



***Creando una marca de confianza —
en el ámbito de las microfinanzas
y mucho más allá —
que represente el compromiso
con un cambio positivo y duradero
para quienes viven en condición
de pobreza***

Índice de materias

¿Qué es Truelift?	3
Cómo participar: Comunidad de práctica.....	4
Definición de “Pobreza”	6
Desempeño: ¿Cómo es una IMF que trabaja en favor de los pobres?.....	8
Tres principios en favor de los pobres	10
Verificación - Pasos hacia el reconocimiento	12
Cómo Aplicar	16
Liderazgo y partidarios.....	18
¿Cuál es la labor de Truelift?.....	19

¿Qué es Truelift?

Truelift es una marca de confianza —en el ámbito de las microfinanzas y mucho más allá— que representa el compromiso con un cambio positivo y duradero para quienes viven en situación de pobreza.

La “marca” logrará dicho objetivo estableciendo parámetros de referencia y compartiendo las prácticas más adecuadas y efectivas, promoviendo una comunidad de aprendizaje entre sus participantes, reconociendo y diferenciando a aquellos que realmente están trabajando al servicio de quienes viven en condiciones de pobreza.

La “marca” se declara en defensa de la pobreza y se basa en tres Principios en Favor de la Pobreza, que están relacionados entre sí, alcance a la gente que vive en pobreza, satisfacer sus necesidades y hacer un seguimiento de su progreso en el transcurso del tiempo.

Truelift es una comunidad de aprendizaje global que se enfoca en los resultados logrados por las millones de personas que viven en situación de pobreza, construyendo sus propios caminos hacia el mejoramiento de sus condiciones de vida por el acceso a servicios financieros adecuados y a otros servicios. La marca colabora estrechamente con sus socios, aprendiendo, compartiendo y mejorando a medida que progresamos colectivamente.

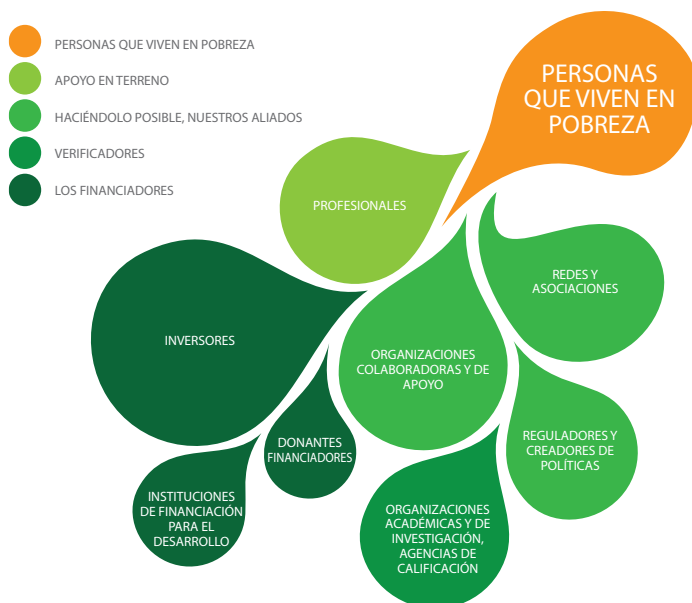
Nuestros parámetros son altos, y nuestros ideales aún lo son más, y como “Comunidad de práctica” dedicada, continuaremos con nuestro compromiso de mejorar la vida de las personas de menores recursos y mejorar nuestros estándares de trabajo para apoyar su jornada.

Con una declaración de compromiso

La Comunidad de práctica de Microfinanzas, enfocada en la pobreza, auspiciada por Truelift y por la Plataforma Social Performance Task Force, es un entorno de aprendizaje para todos aquellos comprometidos con las microfinanzas en favor de la pobreza. Al fin y al cabo, el potencial de poder mejorar la calidad de vida de quienes viven en pobreza es lo que atrajo a muchos de nosotros hacia las microfinanzas. La Comunidad de Práctica brinda un espacio para aquellos que demuestran una firme intención de llegar y dar servicios a las personas que viven en pobreza, aprendiendo y progresando juntos, compartiendo buenas prácticas, herramientas eficaces y recursos, en un esfuerzo por poner en práctica nuestra visión para el futuro de la microfinanza en favor de las personas que viven en la condición de pobreza.

Mejorando las prácticas en beneficio de las personas que viven en la pobreza

El objetivo, para todos los miembros de la Comunidad de Práctica, es mejorar las prácticas en beneficio de los pobres, dando prioridad a los tres Principios en favor de los pobres: llegar intencionalmente a las personas que viven en situación de pobreza; brindarles servicios que satisfagan sus necesidades; y hacer seguimiento de su progreso o cambio. Centrándonos en estas tres áreas y proporcionando herramientas y recursos para aquellos que se encuentran en diferentes etapas de la práctica microfinanciera a favor de la pobreza, la Comunidad de Práctica mejorará las prácticas en beneficio de los pobres, al tiempo que aprendemos juntos en comunidad.



Vías para lograr mejores resultados

Centrándose en modelos efectivos, la Comunidad de Práctica define las vías para lograr mejores resultados. Como se muestra en la figura anterior, existen varios tipos de organizaciones que conforman nuestro diverso panorama microfinanciero. Como en la práctica no hay solo una vía para lograr microfinanza en favor de la pobreza, la Comunidad de Práctica recopila y divulga herramientas y recursos pertinentes para todo tipo de organizaciones que trabajan en favor de las personas que viven en la condición de pobreza. La Comunidad de Práctica, liderada por diversos actores del sector, genera un entorno de aprendizaje dinámico, que proporciona una variedad de ejemplos de prácticas microfinancieras a favor de la pobreza y que abarca varias zonas y contextos por todo el mundo.

Para unirse a la Comunidad de Práctica, visita www.truelift.org.

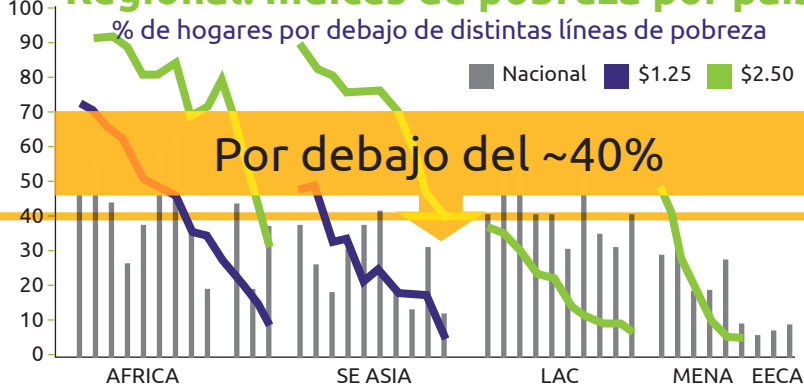
¿A qué nos referimos al hablar de “pobreza”?

A modo de parámetro global simple, Truelift hace referencia a una línea de pobreza que corresponde aproximadamente al ~40% inferior de la población.

Un plan sencillo

Durante las últimas dos décadas, en nuestro esfuerzo global por erradicar la pobreza, se han establecido varias formas de medir la pobreza. Cientos de Líneas de Pobreza Nacionales se han establecido por los gobiernos de cada país, e instituciones, como el banco mundial, han usado cifras de medición que van de 1 a 2.5 dólares por día. Incluso académicos y organizaciones individuales han desarrollado sus propios indicadores de pobreza para abordar la complejidad que supone la medición de esta. A la hora de señalar una cota de pobreza que no resulte demasiado complicada, sin que por ello deje de reconocer la diversidad regional de los países de todo el mundo, Truelift se fundamenta en el trabajo de todos aquellos del campo de las microfinanzas que han intentado establecer líneas y mediciones de pobreza.

Regional: Índices de pobreza por país



Datos correspondientes a los países con PPI (Índice de Progreso de la salida de la Pobreza):
Datos nacionales recientes y confiables, líneas de pobreza diferentes (Mark Schreiner, GF)

Gráfico diseñado por Frances Sinha

En varios países, la línea nacional de pobreza corresponde más o menos a quienes se encuentran por debajo del 40%, tal y como se muestra en el gráfico de la página seis. Esta definición refleja intencionalmente un nivel que es práctico, factible y pertinente para garantizar una inclusión financiera amplia. En líneas generales, representa el alcanzar con servicios a la mitad inferior de los excluidos desde el punto de vista financiero. Al mismo tiempo, a fin de reconocer a aquellas instituciones microfinancieras (IMF) que han logrado alcanzar a los más pobres, los indicadores de Truelift identifican también el porcentaje de clientes que se encuentran por debajo del 20%.

Reconociendo la complejidad

Sin embargo, sabemos que definir la pobreza, en realidad, no es nada sencillo. Aunque ciertamente es importante garantizar que la recopilación de datos necesarios sea simple y que los costos se mantengan accesibles para los operadores, también es esencial tener en cuenta factores contextuales para que la metodología sea precisa. Por ejemplo, cuando intentamos determinar qué se considera pobreza en Jordania, Bulgaria, la India, Camboya y Honduras, obviamente veremos como cada país tiene diferentes contextos. A fin de tener en cuenta dicho contexto, Truelift definirá puntos de referencia específicos para cada país: en países de bajos ingresos, el parámetro comparativo se acercará al ~60%, mientras que en países con ingresos altos, podrá ser tan solo de ~20%. Estas serán excepciones realizadas para los valores extremos. Sin embargo, para la mayoría de países en vías de desarrollo, parece ser la cifra que más se acerca a la manera en la que los distintos países definen su línea de pobreza es “inferior al ~40%”. La definición de pobreza de Truelift también tendrá en cuenta diferencias subnacionales en contexto. Este es el caso, por ejemplo, de la India, con la región rural de Manipur, más allá de Bangladés, así como la región de Rohini, en la que se encuentra Nueva Delhi. Truelift reconocerá tanto la pobreza rural como la urbana, el nivel de llegada a las comunidades marginalizadas, así como otros indicadores de pobreza utilizados por una IMF.

*Desempeño:
¿Cómo es
una IMF que
trabaja en
favor de los
pobres?*

*Medir.
Aprender.
Cambiar.*

Las etapas o hitos progresivas de Truelift reflejan tanto la calidad de la documentación de los tres “Principios en favor de las personas que viven en la condición de pobreza” como el progreso del desempeño del proveedor del servicio a lo largo de su trayectoria. Cualquier proveedor de servicios con intenciones serias puede alcanzar la primera meta: uniéndose a una comunidad de práctica en favor de la pobreza, cuyos miembros aprenden unos de los otros, así como de los compañeros que ya han alcanzado el reconocimiento de Truelift.

A continuación, se proporcionan detalles de lo que una IMF podrá lograr en relación al desempeño en los tres Principios en favor de la pobreza.

Los proveedores de servicios financieros que reciben el reconocimiento de Truelift sirven de ejemplo a seguir para quienes desean alcanzar el mismo destino: servicios que dan respuesta a las necesidades de los pobres y que marcan una gran diferencia en sus vidas.

No por eso significa que las IMF reconocidas por Truelift sean perfectas. Estos proveedores de servicios están simplemente más adelantados que otros con respecto a una de las múltiples posibles vías hacia su destino. Son líderes que los demás pueden seguir. Proporcionan un ejemplo que sirve de inspiración y guía a quienes desean conseguir logros con respecto a los tres principios en favor de la pobreza.

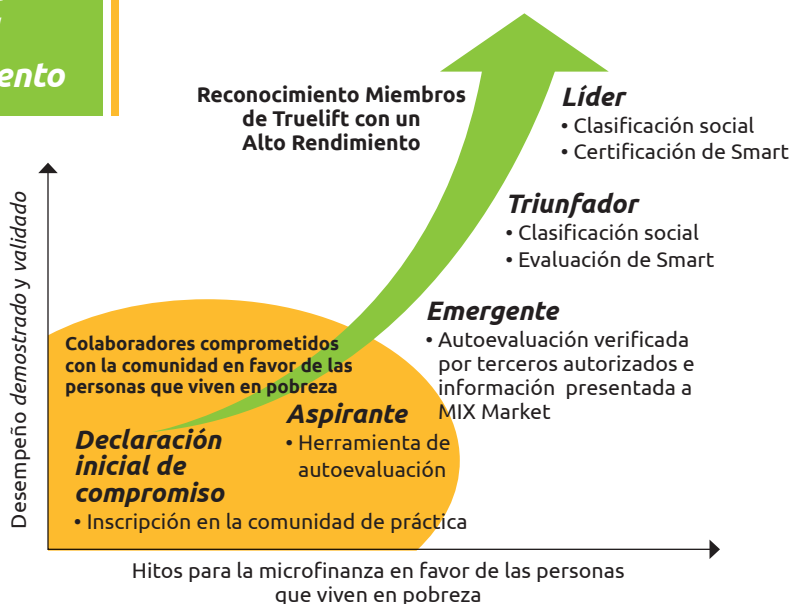
Quien ha recibido el reconocimiento de Truelift ha demostrado que al menos alguno de sus servicios llega a personas que viven en pobreza en comparación con la gran mayoría de sus compatriotas, incluso en comparación con la gran mayoría de la humanidad. Son capaces de documentar dicho alcance, ya que miden el nivel de pobreza de una muestra representativa o de todos sus clientes mediante el empleo de una medida de pobreza precisa y creíble. Su medición no solo muestra su éxito en el alcance a esta población, sino también su firme intención de hacerlo.

Quien ha recibido el reconocimiento de Truelift ha demostrado que al menos alguno de sus servicios y productos están diseñados específicamente para personas que viven en pobreza. Lo demuestran mediante sus procesos de diseño de producto y sus servicios: saben quiénes de sus clientes son pobres; estudian las necesidades y las limitaciones de dichos clientes; diseñan y ponen a prueba servicios y productos creados específicamente para ellos, y los ajustan de acuerdo a su respuesta hasta que saben con certeza que dichos clientes están usando sus servicios y productos de tal manera que es posible que tengan beneficios para ellos mismos y para sus familias.

Quien ha recibido la distinción de Truelift ha demostrado que ha realizado un seguimiento prolongado de al menos algunos de sus clientes pobres a fin de evaluar cómo han influido los servicios y productos en sus vidas. Con ello no se pretende realizar una investigación que atribuya los cambios en sus vidas al uso de servicios o productos, sino simplemente supone un esfuerzo por supervisar el progreso obtenido con el paso del tiempo y actuar frente a los cambios positivos, negativos o inexistentes reflexionando profundamente sobre cómo puede el proveedor de servicios dar mejores servicios y cumplir con las necesidades de todos sus clientes. El proveedor continua supervisando y haciendo ajustes hasta que percibe un cambio más positivo en las vidas de sus clientes que viven en pobreza y tiene menos evidencia de que estos se quedan rezagados o estancados.

Principios en favor de las personas que viven en pobreza	Categorías	Prácticas Esenciales
1.er principio en favor de las personas que viven en pobreza: Determinación por apoyar a los pobres	Propósito Intension y estrategia	Propósito, intensión y sistemas para ofrecer servicios a gente considerada pobre en comparación con las líneas de pobreza pertinentes en diferentes zonas (correspondiendo aproximadamente, por debajo al 40% en los país con ingresos medios, por debajo al 60% en países con ingresos bajos, y por debajo al 20% en países con ingresos altos)
	Medición, Calidad de los Datos, y Análisis	Medición de la pobreza de todos los clientes, o de una muestra representativa, a fecha de ingreso, con la ayuda de métodos de recopilación de datos y revisiones que generen datos fehacientes mediante análisis adecuados
	Resultados obtenidos	Porcentajes de clientes que se incorporan por debajo de la línea o indicadores de pobreza seleccionados, en comparación con los porcentajes correspondientes a la población nacional o territorial
	Uso de los Resultados	Los resultados de alcance a la pobreza son reportados con adecuada frecuencia a la junta directiva y altos cargos. Dichos resultados los utilizan para monitorear los objetivos de alcance a la pobreza y afectan a las decisiones operativas y estratégicas tomadas con respecto a la expansión geográfica, los canales de entrega de los servicios y el desarrollo de productos
2.º principio en favor de las personas que viven en pobreza: Servicios que satisfagan las necesidades de los pobres	Propósito Intension y estrategia	Para el diseño de productos y servicios se tiene información permanente de sistemas puestos en marcha para entender mejor las necesidades de los clientes pobres, sus limitaciones y conductas tanto al ingresar a la institución como en el transcurso de su permanencia
		Procesos instaurados para reconocer y apoyar a los clientes que se encuentran en situaciones económicas precarias o de vulnerabilidad
	Medición, Calidad de los Datos, y Análisis	Sistemas robustos que aseguren un monitoreo de la calidad de los servicios ofrecidos para los clientes pobres, y para la protección y retención de los clientes poniendo especial atención a la información que provenga de los clientes y de los oficiales de campo, generando una base de datos de alta calidad y el análisis apropiado
	Resultados obtenidos	Evidencia de la utilidad, por parte de los clientes pobres, de los productos y servicios. Sus comentarios de satisfacción y la retención indican que dichos productos o servicios son apropiados para ellos y para su vida familiar
	Uso de los Resultados	Los resultados son reportados con frecuencia adecuada a la junta de Directores y a la alta gerencia y son usados por estos para evaluar y mejorar la calidad de los productos y servicios, así como la manera en la que estos se ofrecen
3.er principio en favor de las personas que viven en pobreza: Realizar un seguimiento del progreso de los pobres	Propósito Intension y estrategia	El seguimiento sistematizado del progreso de los clientes pobres y de sus hogares está basado en los indicadores relevantes de la institución en relación a sus objetivos específicos de alivio de la pobreza
	Medición, Calidad de los Datos, y Análisis	Seguimiento periódico de los clientes pobres a lo largo del tiempo mediante el uso de censos o la recopilación de muestras representativas, todo ello con la ayuda de medidas razonablemente precisas y fiables, para generar datos de calidad con un análisis adecuado
	Resultados obtenidos	Pruebas de que se ha producido un cambio en las vidas de los clientes pobres y sus hogares en el transcurso del tiempo, desglosadas en función de valores indicativos tales como lugar, sexo, uso de servicios y estado de pobreza inicial
	Uso de los Resultados	La junta directiva y los altos cargos sacan conclusiones prácticas de los informes de investigación y las aplican para replantear los objetivos sociales, evaluar la efectividad de los servicios y para pensar estratégicamente en formas de añadir mayor valor o beneficios para los clientes pobres como también identificar puntos que requieren más investigación.

**Verificación:
Pasos a
seguir para
alcanzar el
reconocimiento**



Hitos de Truelift	Descripción	Requisitos de desempeño	Requisitos de verificación
Declaración inicial de compromiso	<p>El punto de partida es una Declaración de compromiso para ofrecer asistencia a quienes viven en la pobreza. Al unirse a la Comunidad de Práctica, una IMF muestra su compromiso por servir a los pobres.</p> <p>Mediante la “Declaración de compromiso”, la IMF confirma que entre sus objetivos se encuentra llegar y apoyar a los pobres, proveer productos y servicios que satisfagan las necesidades de estos y supervisar su progreso a lo largo del tiempo.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ninguno 	<ul style="list-style-type: none"> • Inscripción en la Comunidad de Práctica, confirmada por la secretaría de Truelift

Hitos de Truelift	Descripción	Requisitos de desempeño	Requisitos de verificación
Aspirante (Aspirant)	Tras unirse a la Comunidad de Práctica, una IMF completa una autoevaluación a fin de diagnosticar sus puntos fuertes y débiles como institución en favor de los Pobres en este punto, la IMF se convierte en Aspirante de Truelift.	<ul style="list-style-type: none"> • Entre sus objetivos se incluye apoyar a los clientes pobres y realizar un seguimiento de sus resultados a lo largo del tiempo. • Participación en la Comunidad de Práctica en SPTF como foro para el aprendizaje y para compartir buenas prácticas entre sus miembros. • Comprometerse a aplicar los principios en favor de las personas que viven en pobreza y a completar el balance scorecard de autoevaluación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Herramienta de autoevaluación, presentada a la secretaría de Truelift.
Emergente (Emerging)	Para ser una IMF Emergente de Truelift, esta deberá demostrar sostenibilidad transparente, desempeño financiero responsable, Principios de Protección al Cliente (PPC) y Estándares Universales para la Gestión del desempeño Social (USSPM). Asimismo, demostrará un desempeño razonable y una puntuación mínima apropiada en los tres principios en favor de las personas que viven en pobreza . Se espera que las IMF emergentes contribuyan a la Comunidad de Práctica.	<p>Cumple cuatro de las siguientes seis categorías, y tiene intención de cumplir las demás:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sostenibilidad financiera y desempeño financiero responsable • Cumplimiento de los Principios de Protección al Cliente • Cumplimiento de los “Estándares Universales para la Gestión del desempeño social” • 1.º principio en favor de los pobres: alcance • 2.º principio en favor de los pobres: Servicios • 3.º principio en favor de los pobres: Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Verificación de la autoevaluación, aprobada por una entidad independiente • Presentación de informes sobre desempeño social y financiero a MIX Market

Hitos de Truelift	Descripción	Requisitos de desempeño	Requisitos de verificación
Triunfador (Achiever)	Los Triunfadores de Truelift, demostrarán transparencia y mostrarán un adecuado nivel de cumplimiento con los estándares de calidad de desempeño financiero, sostenibilidad, PPC, y USSPM, otorgando evidencia que ha sido verificada por terceros. Adicionalmente, los Triunfadores demostraran un buen desempeño en los tres principios en favor de las personas que viven en pobreza.	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple a cabalidad los estándares de calificación exigidos con respecto a: <ul style="list-style-type: none"> — Sostenibilidad financiera y desempeño financiero responsable — Principios de protección al cliente — Estándares Universales para la Gestión del Desempeño social • Desempeño satisfactorio en todos los tres principios en favor de la pobreza y logra una puntuación mínima apropiada en la evaluación de la herramienta: <ul style="list-style-type: none"> — 1.º principio en favor de los pobres: Alcance — 2.º principio en favor de los pobres: Servicios — 3.º principio en favor de los Pobres: Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación social con componente adicional de Truelift • Evaluación de Smart o equivalente
Líder (Leader)	Los Líderes de Truelift, receptores del Sello de Excelencia en favor de las personas que viven en la condición de pobreza, cumplen todos los estándares de calificación exigidos, incluidos los de sostenibilidad, desempeño financiero responsable, PPC y USSPM. Asimismo, cumplen con creces los tres Principios en favor de las personas que viven en pobreza . Los líderes demuestran pruebas validadas por una de las agencias de calificación especializadas participantes y han conseguido la Certificación de SMART.	<ul style="list-style-type: none"> • Cumple totalmente con los estándares de calidad exigidos con respecto a: <ul style="list-style-type: none"> — Sostenibilidad financiera y desempeño financiero responsable — Principios de protección al cliente — Estándares Universales para la gestión del Desempeño social • Destaca en todos los tres principios en favor de los las personas que viven en pobreza y tiene una puntuación mínima apropiada en la evaluación del scorecard <ul style="list-style-type: none"> — 1.º principio en favor de los pobres: Alcance — 2.º principio en favor de los pobres: Servicios — 3.º principio en favor de los pobres: Seguimiento 	<ul style="list-style-type: none"> • Clasificación social con componente adicional de Truelift • Certificación de Smart



©Karl Grobl for Freedom from Hunger

Foto por gentileza de Freedom From Hunger

Burkina Faso: Un agente de campo de un socio local de Freedom from Hunger responde a las preguntas de unas mujeres sobre cómo se contrae la malaria. Muchos aprenden por primera vez que la malaria se transmite a través de los mosquitos, que pican sólo de noche. Por ello, dormir bajo un mosquitero es algo especialmente efectivo a la hora de combatirla. Freedom from Hunger crea tarjetas gráficas con las que las mujeres pueden quedarse y utilizarlas a modo de referencia para decidir cuándo deben llevar a sus niños al médico o como preparar las dosis de medicamentos contra la malaria.

Cómo solicitar la inscripción

Cómo solicitar el Reconocimiento de Truelift

Truelift refleja no solo el **desempeño** de las actividades en favor de las personas que viven en pobreza de una IMF, sino también el **solidez de las pruebas** que le dan validez. La Evaluación de Truelift adquiere dos formas: una autoevaluación para uso interno o para entregar a un verificador independiente y un componente adicional de Truelift a la herramienta de Clasificación Social existente (para las últimas dos etapas o hitos de reconocimiento de Truelift).

Truelift busca organizaciones que ya hayan realizado progresos en uno o más de los tres principios en favor de las personas que viven en pobreza. Los candidatos especialmente prometedores son aquellos que muestran un serio propósito de llegar y apoyar a los pobres, y que han obtenido una buena puntuación (o que probablemente la conseguirán) en una clasificación social realizada por una de las agencias de calificación especializadas (con lo cual habrán mostrado su cumplimiento de los Estándares Universales para la Gestión del Desempeño Social¹, incluyendo los Principios de Protección al Cliente²).

1.er paso: Unirse a la Comunidad de Práctica para erradicar la pobreza y compartir sus desafíos y objetivos a favor de los pobres. La afiliación a esta será gratuita durante el primer año.

¹ <http://www.sptf.info/sp-standards-2>

² <http://www.smartcampaign.org/about-the-campaign/smart-microfinance-and-the-client-protection-principles>

2.º paso: Cumplir con la herramienta de autoevaluación de Truelift. (Los indicadores de Truelift se integrarán en la herramienta CERISE³ SPI, versión 4⁴). La puntuación en la autoevaluación señalará los puntos fuertes y débiles de la IMF a la hora de llegar y dar servicios a los clientes pobres, satisfacer sus necesidades y realizar un seguimiento de su progreso a lo largo del tiempo.

3.º paso: Programar una revisión externa de las autoevaluaciones completadas para sentar las bases necesarias para recibir el reconocimiento de Truelift. Ello implica la entrega de la autoevaluación a la secretaría de Truelift, que organizará el proceso de verificación in situ a cargo de uno de los verificadores autorizados por Truelift.

4.º paso: El reconocimiento en los niveles o hitos de “Triunfador” o “Líder” requiere una Clasificación Social, incluido el componente adicional de Truelift, llevada a cabo por las agencias de calificación participantes: MicroFinanza Rating, M-CRIL y Planet Rating. Las IMF que hayan recibido una Clasificación Social en los últimos 24 meses, pero sin el componente adicional de Truelift, pueden conseguir una Evaluación de Truelift a precio reducido.

Visite www.truelift.org para manifestar su interés en completar la autoevaluación de Truelift o para recibir la evaluación de Truelift que forma parte de un componente adicional de la Clasificación Social ya existente.

³<http://www.cerise-microfinance.org/>

⁴Disponible a principios de 2015. Hasta entonces, podrá utilizar una herramienta provisional de autoevaluación en el sitio web de Truelift.

Liderazgo y Partidarios

* Miembro del Comité
Ejecutivo

** Copresidente del Comité
Ejecutivo

*** Presidente del Comité
Técnico

Comité directivo

Isabelle Barrès
Smart Campaign

Sybil Chidiac
CARE USA

Alex Counts
Grameen Foundation

John de Wit
SEF Sudáfrica

Frank DeGiovanni
Ford Foundation

Chris Dunford**

Laura Foose
Social Performance Task Force (SPTF)

Anne Hastings
Manager, Microfinance CEO Working Group

Ging Ledesma
Oikocredit

Asad Mahmood
Deutsche Bank

Larry Reed*
Microcredit Summit Campaign

Ananya Roy
University of California Berkeley

Frances Sinha***
EDA Rural Systems

Javier Vaca
Red Financiera Rural

Carmen Velasco**

Ayesha Wagle
Komaza

Partidarios (antiguos y actuales)

Ford Foundation
Deutsche Bank
The Michael and Susan Dell Foundation
The QED Group for USAID
Kiva
Freedom from Hunger
Grameen Foundation
Microcredit Summit Campaign

¿Cuál es la labor de Truelift?

- Define y reconoce los principios en favor de las personas que viven en la condición de pobreza en el ámbito de la microfinanza.
- Proporciona un marco de trabajo, un entorno de aprendizaje y reconocimiento.
- Aboga por un plan de trabajo en favor de las personas que viven en la pobreza en la microfinanza, y aporta un foco sobre la pobreza en otras iniciativas.
- Alinea la rentabilidad con la inclusión social de quienes viven en la pobreza.
- Simplifica y trabaja dentro de marcos existentes para seguir siendo manejable y eficiente.
- Se centra en las personas y en los resultados.
- Reúne, comparte y fomenta las buenas prácticas de trabajo.
- Destaca las organizaciones desconocidas, así como las conocidas.
- Hace hincapié en los modelos, productos y organizaciones óptimos.
- Colabora: Truelift se ha alineado con Smart Campaign, Social Performance Task Force y otras iniciativas del sector.



Truelift es una iniciativa global para personas que viven en la pobreza. Promovemos la verdad abogando por la medición, los datos y el aprendizaje. Nuestro objetivo es apoyar a las personas mediante la toma de decisiones, basadas en datos, y crear un cambio positivo. Solo las organizaciones microfinancieras pueden mejorar las condiciones de vida de quienes viven en la pobreza, realizando un seguimiento de su progreso y adaptando sus prácticas.

Principios en favor de las personas que viven en la condición de pobreza:

1. Demostrar determinación por ofrecer apoyo a las personas que viven en la pobreza.
2. Brindar servicios que satisfagan las necesidades de quienes viven en la pobreza
3. Realizar un seguimiento del progreso de las personas que viven en la pobreza.

***¡Aprenda más,
participe e inscribese!***

www.Truelift.org



Impartida en Microcredit Summit Campaign,
Un proyecto de RESULTS Educational Fund
1101 15th Street, NW, Suite 1200
Washington, DC 20005, EE. UU.

info@truelift.org