

SALVANDO VIDAS

con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras en Lima Norte

JOSÉ LOAYZA PACHECO



SALVANDO VIDAS

con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras en Lima Norte

JOSÉ LOAYZA PACHECO



Título de la obra:

Salvando vidas con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras en Lima Norte

Autor/Editor: José Loayza Pacheco

Directora General: Sonia Rodríguez Chávez

Equipo de Microfinanzas

José Loayza Pacheco – Gerente de Microfinanzas

Milagros Caveró / María Ysabel Mendoza / Ketty Oliveros / Maria Carmen Perea

Ana Mejía / Pilar Davila / Pilar Chircca / Alberto Zegarra / Fortunato Pachas / Sonia García / Angélica Santa Cruz / Deysi Yalta / Amparo Parravicini / Karina Salazar / Andrea Díaz / Máximo Fernández

Gleisby Castañón

@ ALTERNATIVA Centro de Investigación Social y Educación Popular

Emeterio Pérez 348, Urb. Ingeniería, San Martín de Porres

Teléfono: (51-1) 481-5801 / 481-1585 / 481-5466

Fax: (51-1) 482-6826

Primera edición - Febrero 2020

500 ejemplares

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2019-14525

Se terminó de imprimir en marzo del 2020 en:

Imprenta Condori Ortega

De: Condori Ito Jacob Alex

Jr. Huaraz Nro. 1747 Int. 329 A - Lima - Lima - Breña

Loayza Pacheco, José

Salvando vidas con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras en Lima Norte

#prevenciónDesalud

#emprendimientoSeconómicos

#bancoscomunales

ÍNDICE

PRESENTACIÓN	5
I. ESTRATEGIA INSTITUCIONAL	7
II. PROBLEMÁTICA DE LA SALUD DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS	13
2.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO	14
2.2 SALUD DE LAS MUJERES	15
2.3 CAUSAS Y EFECTOS DE LOS PROBLEMAS DE SALUD EN LAS MUJERES EMPRENDEDORAS	18
III. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (RESUMEN)	21
3.1 NOMBRE DEL PROYECTO	22
3.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO	22
3.3 POBLACIÓN OBJETIVO	23
3.4 DURACIÓN DEL PROYECTO	25
3.5 COMPONENTES DE INTERVENCIÓN	25
3.6 FINANCIAMIENTO	25
3.7 RESULTADOS ESPERADOS	26
IV. SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA	27
V. LECCIONES APRENDIDAS	37
VI. RESULTADOS, SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD	40
VII. RECONOCIMIENTO	44

PRESENTACIÓN

ALTERNATIVA está convencida que las personas son el centro del desarrollo, que por el hecho de ser humanos tienen derechos a una vida de calidad. El derecho a la salud es fundamental en la vida de las personas, pero lamentablemente los servicios públicos no se abastecen en cobertura ni en la calidad suficiente.

ALTERNATIVA en alianza con la Liga Contra el Cáncer, desde el 2011, están llevando la oportunidad de una vida mejor para las mujeres emprendedoras de Lima Norte, mediante actividades educativas de sensibilización, materiales educativos y campañas de detección de cinco tipos de cáncer que las afecta.

Este documento tiene como objetivo sistematizar esta experiencia implementada en las zonas periurbanas de Lima Metropolitana, específicamente en los distritos de San Martín de Porres, Independencia, Comas, Los Olivos, Puente Piedra, Carabayllo, Santa Rosa y Ancón, así como en los distritos de Ventanilla y Mi Perú.

Felicítamos y agradecemos a las lideresas y socias de los bancos comunales “La Chanchita” que con su empuje cotidiano por darles una mejor vida a su familia, se han comprometido en el proceso de promoción y organización de las actividades educativas y han participado en las campañas de detección de cáncer.

Agradecemos al personal médico y administrativo de la Liga Peruana de Lucha Contra el Cáncer, que con su calidad, calidez y profesionalismo han llevado el servicio de prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres.

Agradecemos al equipo de Microfinanzas de ALTERNATIVA, que aplicando las 3 C (Calidad, Calidez y Compromiso) han permitido generar oportunidades de una vida mejor para las mujeres emprendedoras de las zonas periurbanas de la capital.

I. ESTRATEGIA INSTITUCIONAL



ALTERNATIVA es una asociación civil privada sin fines de lucro creado en el 1979. ALTERNATIVA tiene como apuesta institucional el desarrollo humano integral sostenible, que aporta a la construcción de un país con justicia social y ambiental. Siendo muy importante para ello, el desarrollo de las capacidades de las personas y sus organizaciones, promoviendo una institucionalidad democrática, participativa y descentralizada.

En estos 40 años de vida institucional, nos concebimos como gestores sociales de alternativas innovadoras de gestión del territorio que articulan a las comunidades y sus entornos de manera sostenible. Promovemos procesos participativos de planificación territorial, diseñamos y gestionamos proyectos de desarrollo comunitario y propiciamos la participación y articulación de actores locales; actuamos sobre políticas públicas locales y nacionales mediante la formulación de propuestas, asesoría técnica y desarrollando acciones de incidencia; colaboramos con la expansión de las capacidades de personas y organizaciones para su empoderamiento político, social, económico y cultural. Trabajamos con líderes sociales de organizaciones sociales de los ámbitos de intervención y con entidades públicas y privadas, nacionales y del extranjero, para favorecer preferentemente a las poblaciones menos favorecidas por este modelo.

Para el cumplimiento de su orientación institucional, se ha organizado en cinco áreas, siendo éstas, Desarrollo Territorial y Medio Ambiente; Desarrollo Económico Local y Empleo; Desarrollo Social; Participación Ciudadana y Gobiernos Locales, y Microfinanzas.

Desarrollo Territorial
y Medio Ambiente

Desarrollo Económico
Local y Empleo

Microfinanzas

Desarrollo Social

Participación
Ciudadana
y Gobiernos Locales

Misión de Microfinanzas

El Área de Microfinanzas ha definido como misión el “Contribuir al desarrollo integral de las personas de escasos recursos económicos y vulnerables, prioritariamente mujeres emprendedoras, implementando sistemas de microfinanzas y servicios de desarrollo sostenible para su emprendimiento económico y/o necesidades financieras familiares, articulado al desarrollo económico territorial.

Enfoques

Los enfoques que guían nuestro trabajo son: Enfoque de Desarrollo Integral Humano, Enfoque de Derechos, Enfoque de Participación Ciudadana y el Enfoque de Género

- ***El enfoque de desarrollo humano integral y sostenible.***- Buscamos con nuestro quehacer el desarrollo humano integral y sostenible en todas sus dimensiones, manteniendo el equilibrio entre el ser humano y la naturaleza. Buscamos entonces el mejoramiento de la calidad de vida, la satisfacción de necesidades, el desarrollo de capacidades y la ampliación de oportunidades, con énfasis en los sectores menos favorecidos, convirtiéndose este enfoque de desarrollo humano integral y sostenible, en nuestro enfoque de lucha contra la pobreza.
- ***El enfoque de derechos.***- Reconocemos que las personas, por el sólo hecho de serlo merecen una vida plena, un reconocimiento de igualdad, de oportunidades y la protección de la sociedad y el Estado para su realización. Las personas no son sólo portadoras de necesidades sino de derechos.
- ***El enfoque de ciudadanía y democracia participativa.***- Reconocemos que la democracia es una dimensión del desarrollo, que afirma el derecho de los ciudadanos y ciudadanas de participar en las decisiones públicas. Esto supone un proyecto nacional inclusivo, que tenga en cuenta la diversidad étnico-cultural, social

y geográfica, y que promueve espacios de participación y vigilancia ciudadana en los diversos niveles de gobierno.

- ***El enfoque de equidad de género y generacional.***- Es un enfoque transversal en políticas y propuestas, que busca promover la igualdad de oportunidades y la equidad en las relaciones entre mujeres y varones y entre generaciones. Reconociendo que una de las mayores desigualdades sociales es la que se producen en las relaciones entre hombres y mujeres y entre niños, niñas, jóvenes y adultos mayores, basadas en el poder, que ubican a las mujeres, niños, niñas jóvenes y adultos mayores en una situación de dominación y subordinación.

Componentes de intervención

El Área de Microfinanzas ha definido 4 ejes para su intervención:

a) **Incidencia en Políticas Públicas sobre inclusión y educación financiera**

Desarrollo de la incidencia política para una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) y Plan de Educación Financiera que promueva los emprendimientos económicos de las mujeres.

b) **Programa de Microcrédito y Promoción de una Cultura de Ahorros - Bancos Comunes “La Chanchita”**

Desarrollo de la autonomía económica de las mujeres emprendedoras a través del acceso y control de recursos de microcrédito y promoción de una cultura de ahorro. Con productos financieros: Crédito para Capital de Trabajo, Crédito para Activo Fijo, Crédito



para Agua Saludable, Crédito para Salud, Crédito para Vivienda Digna (habilitación progresiva de vivienda) y Crédito para Educación. Así como la promoción de una cultura de ahorro.

c) Escuela para Mujeres Emprendedoras “Supérate Mujer”

Desarrollo de las capacidades personales y empresariales de las líderes y las mujeres emprendedoras para su empoderamiento mediante programa de capacitación y asesoría. Cuyos ejes temáticos son: Desarrollo Personal y Género, Educación Financiera, Gestión del negocio y Técnico Productivo, Educación en salud, Medio Ambiente y Cambio Climático, y Liderazgo y desarrollo local.



d) Programa de Salud “Me quiero Saludable”

Desarrollo de sistemas de prevención de la salud de las mujeres emprendedoras y su familia, articulando las capacidades de los actores públicos, privados y sociedad civil que actúan en el territorio. Contiene tres tipos: prevención de 5 cánceres que afectan a las mujeres, prevención de cataratas y análisis clínicos para medir glucosa, colesterol, triglicérido y hemoglobina.



e) **Programa de Promoción de los Derechos Económicos y Sociales de las Mujeres Emprendedoras**

Promover un espacio de intercambio, análisis, diálogo y acción, entre los diferentes actores del sector público, sector privado y sociedad civil, sobre los derechos económicos y sociales de las mujeres emprendedoras, en un marco de igualdad de género.



II. PROBLEMÁTICA DE LA SALUD DE LAS MUJERES EMPRENDEDORAS



2.1 ANTECEDENTES DEL PROYECTO

En la aplicación del PPI (Índice de progreso de pobreza, en el 2009 y 2010) se pudo confirmar la información sobre la salud de las mujeres emprendedoras y su acceso a la salud pública y privada. Por este motivo, previo al diseño del proyecto, se realizaron reuniones de trabajo (grupos focales) con las socias y lideresas de los bancos comunales, identificando las principales preocupaciones y demandas sobre la salud de las mujeres, priorizando la prevención y atención de los cánceres que las afectan. Se reconoció que en las escuelas (colegios) entregan una información limitada sobre los problemas de salud, así como limitada información sobre prácticas de vida saludable. Pero también se identificó que las mujeres tienen poca información y una escasa cultura de prevención sobre su salud, de manera particular sobre las causas que provocan cáncer. Más de una persona expresó su temor a asistir a los centros médicos para realizarse exámenes, pues le brindan poca información y no les explican en qué consistían los exámenes. Las mujeres expresaron que hay mitos y creencias que perjudican la prevención y tratamiento.

En la implementación de los bancos comunales se ha identificado que en los escasos casos de problemas de incumplimiento de pagos se debe a los problemas de la salud de la mujer emprendedora o de algún familiar, afectando seriamente las condiciones económicas de la familia y la casi eliminación del capital de trabajo del pequeño negocio. Las reducciones de ingresos son cubiertos muchas veces con actividades económicas solidarias (pollada), pero son insuficientes.

Se obtuvo información sobre el cáncer en las mujeres en el Perú. Según el Instituto Nacional de Enfermedades Neoplásicas (INEN), el cáncer es el segundo motivo de muerte en las mujeres peruanas. En el año 2009, en Lima Metropolitana se estimó 31,000 nuevos casos de cáncer (Fuente: INEM).

En el año 2010, se registraron 10,032 nuevos casos de cáncer en

el INEN, de los cuales 6,334 son mujeres (63%). De los 6,334 nuevos casos de cáncer que afectan a las mujeres, se ha identificado que 1,562 casos (25%) son de cáncer al cuello uterino y 1,224 casos (19%) de cáncer a las mamas.

En el año 2001, ALTERNATIVA se había adscrito a la integración de microfinanzas con educación, lo que ha permitido la mejora en el uso del dinero, a través de sesiones educativas sobre gestión del negocio y educación financiera, además de sesiones sobre género y desarrollo personal.

Ahora ante las necesidades identificadas por las mujeres sobre su salud, decidimos en el 2011 integrar también las microfinanzas con la salud para las mujeres. Esto sería posible si contáramos con la activa participación de las mujeres emprendedoras y la alianza con un operador de salud (público o privado). La mejora de la salud de la población es muy importante atenderlas con calidad y cobertura adecuada.

2.2 CÁNCER EN LAS MUJERES COMO PROBLEMA DE SALUD PÚBLICA

La alta mortalidad del cáncer ha llevado a que en nuestro país sea considerado como un problema de salud pública. Por tal motivo, el gobierno peruano implementó el Plan Esperanza, “Plan Nacional para la Atención Integral del Cáncer y Mejoramiento del Acceso a los Servicios Oncológicos-Plan Esperanza”, con el objetivo de fortalecer los servicios oncológicos en el país.

El cáncer afecta principalmente a las personas de escasos recursos económicos, pues por los niveles de pobreza que tienen no les permite acceder a los servicios de salud pública y privada, para la prevención. Luego, cuando tienen cáncer, no solo afecta las condiciones y esperanza de vida de la persona, sino también son afectados por los altos costos de tratamiento de la enfermedad, afectando el presupuesto familiar, continuando el círculo vicioso de la pobreza.

Los casos notificados de cáncer en el Perú, en el período del 2006 al 2011, se cuenta con 109,914 casos. Según el sexo de los pacientes, se registraron 67,838 casos de mujeres (61.7%) y 42,076 casos de varones (38.3%).

Distribución de casos de cáncer en el Perú 2006-2011

Tipos de cáncer	Masculino	Femenino	Total	%
Cuello Uterino	0	16,374	16,374	14.90%
Estómago	6,356	5,861	12,217	11.12%
Mama	69	11,271	11,340	10.32%
Piel	3,297	3,945	7,242	6.59%
Próstata	6,359	0	6,359	5.79%
Sistema hematopoyético	3,060	2,501	5,561	5.06%
Pulmón	2,669	2,375	5,044	4.59%
Colon	1,637	2,034	3,671	3.34%
Ganglios linfáticos	1,872	1,491	3,363	3.06%
Hígado	1,536	1,446	2,982	2.71%
Tiroides	524	2,428	2,952	2.69%
Ovario	0	2,182	2,182	1.99%
Páncreas	968	1,075	2,043	1.86%
Encéfalo	1,046	948	1,994	1.81%
Riñon	1,117	781	1,898	1.73%
Otros	11,566	13,126	24,692	22.46%
	42,076	67,838	109,914	100.00%

Fuente: Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica – Ministerio de Salud

Se tiene que la mayor frecuencia la tiene el cáncer al cuello uterino, con 16,374 casos que representan el 14.90%. En segundo lugar, se encuentra el cáncer al estómago con 12,217 casos, que representa el 11.12%. En tercer lugar, se encuentra el cáncer a la mama con 11,340 casos, que representa el 10.32%. En cuarto lugar, se encuentra el cáncer a la piel con 7,242 casos, que representa el 6.59%.

Como se ha mencionado, son las mujeres quienes tienen la mayor cantidad de casos registrados de cáncer, llegando al 61.7% de los casos. Una vez más, las mujeres están en situación de desventaja, en este caso en acceso a la salud y una vida saludable, como ocurre con la educación y el empleo, brechas que vienen afectando la realización de las personas, a las oportunidades y a una mejor calidad de vida.

Los casos más frecuentes de cáncer en las mujeres son: el cáncer al cuello uterino con 16,374 caso, que representa el 24.14%; en segundo lugar, está el cáncer a la mama con 11,271 casos, que representa el 16.61%; en tercer lugar, está el cáncer al estómago con 5,861 casos, que representa el 8.64%.

Distribución de casos de cáncer que afectan a las mujeres en el Perú 2006-2011

Tipos de cáncer	Femenino	%
Cuello Uterino	16,374	24.14%
Mama	11,271	16.61%
Estómago	5,861	8.64%
Piel	3,945	5.82%
Sistema hematopoyético	2,501	3.69%
Tiroides	2,428	3.58%
Pulmón	2,375	3.50%
Ovario	2,182	3.22%
Colon	2,034	3.00%
Ganglios linfáticos	1,491	2.20%
Hígado	1,446	2.13%
Páncreas	1,075	1.58%
Encéfalo	948	1.40%
Riñón	781	1.15%
Otros	13,126	19.35%
	67,838	100.00%

Fuente: Sistema Nacional de Vigilancia Epidemiológica – Ministerio de Salud

2.3 CAUSAS Y EFECTOS DE LOS PROBLEMAS DE SALUD EN LAS MUJERES EMPRENDEDORAS: PREVENCIÓN DE CÁNCER

Como se ha indicado en párrafos anteriores, las personas más afectadas con los casos de cáncer son las mujeres. La prevención y control de cáncer no ha sido suficiente para reducir la incidencia y la mortalidad en las mujeres.

Una de las preguntas que nos surgió fue ¿por qué las mujeres emprendedoras no participan en las campañas de salud de detección de cáncer? Por ello organizamos algunos grupos focales con las líderes y socias de los bancos comunales, para conocer sus percepciones. A continuación, planteamos los hallazgos encontrados.

Se identificó que el problema principal es la resistencia de las mujeres emprendedoras a la prevención (chequeo anual) del cáncer al cuello uterino y el cáncer a las mamas en la zona urbana de Lima Norte.

¿Cuáles son las causas de la resistencia de las mujeres emprendedoras a participar en actividades de prevención de cáncer?

- Insuficiente sensibilización sobre la salud de las mujeres

Esto debido a que es limitada la información sobre la salud de las mujeres (cáncer de cuello uterino y mamas) que se otorgan en los centros médicos. También, la insuficiente educación en la formación escolar sobre la salud preventiva de las mujeres en particular y de toda la población en general.

También se explica, porque los gobiernos tienen limitadas políticas públicas y presupuesto para salud. Muchas veces le cuesta entender a los burócratas, que el tratamiento es más costoso que las acciones de prevención.

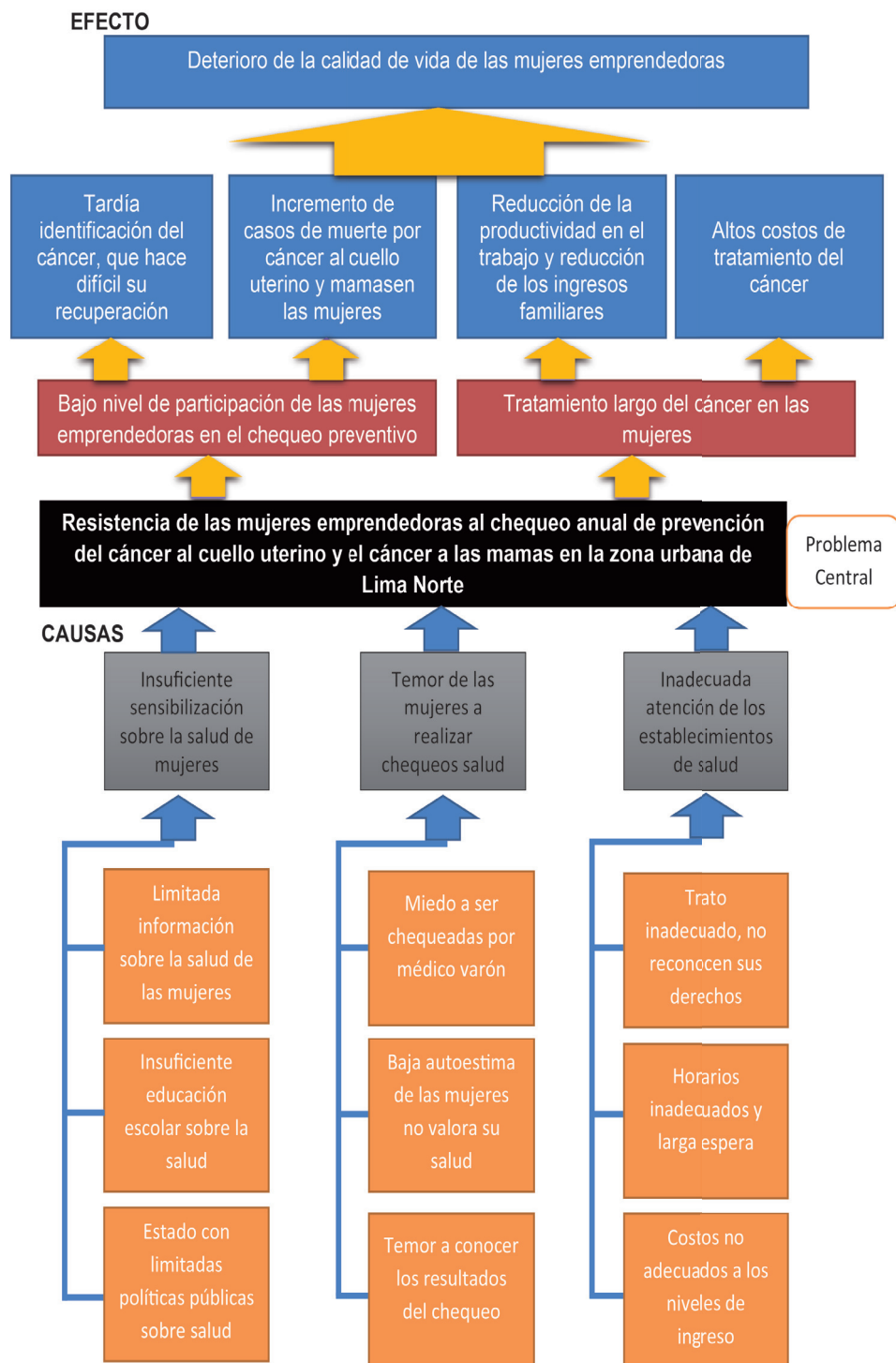
- Inadecuada atención de los establecimientos de salud

Otra causa identificada por las socias de los bancos comunales, está el trato inadecuado a las mujeres en los establecimientos de salud, no se les explica de que trata el chequeo y su importancia, no reconocen los derechos de las mujeres a una vida sana y digna, los horarios son poco adecuados y accesibles, el tiempo de espera es muy largo, lejanía de los centros de salud, costos no adecuados a los niveles de ingreso de las mujeres, limitada aceptación al chequeo de las mujeres.

¿Cuáles son los efectos de la resistencia de las mujeres emprendedoras a participar en actividades de prevención de cáncer?

Bajo nivel de participación de las mujeres emprendedoras en el chequeo preventivo, tardía identificación del cáncer en las mujeres que dificulta su recuperación y el incremento de casos de muerte por cáncer al cuello uterino y mamas. Asimismo, tratamiento largo del cáncer en las mujeres, reducción de la productividad en el trabajo y reducción de los ingresos familiares, no tienen derecho a la atención en ESSALUD porque la mayoría labora de manera informal y no aportan, altos costos de tratamiento del cáncer que perjudican el presupuesto familiar y deterioro de la calidad de vida de las mujeres emprendedoras. Incluso por tener negocios con ingresos precarios, no son atendidas en el Sistema Integral de Salud (SIS).

A continuación, presentamos el árbol de problemas, donde se identifican las causas y los efectos.



III. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO



3.1 NOMBRE DEL PROYECTO

Salvando vidas con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras de zonas periurbanas de Lima Norte (ME QUIERO SALUDABLE).

3.2 OBJETIVOS DEL PROYECTO

Objetivo General

Generar una cultura de prevención poniendo en funcionamiento un sistema de prevención de cáncer de las mujeres socias de los bancos comunales.

Objetivo Específico

1. Sensibilizar a las mujeres emprendedoras para el cuidado de su salud, particularmente sobre los cánceres más frecuentes que afectan la vida de las mujeres.
2. Implementar campañas de intervención para el despistaje de 2 tipos de cáncer (cuello uterino y mamas) que afectan a las mujeres, mediante alianzas con instituciones con capacidades instaladas en el territorio.

Acciones principales:

Sensibilización	Campañas de salud
• Sesiones educativas. • Material educativo.	• Despistaje de cáncer. • Conexión con la establecimiento de salud para tratamiento.

3.3 POBLACIÓN OBJETIVO

La población objetivo está conformado por mujeres mayores de edad que participan en el Programa de Bancos Comunales “La Chanchita”.

La cobertura geográfica del proyecto son los distritos de Lima Metropolitana. En la provincia de Lima son los distritos de San Martín de Porres, Independencia, Los Olivos, Comas, Puente Piedra y Ancón. En la provincia del Callao es el distrito de Ventanilla.

A continuación, presentamos las principales características socio-demográficas de las socias de los bancos comunales:

De las 4,338 personas participantes en el Programa de Bancos Comunales “La Chanchita” de ALTERNATIVA, el 90% (3,904) son mujeres y 10% (434) son hombres. Lo que muestra la clara orientación del programa de atender a las mujeres, basada en la discriminación positiva hacia la mujer, reconociendo su situacional de desigualdad respecto a los hombres.

Las edades de las y los participantes van desde 18 años a 82 años. El segmento más numeroso son los adultos con 38.27%, seguida de los adultos jóvenes con el 32.69%. En los extremos de edades tenemos que, los adultos mayores representan el 16.73%, mientras que las y los jóvenes representan el 12.31%.

El programa se orienta principalmente a las y los adultos (71%), pero mantiene una importante proporción de adultos mayores que no suelen ser atendidos por el sistema financiero por su edad, además de una importante participación de jóvenes que tampoco suelen ser atendidos por el sistema financiero por la poca experiencia en negocios.

Edades de participantes en los Bancos Comunales “La Chanchita”

		Mujeres	Varones	Total
Joven	15 a 29 años	440	94	534
Adulto joven	De 30 a 44 años	1,285	133	1,418
Adultos	De 45 a 59 años	1,537	123	1,660
Adulto mayor	De 60 a más años	642	84	726
	Total general	3,904	434	4,338

Fuente: ALTERNATIVA – Sistema de Información Financiera

El nivel educativo, las mujeres tienen una menor educación que los hombres. Las mujeres tienen un mayor porcentaje con 14.84% solo en primaria, mientras que los hombres tienen 4.73%. A nivel de secundaria, las mujeres apenas tienen 56.50%, mientras que los hombres llegan a 62,16%. A nivel técnico y universitario, se tiene que las mujeres llegan a 28.66%, mientras que los hombres llegan a 33.11%. Esta brecha de educación entre mujeres y varones, posteriormente van afectar el acceso y la calidad del empleo, por ende en la generación de ingresos.

Nivel de educación de participantes en los Bancos Comunales “La Chanchita”

	Mujeres	Varones	Total
Analfabeto	29	0	29
Primaria	365	15	380
Primaria incompleta	185	6	191
Secundaria	1,675	229	1,904
Secundaria incompleta	531	41	572
Técnica Incompleta	267	38	305
Técnico Completo	507	59	566
Universitaria Completa	185	25	210
Universitaria Incompleta	120	21	141
No determinado	40	1	41
Total general	3,904	434	4,338

Fuente: ALTERNATIVA – Sistema de Información Financiera

En cuanto a la procedencia por nacimiento, se tiene que el 46.45% ha nacido en la Provincia de Lima y 4.26% han nacido en el Callao, lo que hace un total de 51.75%. Por declaraciones de las personas nacidas en Lima y Callao, muchos son migrantes de primera, segunda y tercera generación. Mientras que el 48.25% provienen de las diferentes regiones del país.

Las cifras expresan la diversidad cultural que hay en las socias y socios del Programa de Bancos Comunes “La Chanchita”. Por ello ha sido clave la adopción del enfoque de interculturalidad.

3.4 DURACIÓN DEL PROYECTO

El proyecto fue programado para 5 años, desde 2,011 hasta el 2,015.

3.5 COMPONENTES DE INTERVENCIÓN

Para alcanzar los objetivos se han planteado dos componentes de intervención:

Componente 1: Educación

El componente de educación tiene como objetivo generar una cultura de prevención del cáncer en las mujeres emprendedoras, sus familias y la comunidad, para que valoren la importancia de realización de chequeos anuales de prevención y detección de cáncer, así como la práctica de vida saludable.

Componente 2: Campañas de despistaje de prevención de cáncer.

Las campañas de despistaje de prevención de cáncer tienen como objetivo la prevención y detección temprana de 2 tipos de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras.

3.6 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de este proyecto se basa en aportes de las propias mujeres emprendedoras participantes (pago del servicio al estable-

cimiento de salud) y recursos propios de ALTERNATIVA (asume los costos de la organización, promoción y educación).

En la selección del operador de salud, un aspecto fundamental es lo relacionado a la calidad de atención, al costo del servicio y lo más importante los años de experiencia en el rubro.

3.7 RESULTADOS ESPERADOS

Los resultados esperados son:

Componente 1: Educación y sensibilización

- 1,000 mujeres participan en actividades educativas de cuidado de su salud y prevención de cáncer.
- 2,000 mujeres reciben material informativo sobre el cuidado de su salud y prevención de cáncer.
- El 60% (600 personas) de las mujeres participantes en las sesiones educativas cambian de actitud valorizando las acciones de prevención

Componente 2: Campañas de despistaje de prevención de cáncer

- 300 mujeres participan en campañas de despistaje de cáncer.
- 50 lideresas de bancos comunales participan en la organización de la campañas de despistaje

IV. SISTEMATIZACIÓN DE LA EXPERIENCIA

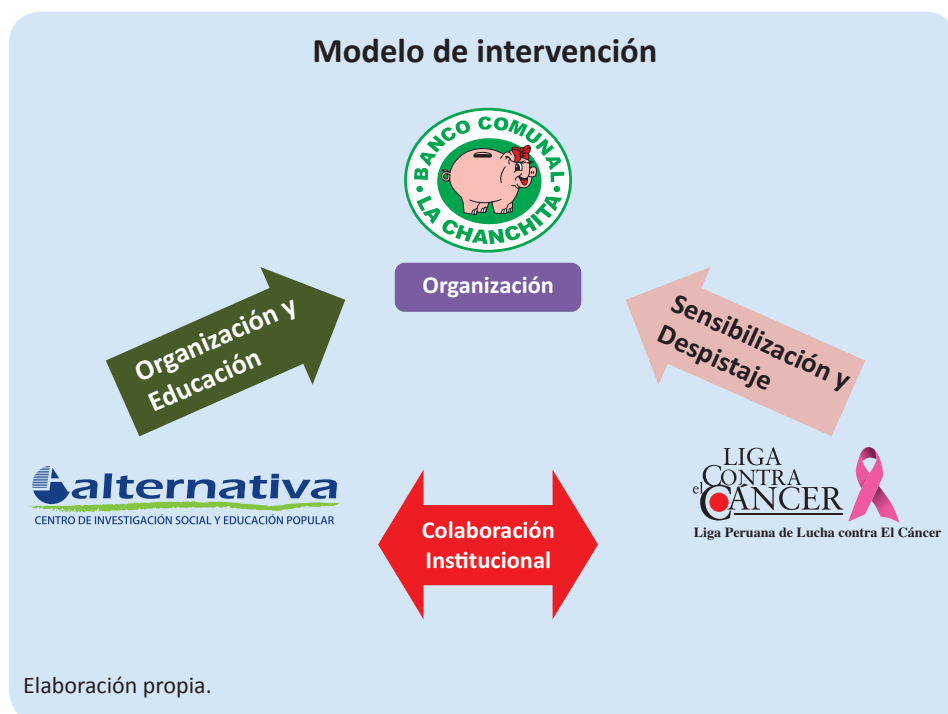


4.1 MODELO DE INTERVENCIÓN

La iniciativa tiene dos componentes de intervención:

- Educación y Sensibilización.
- Campañas de despistaje de prevención de cáncer.

El modelo de intervención validado tiene como base la participación de tres actores claves: Socias y lideresas de los bancos comunales, el operador de salud (Liga Contra el Cáncer) y la entidad promotora (ALTERNATIVA). El Banco Comunal tiene el rol de realizar la organización de las actividades de capacitación y despistaje. La Liga Contra el Cáncer tiene el rol de sensibilizar (sesiones educativas previas a la consulta) y el despistaje. ALTERNATIVA tiene el rol de organización y articulación, así como la educación. En el siguiente gráfico se muestra nuestro modelo de intervención.

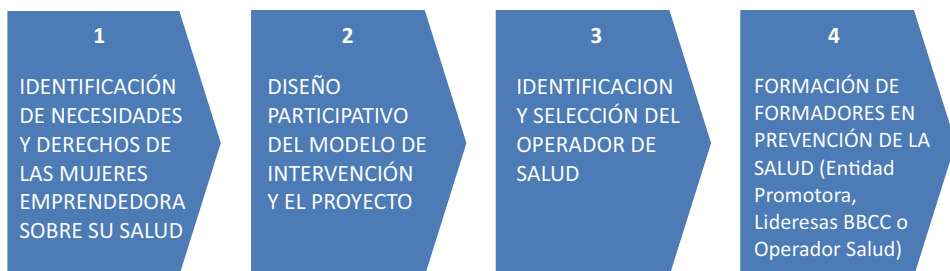


4.2 PROCESOS DE INTERVENCION DEL PROYECTO

Para la implementación del proyecto fue importante definir los procesos de intervención, cuya validación los presentamos en el siguiente gráfico:

PROCESO DE INTERVENCIÓN

Fase 1:



Fase 2:



4.3 ANÁLISIS DE LOS PROCESOS POR COMPONENTE

Componente 1: Educación

El componente de educación tiene como objetivo generar una cultura de prevención del cáncer en las mujeres emprendedoras y sus familias, para que valoren la realización de chequeos anuales de prevención y detección de cáncer, así como la práctica de vida saludable.

La sensibilización se realiza a través de actividades de capacitación y uso de mensaje de texto para el fortalecimiento de los contenidos de las capacitaciones. Estas actividades se realizan en las reuniones del banquito comunal y se fortalecen en momentos previos a su atención médica de despistaje. Las sesiones educativas han estado a cargo del personal médico de la Liga Contra el Cáncer y del equipo de ALTERNATIVA. También se usan material informativo sobre los tipos de cáncer y formas de detección temprana.

Los módulos educativos que se han implementado son:

- La Liga Contra el Cáncer ha desarrollado el módulo “Prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres”. Se trata de una sesión educativa de una hora de duración, donde se identifican los tipos de cáncer que afectan a las mujeres, formas de prevención y detección de manera personal, así como sensibilización para realizarse exámenes periódicos para evitar enfermedades o detectarlos tempranamente. Se usan videos para llegar didácticamente a las mujeres.
- PROMUC ha desarrollado el módulo “Cuidando mi salud”. Se trata de 3 sesiones educativas de 30 minutos cada una (o una hora continua), donde se



conoce la importancia de practicar hábitos saludables que contribuyan a su bienestar físico, mental y espiritual. Cada sesión educativa cuenta con un video de 3 a 4 minutos donde se presenta el problema para luego ser discutido con las participantes en el taller.

- Se utiliza la plataforma de PROMUC para el envío de mensajes de texto (sms) a los celulares de las mujeres emprendedoras. Se ha establecido mensajes claves que fortalecen los contenidos de las sesiones educativas y para convocarlas a las campañas.

Los mensajes de texto principales son:

“El cáncer detectado a tiempo se puede curar”

“Detectar es curar, prevenir es vivir”

- Las y los Asesores de Bancos Comunales de ALTERNATIVA fueron capacitados para realizar las sesiones educativas.

Componente 2: Campañas de despistaje de prevención de cáncer.



Las campañas de despistaje de prevención de cáncer tienen como objetivo la prevención y detección temprana de cáncer.



Los tipos de cáncer que afectan a las mujeres son: cáncer al cuello uterino, cáncer a las mamas, cáncer a los ganglios, cáncer de piel y tiroides.

Inicialmente nos propusimos despistaje de 2 tipos de cáncer (cuello uterino y mamas), pero se logró atender en 5 tipos de cáncer (cuello uterino, mamas, tiroides, piel y ganglios) que afectan a las mujeres emprendedoras. Y a partir del año 2014 se adiciona a la detección de los 5 tipos de cánceres, la prueba IVAA (Inspección Visual con Ácido Acético) para la detección del Papiloma Humano, que consistía en aplicar una sustancia (vinagre en un % determinado) y si se observa algún cambio de color puede darnos indicios de posibles lesiones precancerosas o cáncer. Es una prueba que no toma más de 3 minutos para observar cambios.

Para ello ALTERNATIVA estableció alianza con un operador de salud. Se realizó la identificación de empresas públicas y privadas que actúan sobre el territorio de Lima Norte para identificar quienes tienen acciones de prevención, calidad en el servicio y costos al alcance de las mujeres emprendedoras.

La institución con mejores competencias para implementar las campañas de salud de prevención de cáncer que afectan a las mujeres es la Liga Peruana de Lucha Contra el Cáncer. La Liga Contra el Cáncer fue creada el 12 de febrero del 1950, siendo la pionera en la prevención y detección del cáncer en el Perú. Actualmente, es la institución con mayor prestigio en la prevención y detección de cáncer en el país, que realiza actividades informativas, educativas y campañas de despistaje.

En los meses de febrero y marzo del 2011, se identifican las necesidades y derechos de prevención de la salud de las mujeres emprendedoras. Entre abril y mayo, se diseña el proyecto y el modelo de intervención de manera participativa, entre las lideresas de los bancos comunales y el equipo gerencial de ALTERNATIVA (Gerente de Microfinanzas, la Jefa de Operaciones y la Jefa de Negocios). La coordinación con la Liga Contra el Cáncer la inició la Jefa del Área de Operaciones (responsable del Proyecto), entre los meses de junio y julio del 2011; se llegó a un acuerdo de trabajo conjunto en el mes de setiembre y se realizó la primera campaña el 17 de octubre del 2011.



Las campañas son coordinadas por los 3 actores claves, las lideresas de los bancos comunales, la Liga Contra el Cáncer y ALTERNATIVA:

- Primero, se define la fecha y lugar (comunidad de uno de los distritos de Lima Norte) donde se realizará la campaña.
- Las lideresas de los bancos comunales promueven las campañas entre sus socias y familiares. Organizan y escriben a sus asociadas que deseen participar en las campañas. El pago del servicio se hace por adelantado, que incluso pueden disponer de sus ahorros o del patrimonio del banco comunal.
- Se identifica el lugar donde se ubicará específicamente y las medidas de seguridad de la unidad móvil de la Liga. Se ha contado con el apoyo de otras instituciones, como las Municipalidades, Serenazgo, locales comunales, comedor popular, colegios, casas de las socias, entre otros.
- En las fechas indicadas, las mujeres emprendedoras se acercan a la unidad móvil de detección de cáncer.



Las unidades móviles se ubica cerca de las casas de las mujeres emprendedoras, para reducir su tiempo de desplazamiento y reducción de costos de pasajes.



- El personal médico de la Liga realiza la sesión educativa, previo al despistaje.
- El personal médico de la Liga realiza el despistaje de los 5 tipos de cáncer y la prueba IVAA. Se ha tratado con mucha docencia y calidad a las personas que asistieron a la campaña.
- Posteriormente, se entrega a cada persona participante en el despistaje los resultados de su examen. Hemos tenido algunos casos en que las personas que han realizado sus exámenes, luego han tenido temor de conocer los resultados.
- En los casos donde se han detectado sospechas de cáncer, la Liga las cita a sus consultorios para que las mujeres se les realicen pruebas complementarias. Las mujeres deciden donde pueden continuar su tratamiento.





V. LECCIONES APRENDIDAS



Las principales lecciones aprendidas son:

- Partimos desde la misión institucional para el diseño e implementación de nuevos servicios, identificando las necesidades de las mujeres emprendedoras y de las capacidades locales para su atención.
- Nuestra intervención es integral, partiendo por la sensibilización de las mujeres emprendedoras sobre la importancia de realizarse despistajes anuales, como de su participación en las campañas de prevención y detección temprana de cáncer.
- Promover la alianza con el sector privado dedicado a la salud. El acuerdo con la Liga Contra el Cáncer ha sido muy importante para el éxito de este servicio. La calidad y la calidez de la atención de los profesionales médicos de la Liga ha permitido su llegada a una población renuente y con escasa cultura de prevención, no solo en el tema del cáncer.
- El desplazamiento de la unidad móvil de la Liga a las zonas donde viven o trabajan las mujeres emprendedoras es muy importante para el éxito. Ello ha permitido la reducción de costos, tanto de los pasajes como del tiempo que hay que utilizar para asistir a los centros de atención de despistaje de cáncer.



- La sensibilización previa es clave, no basta con acercar el servicio, sino que hay que asegurarnos que las mujeres valoren la importancia de sus chequeos de manera periódica, que le pierdan el miedo a los exámenes.
- Los banquitos comunales “La Chanchita” son una pieza clave para las actividades de sensibilización y la organización de las campañas de despistaje. La labor de las lideresas ha permitido el éxito de las campañas. Siendo esta una expresión del capital social de las mujeres, de servicio a sus asociadas.
- La calidad y calidez de atención del personal de ALTERNATIVA, en las sesiones educativas y la atención en las campañas, generaron confianza en las mujeres emprendedoras.
- El material educativo ha permitido dar a conocer adecuadamente, de manera didáctica, el conocimiento sobre los tipos de cáncer y los procesos para su detección. Se ha contado con material didáctico de la Liga Contra el Cáncer, PROMUC y ALTERNATIVA.
- La plataforma de PROMUC del proyecto TIC, que permite el uso de celular para el envío de mensaje de texto que fortalecen los contenidos de las sesiones educativas. Los mensajes de texto (sms), también han servido para las convocatorias y recordatorios del día del examen de despistaje.
- Contar con aliados en el territorio ha servido para la ubicación y darle seguridad de las unidades móviles que tienen equipos costosos. Se contó con el apoyo de municipalidades, serenazgo, liga deportiva, comedor popular, etc.



VI. RESULTADOS, SOSTENIBILIDAD Y REPLICABILIDAD



6.1 RESULTADOS

El proyecto ha sido exitoso por sus aportes al cambio de actitud de las mujeres emprendedoras hacia la prevención, la calidad de atención, adecuado despistaje y sostenibilidad del proyecto. Por este motivo se replicó a otras zonas de Lima Norte y se amplió su aplicación hasta la fecha.

Estrategia 1: Educación y sensibilización

- 3,122 mujeres participan en actividades educativas de cuidado de su salud y prevención de cáncer.
- 77% de las participantes en las sesiones educativas han tenido cambios de actitud, valorando las acciones de prevención de su salud.
- 3,458 mujeres reciben material informativo sobre el cuidado de su salud y prevención de cáncer.
- Mensajes de textos enviados a 3,077 mujeres. Los mensajes fueron “El cáncer detectado a tiempo se puede curar”, “Detectar es curar, prevenir es vivir”.
- 9 Asesores de bancos comunales de ALTERNATIVA fueron capacitadas (os) sobre las sesiones educativas de prevención de cáncer y estilos de vida saludable (“formación de formadores”).

Estrategia 2: Campañas de despistaje de prevención de cáncer

- Se han realizado 2,832 despistajes (exámenes) en las campañas de prevención de cáncer.
- 349 lideresas de bancos comunales participan en la organización de la campañas de despistaje

A nivel institucional, basado en los buenos resultados del año 2011 y 2014, se decidió en el año 2015, la creación de un nuevo programa en el Área de Microfinanzas. Se trata del Programa de Salud “Me quiero saludable”, continuando el enfoque de microfinanzas con salud. Para su implementación es clave la articulación con otras instituciones locales, como las empresas prestadoras de salud.

Además, se realizaron reuniones de trabajo con las lideresas y socias de los bancos comunales sobre sus percepciones sobre la ampliación de otros servicios de salud para las mujeres emprendedoras y su familia.

6.2 SOSTENIBILIDAD

La sostenibilidad se da en tres niveles, en lo institucional, técnico y financiero.

- La sostenibilidad institucional se da por la participación de la entidad promotora como es el caso de ALTERNATIVA, como de la población organizada a través de sus bancos comunales. Este proyecto se ha incorporado en los procesos operativos de ALTERNATIVA.
- La sostenibilidad técnica se da por la participación de la Liga Contra el Cáncer, que cuenta con un excelente posicionamiento en la prevención y detección de cáncer, con capacidades de recursos humanos médicos y administrativos adecuados, así como el equipamiento requerido.
- La sostenibilidad financiera se da por la estrategia de reducción de costos y por precios de consulta compartidos por los tres actores. El costo del servicio de consulta médica de despistaje de 5 tipos de cáncer es de 30 soles, en los centros de atención de la Liga. Sin embargo, en este proyecto las mujeres solo pagan 10 soles por despistaje de los 5 tipos de cáncer incluyendo la prueba IVAA.

Esto debido a que el costo de organización de la oferta de pacientes es realizada por el banquito comunal y ALTERNATIVA, así como la seguridad de la unidad móvil de detección de cáncer. Adicionalmente, en la medida que la unidad móvil de la Liga se desplaza hacia el barrio donde están las mujeres emprendedoras, se reduce el costo de traslado en tiempo y pasajes de las mujeres participantes.

6.3 REPLICABILIDAD

El modelo de intervención implementado por ALTERNATIVA es de fácil replicabilidad, por los siguientes motivos:

- La demanda de las mujeres sobre prevención de cáncer.
- Las instituciones médicas, como la Liga Contra el Cáncer, están con mucha disponibilidad para establecer alianzas con instituciones de microfinanzas (ONG) para implementar este servicio de despistaje de cáncer.
- Los procesos operativos son de fácil implementación, que se sustenta principalmente en las lideresas de los bancos comunales.
- La sostenibilidad está garantizada desde el inicio, porque hay reducción de costos, distribución de costos entre los tres actores claves (Lideresas de bancos comunales, la Liga Contra el Cáncer y ALTERNATIVA).

El resultado no programado ha sido la réplica realizada por instituciones asociadas a PROMUC y otras IMF, sobre el modelo de salud de prevención de cáncer que afectan a las mujeres.

VII. RECONOCIMIENTO



El enfoque de Microfinanzas con Salud está bien valorado como una herramienta que aporta a la gestión del desempeño social. Por tal motivo, PROMUC, Freedom from hunger (FFH) y la Pontificia Universidad Católica del Perú convocaron a un concurso sobre “Visibilización de proyectos microfinanzas con Salud”.

Este proceso duro desde marzo hasta agosto del 2016. Realizándose el 25 de mayo del 2016, la ceremonia de premiación de las diferentes experiencias de salud promovida por las instituciones de promoción.

ALTERNATIVA fue una de las instituciones que recibió el premio a las mejores prácticas de microfinanzas con salud, mediante el proyecto “Salvando vidas con la prevención y detección de cáncer que afectan a las mujeres emprendedoras de Lima Norte”.





"MEJORES PRÁCTICAS DE
MICROFINANZAS & SALUD"



Otorga el Presente

Diploma

A: **ALTERNATIVA**

CONCURSO "VISIBILIZACIÓN DE PROYECTOS DE MICROFINANZAS & SALUD"

Mención Honrosa en la Categoría Proyectos en Marcha / Consolidados

**"Salvando vidas con la prevención y detección de cáncer que
afectan a las mujeres emprendedoras en Lima Norte"**

Lima, 25 de mayo del 2016

Naldi Delgado Cruz
Gerente de Programa de País
Freedom From Hunger en Perú

Diego Fernández Concha Murazzi
Presidente
Consortio PROMUC





Este libro se terminó de imprimir en los talleres gráficos de:
Imprenta Condori Ortega
De: Condori Ito Jacob Alex
Jr. Huaraz Nro. 1747 Int. 329 A- Lima- Lima- Breña

