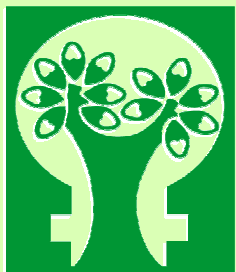




**SESION PLENARIA
ASEGURANDO IMPACTO:
DEMOSTRANDO LAS CONTRIBUCIONES
DEL MICROREDITO AL LOGRO DE LAS
METAS DE DESARROLLO DEL MILENIO**

roxanamercado@crecer.org.bo

crecer



Crédito con
Educación Rural

por una vida mejor



*Premio Interamericano a la
Excelencia en Microfinanzas*



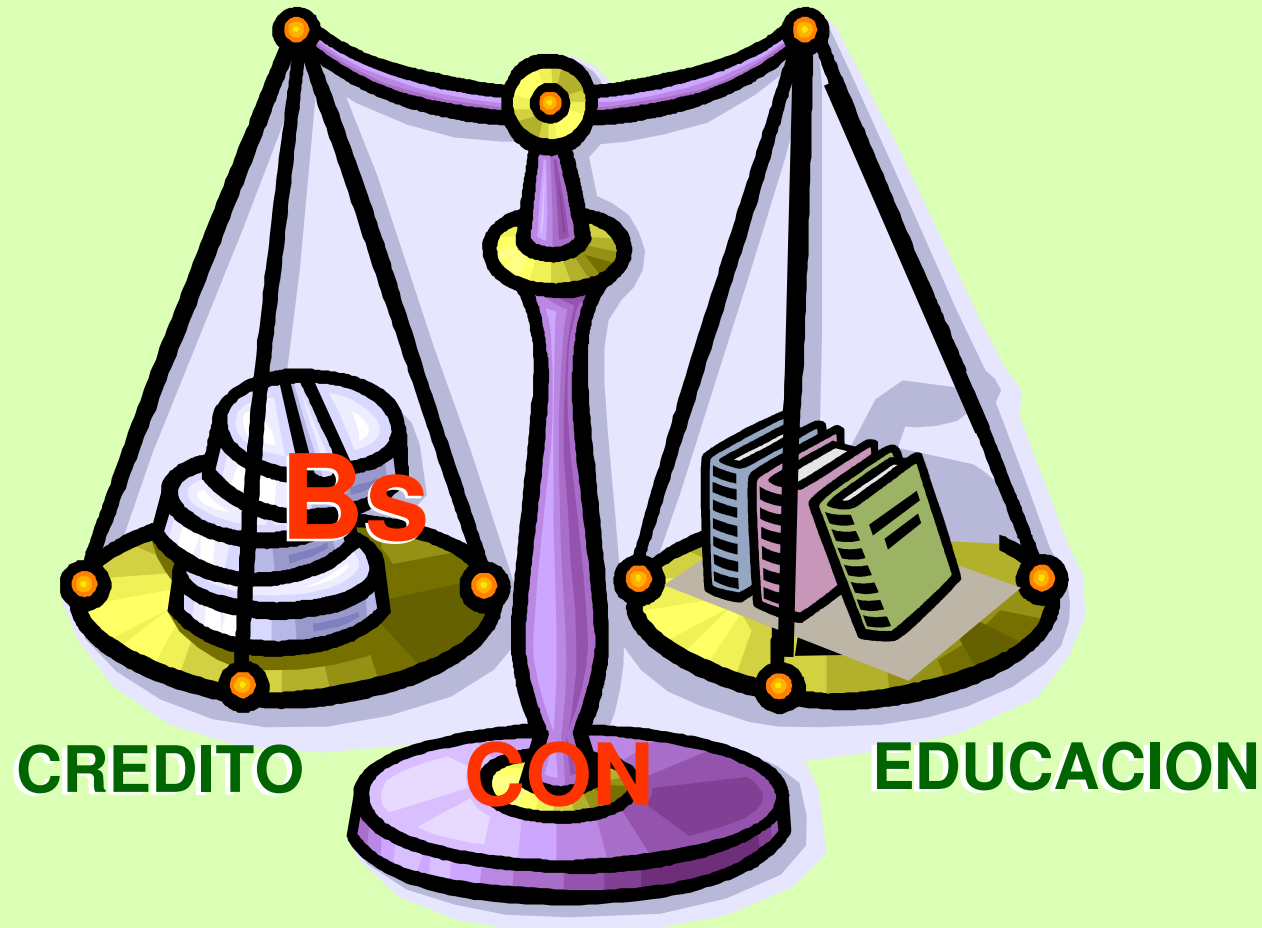
Quiénes somos ... ?



CRECER es una Asociación Civil Boliviana sin fines de lucro fundada en Octubre de 1985 con la contribución de Freedom from Hunger. Desde el año 2000 nos hemos consolidado como una entidad totalmente nacional.

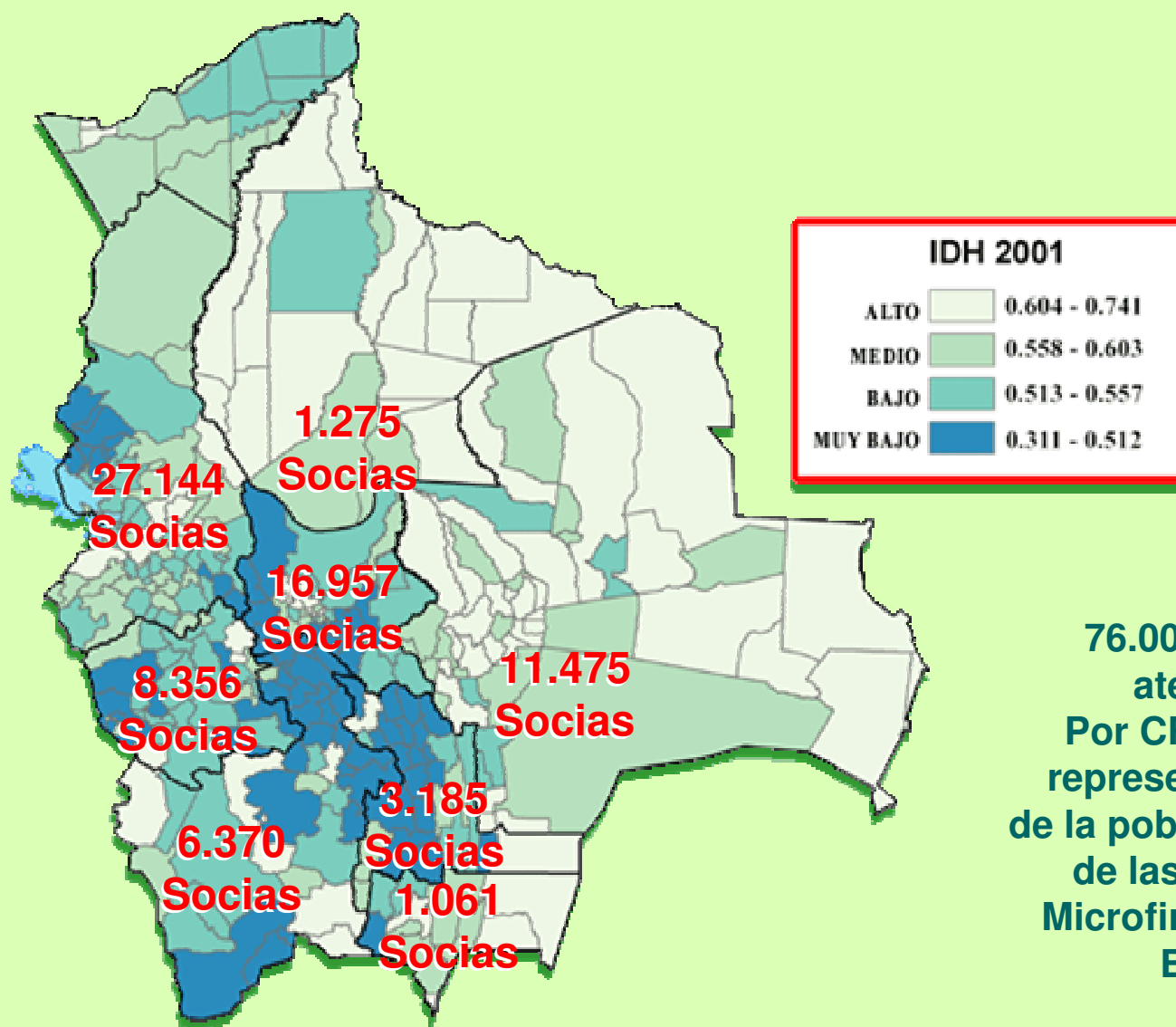
Somos 255 bolivianos y bolivianas trabajando hombro a hombro por un país mejor

Nuestro producto



Mediante: Asociaciones Comunales (Bancos Comunales) basados en garantía solidaria y mancomunada. Servimos ahora a casi 76.003 mujeres en todo el país, con una cartera de casi 11 MM de \$us y una mora de 0.3%

Indice de Desarrollo Humano de Bolivia vs Cobertura de CRECER



76.003 mujeres
atendidas
Por CRECER que
representan el 13%
de la población usuaria
de las entidades
Microfinancieras de
Bolivia

Nuestra evolución en el quinquenio

NUESTRA COBERTURA	2001	2002	2003	2004	2005
Total préstamos activos	30.989	40.142	44.830	56.800	76.003
La Paz	13.733	16.045	17.137	22.150	27.144
Oruro	5.484	6.335	5.720	6.750	8.536
Cochabamba	9.069	12.519	12.722	13.998	16.957
Chuquisaca	2.703	5.243	2.403	3.970	4.246
Potosí			3.239	4.200	5.308
Santa Cruz			3.612	5.032	11.475
Tarija					1.061
Beni					1.275

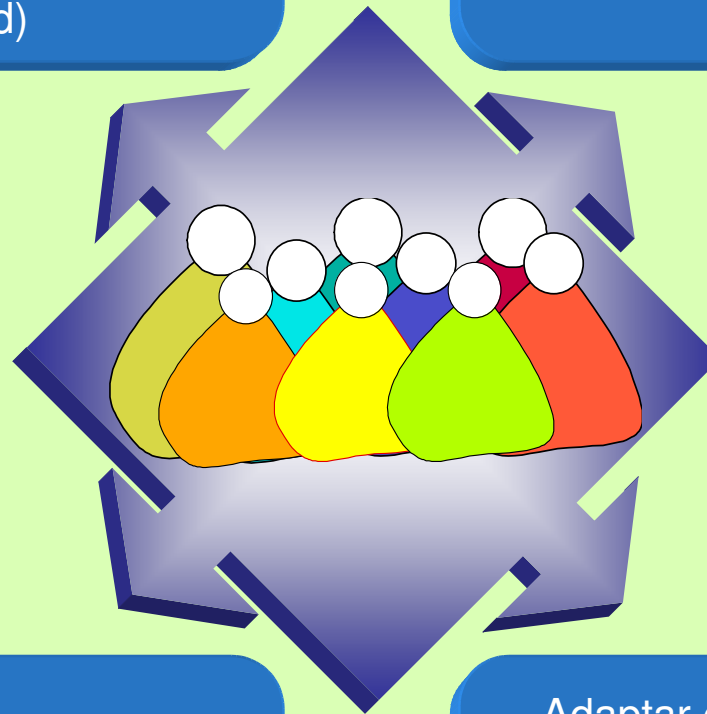
Indices de Sostenibilidad

	2004	2003	2002
Mora (% de la Cartera Bruta)	0.41%	0,38%	0,54%
Autosuficiencia Operativa	132.06 %	137.13%	125.96%
Autosuficiencia Financiera	114.34 %	115.29 %	108.09 %
Préstamo promedio por Cliente (US\$.)	160	157	144
Clientes por Asesor (a)	445	467	410
Cartera por Asesor (a) (US\$)	71.187	73.178	58.938
Asociaciones por Asesor (a)	27	27	22
Costo por Dólar Colocado	0.12	0.14	0.14

Los retos para alcanzar a los mas pobres

El Subsidio cruzado: la transferencia de beneficios entre los que pueden más y los más excluidos. (40% de las clientes en el área periurbana, que representa el 60% de la cartera, subsidia el 60% de la población mas pobre del área rural de baja, alta y extrema dificultad)

Abaratar costos brindando un producto integrado: Oficiales de crédito y educación, entrenados suficientemente para entregar ambos productos, inversión importante en la capacitación del personal.



Integrar claramente crédito y ahorro en una dinámica concurrente, en la que las clientas administran un proceso crediticio interno que les proporciona ganancias efectivas.

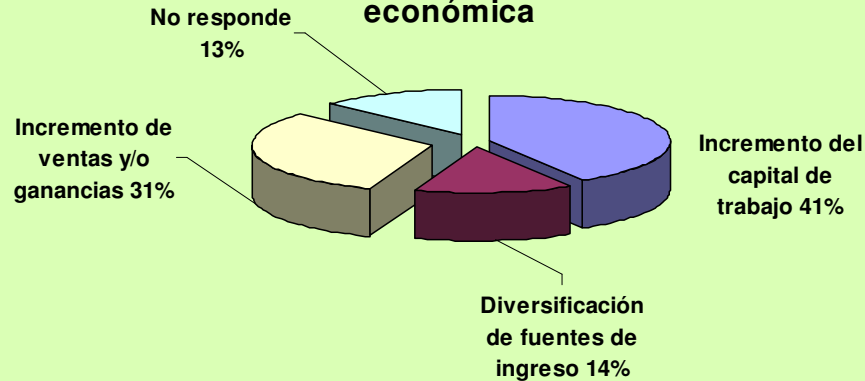
Adaptar el producto a las condiciones económicas y culturales de las clientas: Proceso crediticio adecuado a los ritmos de sus actividades económicas, en su idioma y en su comunidad.



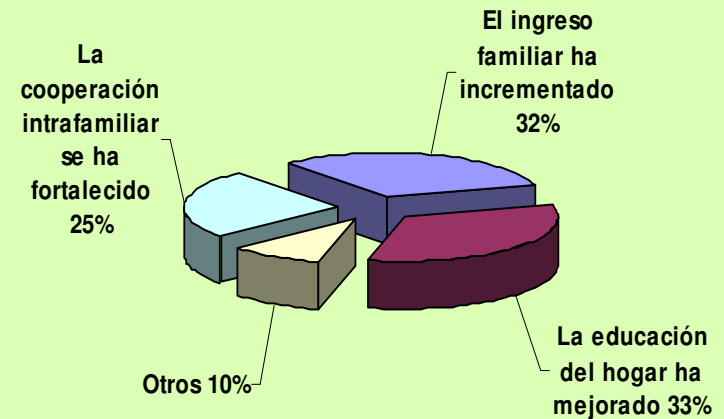
Principales conclusiones de la “Evaluación de Impactos” FINRURAL / Universidades Británicas:
Bath, Sussex y Sheffield. 2003

Percepción de los clientes sobre los impactos de CRECER

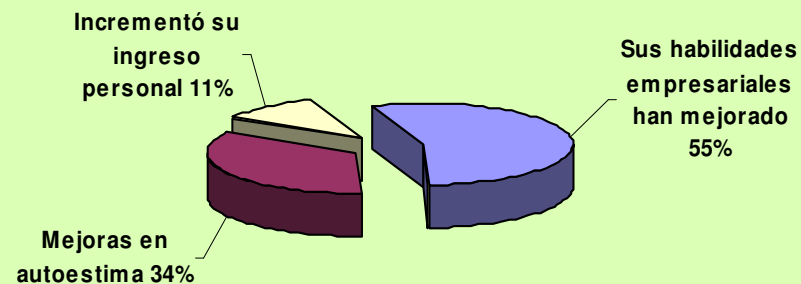
El 69% de los clientes opina que ha mejorado la situación de su unidad económica



El 57% de los clientes opina que la situación en su unidad familiar ha mejorado



El 67% de los clientes opina que su situación personal ha mejorado



Resultados del Análisis de Satisfacción del Cliente

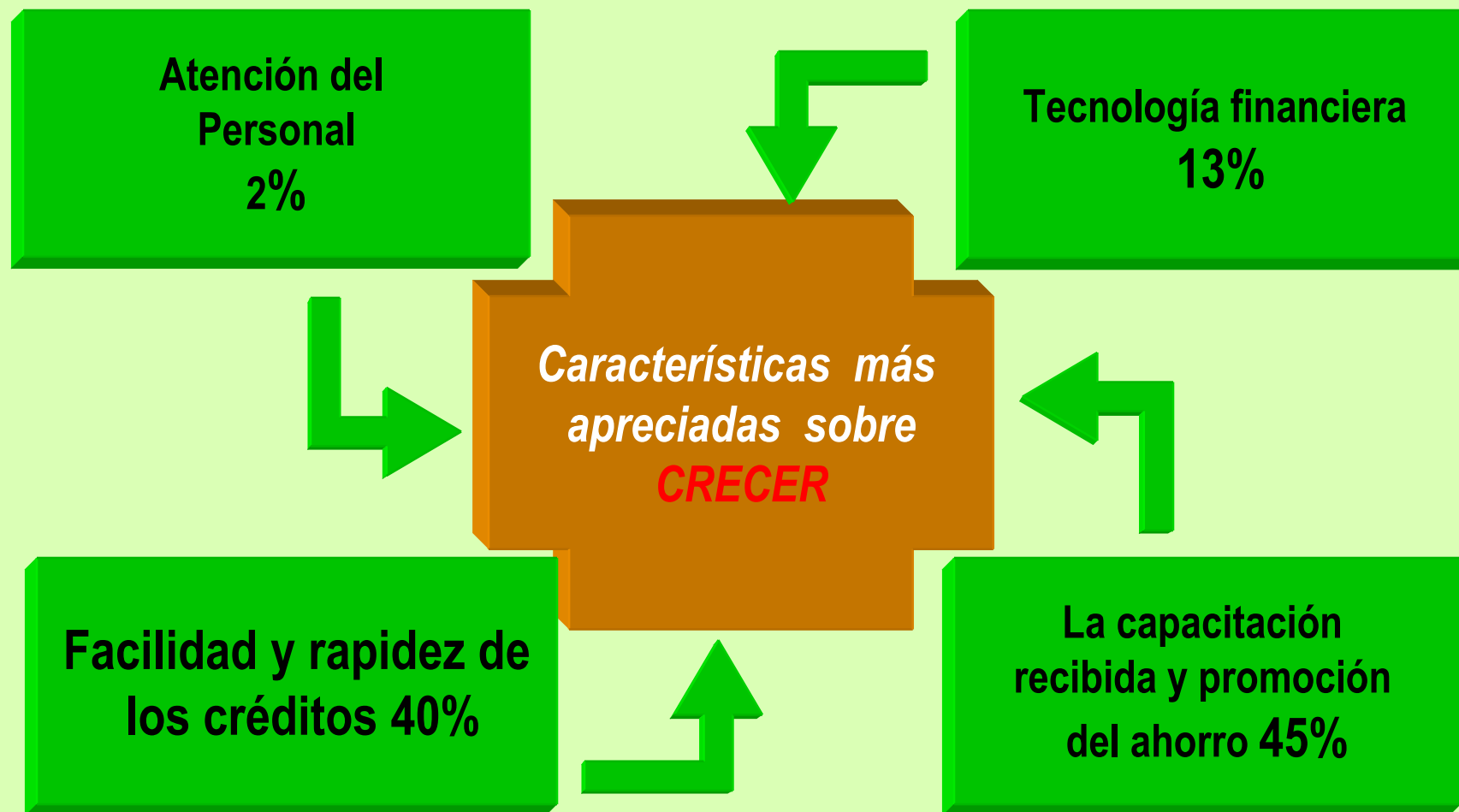
FINRURAL



Conclusión: La característica del ahorro de CRECER, frecuentemente más apreciada, se vinculan a la posibilidad de ahorrar

Resultados del Análisis de Satisfacción del Cliente

FINRURAL



Conclusión: Las características más apreciada se vinculan a la POLÍTICA CREDITICIA y a los SERVICIOS ADICIONALES

Avanzamos, sin embargo.....

Los desafíos siguen siendo los mismos:

- Capacidad de adaptación para responder a las contingencias de una economía en crisis constante.
- Llegar a los más pobres fondeando dinero caro, sin posibilidades de acceder a fondeo por captación de ahorros.
- Ser sostenibles financieramente, sin perder el sentido de la sostenibilidad social.
- Modernizar nuestra estructura organizativa sin perder calidéz y calidad.



¡Conversemos!
Gracias!!!