportarlos ni venderlos. Unos cuantos comerciantes a los que se acercó le cotizaron un precio bajo de ₹500 por quintal. Esto le habría dado solamente ₹25,000 y no habría sido suficiente para cubrir sus gastos de cosecha," dijo la policía. "Un préstamo pendiente de ₹5.5 lakh [550,000 rupees] que pidió a los bancos y algunos prestamistas se sumaron a su preocupación", dijo un oficial investigador.

¿Cómo deberían los proveedores apoyar a los más vulnerables?

Los datos sobre quién se ve afectado y cuán severamente pueden permitir a los proveedores identificar a quién debería dirigirse la mayor asistencia. Para muchos, la pérdida de ingresos significará que no pueden alimentarse. Esto tiene implicaciones prácticas en términos de la necesidad de asistencia social y respuestas de los PSF. Tales respuestas podrían incluir realizar cambios a los programas de pago de préstamos, asegurar que los clientes puedan continuar accediendo a sus depósitos de ahorro, asistir a los clientes en el acceso a asistencia gubernamental, aumentar el acceso de los clientes a los servicios digitales y más.

¿Qué papel puede jugar un PSF para ejercer influencia en las políticas y regulaciones gubernamentales?

El sector informal es una parte crítica de la economía en la mayor parte del mundo, pero frecuentemente no es del todo comprendido. Por medio de su conexión directa con los clientes, los PSF tienen una oportunidad única de comprender las necesidades específicas y las barreras que enfrenta el sector y de hacer recomendaciones acerca de qué aspectos marcarán la diferencia.

Ejemplo de políticas a favor de los pobres en Sudáfrica

Inicialmente, las regulaciones sudafricanas sobre el confinamiento no tomaron en cuenta el importante papel que las tiendas y comerciantes informales jugaban en la economía, permitiendo que únicamente las tiendas registradas continuaran comercializando. El cambio en las regulaciones ha permitido que aproximadamente quinientas mil tiendas y comerciantes informales continúen en el negocio, ya que estos proveen de alimentos y abarrotes a alrededor del 70% de la población en Sudáfrica.

¿De qué otra manera pueden los proveedores utilizar sus relaciones con los clientes?

Los PSF son una fuente importante de información confiable durante la pandemia. Las entrevistas con el cliente dan a los proveedores una oportunidad de proporcionar información adicional, conectarse y apoyar. Algunos PSF están llamando a los clientes para verificar su salud mental y cualquier problema como la violencia basada en género; muchos están difundiendo información importante de salud por teléfono y en los medios sociales, otros están recopilando datos para hacer incidencia ante el gobierno a favor de los intereses de sus clientes.

¿Cómo deben prepararse los proveedores para el fin del confinamiento?

La capacidad de los clientes para reiniciar sus actividades económicas variará y dependerá de la situación económica en general. Es probable que muchas personas que operan en la economía informal busquen rápidamente reiniciar sus negocios y, por lo tanto, requerirán capital. El uso regular de la encuesta permitirá a los proveedores identificar a los clientes que tienen oportunidades económicas y sus necesidades.

Guía para el uso de la herramienta de entrevista

Metodología

La herramienta de entrevista tiene el propósito de ser usada con la siguiente metodología:

- Traduzca la encuesta al idioma local de los clientes para asegurar que todas las preguntas sean comunicadas claramente de manera consistente.
- Entreviste a los clientes cada semana o cada dos semanas. Es crucial tener un sistema de monitoreo que recopile datos comparables en el tiempo para comprender la realidad emergente.
- Use un tamaño de muestra de 200– 400 clientes, si es posible.
- Use una muestra representativa. Debe seleccionarse a los clientes para que representen diferentes segmentos (por ejemplo, diferentes tipos de negocios), con un número mínimo definido para cada uno (muestreo por cuotas).
- Siga a un grupo pequeño de clientes representativos en el tiempo. Esto ayudará a demostrar el cambio del mismo grupo en el tiempo. Un número ideal sería alrededor de 50 clientes.
- Proporcione al menos capacitación básica al personal que está administrando la encuesta. Deben tener claridad acerca del significado de cada pregunta y cómo hacerla. Como alternativa, utilice una firma externa.
- Modifique los términos y agregue ejemplos locales relevantes a fin de que la encuesta tenga sentido en el contexto de su país.
- Hay varias preguntas que piden a los clientes que indiquen cómo han cambiado las cosas desde el inicio de las restricciones por el coronavirus. Por favor, utilice su propia descripción para el coronavirus que subraye el punto en el tiempo en el que se iniciaron las restricciones, por ejemplo, el confinamiento.
- Al reportar los resultados de su encuesta a las audiencias externas, será útil proporcionar el siguiente contexto: 1) el grado de confinamiento en su país, 2) la disponibilidad de la asistencia gubernamental específica para la crisis y 3) qué poblaciones generalmente reciben subvenciones del gobierno, tales como jubilación o pensión alimenticia.

Instrucciones para cada pregunta

Use las siguientes instrucciones al administrar la herramienta de la encuesta.

Preguntas	Instrucciones
1 - 3	Deben ser completadas por el encuestador antes/después de la entrevista.
4 – 7	Estas preguntas aseguran que usted está hablando con la persona correcta y que ellos se sienten cómodos respondiendo a la entrevista.
8	Si el entrevistado no ha escuchado acerca del coronavirus/COVID-19, omita la entrevista y use esta oportunidad para proporcionarles información.
9	Lea las opciones y marque una casilla.
10	Haga esta pregunta como pregunta abierta, en lugar de leer las opciones. Ayude al cliente a identificar su preocupación principal, incluso si expresan varias. Marque <u>una</u> casilla que refleje más cercanamente lo que dijeron.
11	Lea las opciones y marque <u>una</u> casilla.
12	Lea todas las opciones y marque <u>todas las que se apliquen</u> .
13 & 16	<p>Haga esta pregunta como pregunta abierta. Si el cliente cultiva sus alimentos o recibe apoyo que no sea efectivo de otros, no los incluya aquí, ya que estos se cubren posteriormente en el cuestionario.</p> <p>Aquí estamos buscando detalles específicos sobre la fuente de ingresos. Sugerimos que defina las categorías que tienen sentido en su contexto y las incluya como casillas para marcar durante las entrevistas. Se proporciona un ejemplo al final de este documento, pero por favor adáptelo a su propio contexto (por ejemplo, en Sudáfrica, muchos clientes de microfinanzas venden en las escuelas y esta actividad se ha visto particularmente afectada debido al cierre de las escuelas y, por lo tanto, es importante incluirla como una actividad específica).</p> <p>No use categorías que sean demasiado generales. Por ejemplo, en lugar de decir ‘tienda’, pregunte por el tipo específico de tienda, puede ser que las abarroterías continúen comerciando, mientras que las tiendas de ropa no están vendiendo. Luego, verá diferentes respuestas dependiendo del tipo de tienda.</p>
14 & 17	Lea las opciones y marque <u>una</u> casilla.
15 & 18	Capture los desafíos específicos que está enfrentando el cliente para esta fuente de ingresos. El ser específico le ayudará a identificar maneras en las que su PSF podría responder. Por ejemplo, si los clientes dicen que no pueden vender porque no tienen un permiso, esto proporcionaría información a su PSF en relación a qué negocios pueden ser apoyados en el acceso a permisos.
19 & 20	Las preguntas 13 y 16 se centran en los ingresos de <u>efectivo</u> , pero no cubren la producción agrícola o animales para el consumo propio. Las preguntas 19 y 20 son solamente acerca de producción agrícola/animales para el consumo propio.
21	Lea las opciones y marque <u>una</u> .
22	No haga esta pregunta si la respuesta a la #21 fue “No es diferente a lo normal.”
23 - 27	Los cambios en el consumo de alimentos son un indicador sensible de dificultad financiera. Todas son preguntas con respuesta sí/no que exploran diferentes aspectos del consumo de alimentos. Si la respuesta a la pregunta 23 es ‘no’, entonces puede saltar a la pregunta 28.
28	Lea las opciones y marque <u>una</u> .
29 & 30	Llene con lo que el cliente diga.
31	Lea las opciones y marque <u>una</u> .
32	Si su PSF recopila datos de probabilidad de la pobreza, entonces estos datos pueden recopilarse aquí para identificar el perfil de pobreza de los clientes.
33	La edad aproximada está bien aquí.

34	Llene con lo que el cliente diga. El coronavirus está afectando a las personas de diversas maneras, no solo sus ingresos. Por ejemplo, el estrés, la violencia doméstica, el cuidado de los niños, entre otros. Esta es una oportunidad para capturar otras cosas que los clientes sienten que son importantes para ellos. Esta pregunta está diseñada para capturar cualquier impacto del coronavirus que no sea en dinero en efectivo.
35 - 37	Llene estas preguntas después de haber terminado la entrevista.

Categorías de ingreso sugeridas

En las preguntas 12 y 15, pedimos a los clientes que proporcionen detalles de sus fuentes de ingresos. Estas son las categorías sugeridas para dichas preguntas.

Fuente de ingresos	Categorías
Agricultura y ganadería	Crianza de animales grandes para obtener carne
	Crianza de animales para venta de leche
	Crianza de animales pequeños para obtener carne, huevos, etc.
	Agricultura – cultivos comerciales, como los vegetales y las flores
	Comercio agrícola – granos, semillas y fertilizantes, comercio de vacas y búfalos, forraje para animales
Tiendas y alimentos preparados	Tiendas de abarrotes que venden alimentos no preparados y otros bienes básicos
	Alimentos preparados – servicio de banquetes o catering, venta en escuelas y mercados, casetas a la orilla de la carretera
	Otras tiendas, puestos de mercado y venta al detalle
Manufactura y producción	Manufactura – productos de cuero, muebles y carpintería, guardarropa, trabajo de soldadura, artesanías, etc.
Servicios	Operador de transportes (motocicleta, taxi, bicitaxi, etc.)
	Otros servicios –lavandería, salón de belleza, construcción de casas, sastrería, etc.
Otro	Por favor, especificar