



# Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito 2012

Jan P. Maes  
Larry R. Reed



**MICROCREDIT SUMMIT CAMPAIGN**

A Project of RESULTS Educational Fund

# Co-presidentes de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito

## CO-PRESIDENTES HONORARIOS

Su Majestad, la Reina Sofía de España  
Antiguo Primer Ministro de Japón, Tsutomu Hata

## CO-PRESIDENTES DE CONSEJO

### CONSEJO DE JEFES DE ESTADO Y GOBIERNO

\*Manuel Zelaya, Antiguo Presidente de Honduras

### CONSEJO DE PARTIDIARIOS

\*Chief Bisi Ogunleye, Presidenta, Country Women's Association of Nigeria, Nigeria

Joanne Carter, Directora Ejecutiva, RESULTS, EE.UU.  
Premal Shah, Director Ejecutivo, Kiva, EE.UU.

### CONSEJO DE BANCOS E INSTITUCIONES FINANCIERAS COMERCIALES

Eugene Ludwig, Socio Director General, Promontory Financial, EE.UU.  
Andrew Krieger, Director General, Elk River Trading LLC., EE.UU.

### CONSEJO DE AGENCIAS DONANTES BILATERALES

\*Soraya Rodríguez Ramos, Secretaria de Estado de Cooperación Internacional, España

### CONSEJO DE CORPORACIONES

Franck Riboud, Director Ejecutivo, Groupe Danone, Francia

### CONSEJO DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS

Ned Hill, Ex Decano, Marriott School of Management, Brigham Young University, EE.UU.

### CONSEJO DE FUNDACIONES Y FILANTROPOS

Pamela Flaherty, Presidente, Citi Foundation, EE.UU.

### CONSEJO DE INSTITUCIONES FINANCIERAS INTERNACIONALES

\*Kanayo F. Nwanze, Presidente, Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola (FIDA), Italia  
Janamitra Devan, Vicepresidente, Finanzas y Desarrollo del Sector Privado, El Grupo del Banco Mundial, EE.UU.

### CONSEJO DE ORGANIZACIONES NO GUBERNAMENTALES

Margaret Catley-Carlson, Presidenta, ICARDA & Global Water Partnership, Canadá  
Mazide Ndiaye, Presidente y Director Ejecutivo, Forum for African Voluntary Development Organizations (FAVDO), Senegal

### CONSEJO DE PARLAMENTARIOS

Wakako Hironaka, Miembro de la Casa de Cancilleres, Japón  
Dr. Aziz Akgül, Antiguo Diputado para Diyarbakir, Parlamento de la Gran Asamblea Nacional, Turquía

### CONSEJO DE AGENTES

Ela Bhatt, Fundadora, Self Employed Women's Association, India  
\*John Hatch, Fundador, FINCA Internacional, EE.UU.  
Ingrid Munro, Fundador y Miembro del Consejo Administrativo, Jamii Bora Bank, Kenia  
Carmen Velasco, Co-Fundadora y Directora, Pro Mujer, Bolivia  
\*Muhammad Yunus, Fundador, Banco Grameen, Bangladesh

### CONSEJO DE INSTITUCIONES RELIGIOSAS

William Vendley, Secretario General, World Conference on Religion and Peace, EE.UU.  
Dr. D. Veerendra Heggade, Dharmadhikari, Sri Kshetra Dharmasthala Rural Development Project, India

### CONSEJO DE ORGANISMOS DE LA ONU

Noeleen Heyzer, Sub-secretaria Ejecutiva de Naciones Unidas y Secretaria Ejecutiva, Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico, Tailandia  
\*Juan Somavía, Director General, Organización Internacional del Trabajo (OIT), Suiza

Aquellos Co-Presidentes cuyos nombres van precedidos por un \* también forman parte del Comité Ejecutivo de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito.

Publicado en 2012 por la Campaña de la Cumbre de Microcrédito (MCS)  
1730 Rhode Island Avenue, NW, Suite 400  
Washington, DC, 20036

Estados Unidos de América

Copyright 2012 la Campaña de la Cumbre de Microcrédito

Todos los derechos reservados  
ISBN # 978-0-9763704-8-2

Diseño por Dawn Lewandowski  
Fotografías cortesía de:

Arriba: MCS  
Sabina Rogers  
Pro Mujer

Abajo: Sabina Rogers  
MCS  
Al Rafah Bank

# INFORME DEL ESTADO DE LA CAMPAÑA DE LA CUMBRE DE MICROCRÉDITO 2012

Escrito por

Jan P. Maes  
Larry R. Reed

Copilado por

Sam Daley-Harris  
D.S.K. Rao  
Sabina Rogers  
Camille Rivera

Con asistencia de

Anna Awimbo  
Sterenn Bodennec  
Kristopher Budi  
Sue Casey  
Ayesha Datwani  
Fabiola Díaz  
Anna Garriott  
Jeanne Gessa  
Lisa Laegreid  
Laura Lalinde  
Jesse Marsden  
Dalia Palchik  
Sheila Rao  
Camila Rodríguez Campo  
Xochitl Sánchez

---

Jan Maes es un asesor independiente en microfinanzas y desarrollo empresarial. Él se especializa en la gestión de conocimiento y el aprendizaje relacionado a modos de vida sostenibles y mercados incluyentes para los hogares que viven en condiciones de pobreza extrema.

Larry Reed es el Ex-Jefe Ejecutivo de Opportunity International Network. Su trabajo actual incluye iniciativas a nivel de toda la industria para proteger a los clientes y ampliar el impacto transformador de las microfinanzas. A partir del 1 de enero de 2012, Larry Reed será el director de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito.

# Índice

1	Introducción
3	Resumen Ejecutivo
5	Crecimiento, competencia y daño a los clientes: el caso de Andhra Pradesh
7	<i>Cuadro 1: El impacto de la crisis por Bob Annibale, Citibank, y Asad Mahmood, Deutsch Bank</i>
9	<i>Cuadro 2: Un punto de inflexión importante</i>
12	Las microfinanzas a la defensa
13	<i>Cuadro 3: Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011: perdiendo su magia por Philip Brown, Citi Microfinance</i>
16	<i>Cuadro 4: Las pruebas de control aleatorias (PCAs) y otras formas de evidencia por Guy Stuart, Universidad de Harvard</i>
18	Recuperando el alma de las microfinanzas
20	Primer paso: no causar daño
20	<i>Cuadro 5: Principios de protección al cliente de la Smart Campaign (revisado en julio del 2011)</i>
22	Segundo paso: conocer a su cliente
24	Tercer paso: alentar los ahorros
26	Cuarto paso: promover la educación financiera
27	Quinto paso: monitorear y recompensar el desempeño social
29	Sexto paso: potencial transformativo
32	Séptimo paso: reconocer la excelencia
33	<i>Cuadro 6: Reflexiones acerca del Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo por Sam Daley-Harris, Campaña de la Cumbre de Microcrédito</i>
36	Metodología de las encuestas
37	Número de clientes servidos
37	Proceso de verificación
38	Crecimiento ocasionado por las instituciones que suministraron datos por primera vez
40	Distribución de clientes de acuerdo al tamaño de la institución
40	Clientes mujeres que han recibido servicios
41	El uso de herramientas para medir la pobreza
42	Datos regionales
44	Conclusión
46	Epílogo
47	Agradecimientos
49	Nota final 1: Instituciones y redes que ayudaron a reunir los Planes de Acción Institucional
51	Apéndice I: Instituciones verificadas
60	Apéndice II: Lista de verificadores
64	Apéndice III: Instituciones e individuos que entregaron un Plan de Acción en el 2011

## Tablas y figuras

3	Tabla 1: Cifras al 31 de diciembre de 2010
13	Tabla 2: Riesgos más serios y los que aumentan con mayor rapidez
38	Tabla 3: Resultados del proceso de verificación, 31/12/99 - 31/12/10
38	Tabla 4: Crecimiento en el número de clientes más pobres de instituciones que reportaron por primera vez, 2000 - 2010
39	Tabla 5: Progreso en datos reportados, 1997 - 2010
40	Tabla 6: Instituciones que reportaron datos por tamaño
43	Tabla 7: División de los datos de microfinanzas por región
6	Figura 1: Competencia y cooperación de las IMF
6	Figura 2: Evaluación del endeudamiento por IMF
14	Figura 3: Puntuaciones de riesgo principales y promedios
19	Figura 4: Cómo están conectadas las iniciativas y los actores de desempeño social
39	Figura 5: Trayectoria del crecimiento de los clientes más pobres alcanzados, 2005 - 2015
41	Figura 6: Crecimiento en el número de clientes mujeres más pobres alcanzadas en relación al total de clientes más pobres alcanzados
43	Figura 7: División del acceso a las microfinanzas por región



## Introducción

*Lo primero en lo que [nuestros clientes] piensan es si tienen comida o no. Lo segundo en lo que piensan [es] su vivienda. Pero cuando usted les pregunta: «¿Es usted feliz?, ¿cuál es el siguiente paso? y en qué etapa desea verse?» ellos responden, «Estoy bien si todos mis hijos pueden tener educación; si todos ellos pueden ganar su sustento, entonces soy feliz».*

— Saiful Nahid, BRAC Uganda

*Obtuve préstamos de varias instituciones de microfinanzas, como Spandana, SKS, L&T, Anapurna, Sharda y Dove. Fue una buena experiencia. Sin embargo, algunos prestatarios que viven en esta región no pagaron el monto total de sus préstamos y se negaron a pagar el saldo pendiente... En ese momento, no estamos trabajando porque no hemos recibido ningún préstamo. Queremos que las IMF comiencen el proceso de préstamos, de modo que podamos pagar las pensiones escolares de nuestros hijos.*

— Bhagya Rekha, un cliente de microfinanzas de Hyderabad, India

Este ha sido un año desafiante para la industria de las microfinanzas. Anteriormente habíamos enfrentado dificultades: desastres naturales que destruyeron los negocios de los clientes en Bangladesh y Filipinas, el recalentamiento de los mercados en Marruecos y Bosnia y la represión de los gobiernos contra las instituciones de microfinanzas (IMF) en Nicaragua o contra los clientes de las entidades microfinancieras en Zimbabue. Pero durante el último año, hemos sido sacudidos mientras observábamos el crecimiento acelerado de un mercado importante, India, convertirse en la gran caída de una porción de dicho mercado, Andhra Pradesh, lo que ha ocasionado un gran daño a los clientes que tratábamos de ayudar.

En momentos como este, es importante que escuchemos a los clientes y a la gente que trabaja más estrechamente con ellos y los conoce mejor. Necesitamos enfocar la industria desde el punto de vista de los clientes, preguntándoles qué buscan cuando utilizan servicios financieros, y redoblar nuestros esfuerzos para asegurar que las herramientas que proporcionamos les permitirán lograr lo que más desean para sí mismos y sus familias. «Me gustaría tener un techo propio, lograr que mis hijos sean profesionales y gozar de buena salud», dice Betty Valda, una cliente de microfinanzas en Bolivia.

Saiful Nahid, un analista financiero de BRAC Uganda, dice que se ha dado cuenta de que la mayoría de sus clientes están buscando las mismas tres cosas: comida, vivienda y una educación para sus hijos. Iris Lanao, directora ejecutiva de FINCA Perú, está de acuerdo con la lista de Saiful, añadiendo:

*Cuando uno realmente examina los datos y tabula la información, donde [nuestros clientes] se estaban concentrando era en ser libre de violencia, tener una vida armoniosa y por supuesto, lograr que sus hijos vayan a la escuela, pero no solamente a la escuela, sino que quizás también tengan una vocación profesional.*

*Donde [nuestros clientes] se estaban concentrando era en ser libre de violencia, tener una vida armoniosa y por supuesto, lograr que sus hijos vayan a la escuela, pero no solamente a la escuela, sino que quizás también tengan una vocación profesional.*  
— Iris Lanao, FINCA Perú

Para el informe de este año, entrevistamos a varios líderes de IMF que tienen la reputación de estar familiarizados con las necesidades de sus clientes. Les solicitamos a estos líderes que nos contaran algo acerca de las esperanzas y sueños de sus clientes. Tal vez no debimos, pero nos sorprendimos al notar que tan similares eran sus respuestas. «Son las tres grandes», dijo John de Wit director general de Small Enterprise Foundation en Sudáfrica, «educación para los hijos, comida y vivienda». Anne Hastings de Fonkoze en Haití enfatizó la importancia de una vivienda segura para la gente que recientemente había experimentado la destrucción de sus hogares. Gilbert Maramba de Negros Women of Tomorrow Foundation en Filipinas nos dijo que las preguntas con respecto a los planes de largo plazo podrían ser difíciles para algunos clientes:

*Si uno habla del... segmento más pobre, la pregunta es: ¿Realmente se ven a sí mismos en el largo plazo? ¿Tienen sueños? Por mi experiencia [creo que] la mayoría no los tienen. Lo único que les preocupa es el día a día, cómo sobrevivirán hoy y mañana. De modo que cuando comenzamos a conversar con ellos, realmente debemos hacer un esfuerzo para tratar de extraer eso de ellos, tratando de dejarlos hablar acerca de sus sueños y reforzando la idea de que ellos tienen la habilidad para obtener lo que desean, que pueden comenzar nuevamente a tener esperanzas y que tienen la habilidad de llegar a donde quieren llegar... Por supuesto, tenemos clientes que no son tan pobres, entonces es más fácil hablar acerca de sus sueños... Siempre mencionan la educación, una mejor vivienda y mayores ingresos.*

*[Los clientes] desean tener comidas regulares para toda la familia, un lugar seguro para vivir y educación que les brinde una mejor vida a sus hijos.*

Vemos los retos actuales en la comunidad de las microfinanzas como una oportunidad para volver a enfocar nuestros esfuerzos en lo que nuestros clientes más desean lograr. Ellos desean tener comidas regulares para toda la familia, un lugar seguro para vivir y educación que les brinde una mejor vida a sus hijos. Cuando utilicemos esos estándares como nuestra vara de medición, cuando diseñemos nuestros servicios financieros y otros sistemas de apoyo para que nuestros clientes puedan lograr estos objetivos, entonces estaremos proporcionando una herramienta que nuestros clientes podrán emplear para lograr liberarse de los grilletes de la pobreza.

## Resumen ejecutivo

A partir del 31 de diciembre de 2010, 3.652 instituciones de microfinanzas reportaron que habían llegado a un total de 205.314.502 clientes, 137.547.441 de los cuales estaban entre los más pobres cuando obtuvieron su primer préstamo. De estos clientes más pobres, el 82,3 por ciento, o 113.138.652, son mujeres. Los Planes de Acción Institucional (PAIs) fueron remitidos por 609 IMF en el 2011

En su conjunto, estas 609 instituciones representan el 56,5 por ciento de los clientes más pobres reportados: esto significa que el 56,5 por ciento de los datos reportados está actualizado y tendrá menos de un año de antigüedad cuando este informe sea publicado. Suponiendo que hay cinco personas por familia, los 137,5 millones de clientes más pobres que fueron alcanzados hasta fines del 2010 afectaron a aproximadamente 687,7 millones miembros de sus familias. Esta cifra es mayor al total de la población de la Unión Europea y Rusia.

Tabla 1: Cifras al 31 de diciembre de 2010

Datos puntuales	Hallazgo
Número de IMF que reportó (datos del 31/12/97–31/12/10)	3.652
Número de IMF que reportó en el 2011 (datos del 31/12/10)	609
Porcentaje de clientes más pobres representados por las IMF que reportaron en el 2011	56,5 %
Número total de clientes (al 31/12/10)	205.314.502
Número total de mujeres (al 31/12/10)	153.306.542
Número total de clientes más pobres (al 31/12/10)	137.547.441
Número total de mujeres más pobres (al 31/12/10)	113.138.652

Entre las organizaciones que reportaron en el 2011, la Campaña pudo verificar<sup>3</sup> los datos de 328 instituciones que representan a 72.385.972 de las familias más pobres: esto significa que el 53 por ciento del total reportado de personas más pobres está tanto actualizado como verificado. Una lista completa de las instituciones verificadas para este informe se puede encontrar en el **Apéndice I**.

La Campaña de la Cumbre del Microcrédito<sup>4</sup> tiene dos metas:

- 1.) Trabajar con la finalidad de asegurar que 175 millones de las familias más pobres del mundo, especialmente las mujeres de esas familias, estén recibiendo préstamos para el trabajo por

<sup>1</sup>Cuando recolectamos los datos a principios del 2011 (que cubrían el año que finalizaba el 31 de diciembre de 2010), los clientes en Andhra Pradesh todavía eran tratados como prestatarios activos en los libros de las IMF. A pesar de que no se logró recuperar los saldos pendientes de pago, sus préstamos fueron contados porque su vencimiento era inferior a los 90 días. Por esta razón, hemos incluido a estos clientes en nuestras cifras totales. Sin embargo, para el 15 de agosto de 2011, la situación en Andhra Pradesh aún no había mejorado. Las tasas de amortización registradas por las IMF en Andhra Pradesh eran bajas y fluctuaban entre el 10 por ciento y el 55 por ciento. Preferimos ser conservadores con nuestras cifras; por lo tanto, en esta nota a pie de página, hemos deducido el 90 por ciento de las cifras de Andhra Pradesh de nuestros cálculos del total global, del total de clientes más pobres y del total de clientes mujeres más pobres. Si el 90 por ciento de los clientes de Andhra Pradesh es deducido del total de 205.314.502 clientes alcanzados, este número se reduciría a 199.881.282; si el 90 por ciento de los clientes más pobres de Andhra Pradesh es deducido del total de 137.547.441 clientes más pobres alcanzados, esta cifra se reduciría a 132.459.207; y si el 90 por ciento de las clientes mujeres más pobres de Andhra Pradesh es deducido del total de 113.138.652 clientes mujeres más pobres alcanzadas, esta cifra se reduciría a 108.231.760.

<sup>2</sup>Este porcentaje es significativamente menor que el porcentaje del reporte del año pasado porque, hasta la fecha del 31 de agosto de 2011, cuando cerramos la recolección de datos, el National Bank for Agriculture and Rural Development (el Banco Nacional para el Desarrollo Agrícola y Rural o NABARD por sus siglas en inglés) todavía estaba recolectando datos de sus oficinas regionales y no le pudo proporcionar a la Campaña los nuevos números correspondientes a marzo 31 de 2011. Por lo tanto, los datos actuales en este reporte no incluyen una figura que ha crecido de 10 por ciento de los clientes más pobres reportados en el informe de 2002 a 41 por ciento en el informe de 2011. Si hubiéramos recibido los números NABARD y si estos datos fueran iguales a los números que presentaron el año pasado, entonces, 94,8 por ciento de nuestros datos en este informe habrían sido actuales y el 5,2 por ciento restante habrían tenido uno o más años de antigüedad. Las cifras de NABARD incluidas en este informe son de marzo 31 de 2010, lo que quiere decir que 94,8 por ciento de los datos en este informe son de hace 18 meses o menos.

<sup>3</sup>Para la Campaña, el término verificación significa que el verificador «visitó el programa, se reunió con los funcionarios de mayor jerarquía y éstos le suministraron cifras, y cree que tanto la institución como las cifras suministradas por esta son confiables y creíbles».

<sup>4</sup>Para los fines de este informe y la campaña de cumplimiento de la Cumbre de 19 años, cualquier mención a «microcrédito» se refiere a los programas que otorgan préstamos para el auto-empleo y otros servicios financieros y comerciales (incluyendo ahorros y asistencia técnica) para las personas muy pobres.

*A partir del 31 de diciembre de 2010, 3.652 instituciones de microfinanzas reportaron que habían llegado a un total de 205.314.502 clientes, 137.547.441 de los cuales estaban entre los más pobres cuando obtuvieron su primer préstamo.*

cuenta propia así como otros servicios financieros y comerciales hasta fines del 2015

- 2.) Trabajar con miras a asegurar que 100 millones de familias superen el umbral de US\$1,25<sup>5</sup> por día, ajustado por la paridad del poder adquisitivo, entre 1990 y 2015

Estamos en vías de lograr la primera meta en la fecha límite del 2015, a pesar de que los fracasos experimentados en lugares como Andhra Pradesh pusieron en riesgo nuestro crecimiento constante.

Cuando establecimos la segunda meta en el año 2006, estábamos conscientes de que sería la más difícil de lograr por dos razones: 1) presenta un gran reto de medición y 2) fundamentalmente, la segunda meta requiere de *transformación*. Una mujer pasa de la mera subsistencia a adquirir confianza de que estará en condiciones de proveer una mejor vida para sí misma y para su familia. Una mujer empoderada ya no es tan susceptible a los impactos externos porque su familia cuenta ahora con mayores bienes e ingresos. Es también probable que ella pertenezca ahora a una amplia red social que proporciona apoyo en épocas difíciles. El reto de medir este empoderamiento, esta transformación en las vidas de los clientes, proviene de una falta de datos de referencia sobre el nivel de la pobreza de 1990 o de cualquier año en el que un cliente comience a recibir préstamos. En tanto que la Campaña todavía sigue luchando con la recolección y verificación de los datos que miden la salida de la pobreza, ha tratado de encarar este reto encargando la realización de encuestas a nivel nacional en los dos mercados de microfinanzas más grandes del mundo: Bangladesh y la India.

En el *Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito 2011*, presentamos los resultados del estudio de Bangladesh, dirigido por Sajjad Zohir del Grupo de Investigación Económica de Dhaka. El estudio encontró que en el transcurso de los últimos 19 años (1990–2008), una cantidad neta de casi 2 millones de hogares de microfinanzas en Bangladesh, incluyendo aproximadamente 10 millones de miembros de sus familias, habían superado el umbral de \$1,25 al día.

En agosto del 2011, la Campaña reveló los hallazgos de un estudio similar, realizado en India por Shubtienehis Gangopadhyay de la India Development Foundation. El estudio muestra que, encontró que, en total, cerca de 9 millones de hogares involucrados en microfinanzas involucrados en microfinanzas, incluyendo aproximadamente 45 millones de miembros de familias, cruzaron el umbral de \$1,25 al día entre 1990 y el 2010. El informe estima que en la India, el 37 por ciento de los clientes estaba viviendo bajo el umbral de la pobreza de \$1,25 al día cuando se adhirió a un programa. La encuesta se completó antes de que estallara la crisis de las microfinanzas en Andhra Pradesh a fines del 2010, que para agosto de 2011, había reducido significativamente el.

Debido a que India y Bangladesh representan más de la mitad del número total de clientes de microfinanzas reportados a la Campaña este año, estos estudios muestran por extrapolación que es casi seguro que la segunda meta no se logrará para 2015. Esta es una revelación que nos abrió los ojos en la Campaña y el presente informe intenta explicar por qué el logro de esta meta se encuentra aparentemente fuera de nuestro alcance, y qué papel pueden desempeñar las microfinanzas para avanzar hacia la consecución de dicha meta.

En el informe de este año, discutimos las amenazas que debe encarar el sector de las microfinanzas a nivel mundial y, especialmente, la crisis actual en el Sur de la India. Después de un periodo de crecimiento y competencia sin precedentes, se han evidenciado niveles peligrosos de sobreendeudamiento de los clientes, seguidos por un incremento del riesgo crediticio y del riesgo vinculado a la reputación. Asimismo, examinamos algunas iniciativas fascinantes para enfrentar estos retos.

<sup>5</sup>En adelante el signo '\$' significa la moneda de curso legal de los Estados Unidos de Norteamérica.

*El estudio muestra que, una cantidad neta de casi 9 millones de hogares involucrados en microfinanzas, incluyendo aproximadamente 45 millones de miembros de sus familias, superaron el umbral de \$1,25 al día entre 1990 y el 2010.*

## Crecimiento, competencia y daño a los clientes: el caso de Andhra Pradesh

En el transcurso de los últimos cinco años, India representó el 68 por ciento del crecimiento en el número de clientes reportados a la Campaña de la Cumbre del Microcrédito. Muchos de estos clientes viven en el estado de Andhra Pradesh, sede de las que fueron las cuatro IMF<sup>6</sup> más grandes del país, así como de un programa apoyado por el Estado que promueve grupos de autoayuda (GAA) y los vincula con instituciones financieras formales.

En noviembre del 2010, los GAA alcanzaban a más de 17 millones de clientes en el estado y las IMF habían logrado llegar a más de 6 millones de personas. Muchos clientes tenían préstamos de diferentes fuentes, lo que colocaba el promedio de la deuda microfinanciera por hogar en Andhra Pradesh por encima de los \$1.700, en comparación con menos de \$150 por hogar en los otros estados de la India.<sup>7</sup> Un estudio encontró que el 83 por ciento de los clientes de microfinanzas en el estado habían obtenido préstamos de más de una fuente, y muchos de ellos tenían cuatro o más préstamos al mismo tiempo.<sup>8</sup> Un informe del Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (CGAP) resume: «El panorama que emerge de los datos sugiere que los hogares en Andhra Pradesh [tenían] demasiados préstamos y [más] deuda de la que [aparentemente] podían soportar considerando sus niveles de ingresos y su capacidad de repago».<sup>9</sup>

En julio del 2010, SKS Microfinance Ltd. (SKS), la más grande de las IMF de India (con más de 7 millones de clientes en ese momento), lanzó una oferta pública inicial (OPI). La OPI captó \$155 millones para SKS y valoró a la compañía en \$1,5 billones. Los accionistas existentes también vendieron el equivalente de \$195 millones de sus acciones en la oferta, obteniendo utilidades significativas a un precio por acción que era cuatro veces superior al valor en libros de la compañía.<sup>10</sup>

Las reacciones de la prensa contra la OPI de SKS fueron múltiples y de muy variados matices. Algunos elogiaron el éxito de la oferta tomándolo como una señal de un futuro con fuentes ilimitadas de fondos para el sector de las microfinanzas en India. Otros se enfocaron en las utilidades obtenidas por los inversionistas y fundadores de SKS, y yuxtapusieron acusaciones de prácticas de cobranza abusivas. La explosión ocurrió cuando se reportaron suicidios por parte de los clientes de las entidades de microfinanzas en Andhra Pradesh.

En octubre del 2010 el gobierno estatal respondió con «Una Ordenanza para proteger a los Grupos de Autoayuda compuestos por mujeres contra la explotación por las Instituciones de Microfinanzas en el Estado de Andhra Pradesh».<sup>11</sup> Esta ordenanza establece, entre otras cosas, un límite al monto que las IMF pueden prestar a sus clientes, exige que la amortización de los préstamos se efectúe con una frecuencia mensual en lugar de semanal y exige que todos los pagos se realicen en las oficinas del gobierno local. Como resultado de esto, reportó Mathew Titus, funcionario ejecutivo principal de Sa-Dhan, una red de proveedores de microfinanzas de la India, «las operaciones de microfinanzas en

*El panorama que emerge de los datos sugiere que los hogares en Andhra Pradesh [tenían] demasiados préstamos y [más] deuda de la que [aparentemente] podían soportar considerando sus niveles de ingresos y su capacidad de repago. — CGAP Focus Note, no. 67*

<sup>6</sup>SKS Microfinance Ltd., Asmitha Microfin Ltd., Share Microfin Ltd. y Spandana Sphoorty Financial Ltd.

<sup>7</sup>N. Srinivasan, *Microfinance India: State of the Sector Report 2010* (Nueva Delhi: Access Development Services, Sage Publications, 2010), [http://www.microfinanceindia.org/uploaded\\_files/publication/1311572030.pdf](http://www.microfinanceindia.org/uploaded_files/publication/1311572030.pdf).

<sup>8</sup>D. Johnson y S. Meka, *Access to Finance in Andhra Pradesh* (Tamil Nadu, India: Investigación de IFMR, 2010), [http://www.ifmr.ac.in/cmf/publications/wp/2010/CMF\\_Access\\_to\\_Finance\\_in\\_Andhra\\_Pradesh\\_2010.pdf](http://www.ifmr.ac.in/cmf/publications/wp/2010/CMF_Access_to_Finance_in_Andhra_Pradesh_2010.pdf).

<sup>9</sup>CGAP, «Andhra Pradesh 2010: Global Implications of the Crisis in Indian Microfinance», Nota Focal, No. 67 (Washington, D.C.: CGAP, noviembre del 2010), 3, <http://www.cgap.org/gm/document-1.9.48945/FN67.pdf>.

<sup>10</sup>G. Chen et al., «Indian Microfinance Goes Public: The SKS Initial Public Offering», Nota Focal, No. 65 (Washington, D.C.: CGAP, 2010), [http://www.cgap.org/gm/document-1.9.47613/FN65\\_Rev.pdf](http://www.cgap.org/gm/document-1.9.47613/FN65_Rev.pdf).

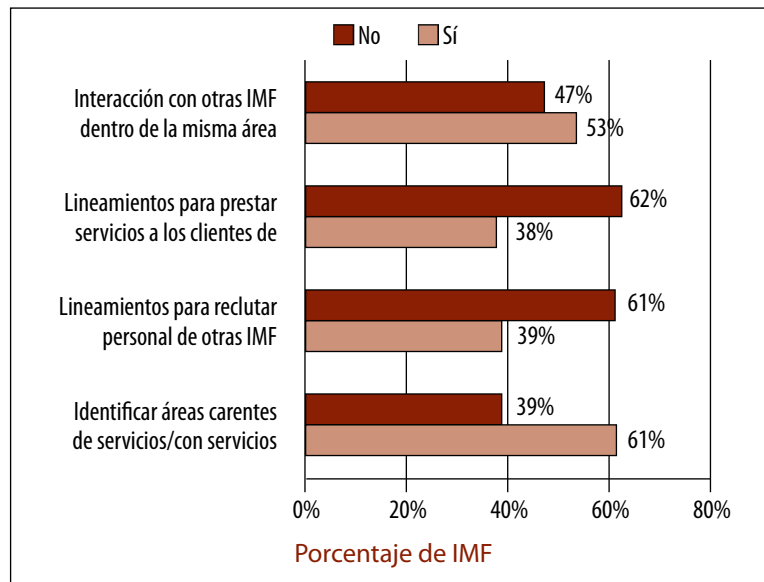
<sup>11</sup><http://indiamicrofinance.com/wp-content/uploads/2010/10/Andhra-MFI-Ordinance.pdf>.

*Sa-Dhan encontró que entre las 100 IMF que fueron encuestadas, la mayoría carecían de guías y lineamientos para los préstamos otorgados a los clientes de otras IMF y no contaban con sistemas para medir el nivel de endeudamiento del cliente.*

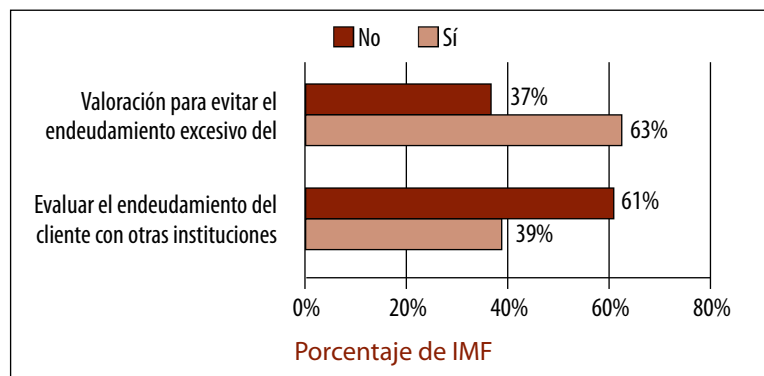
Andhra Pradesh se paralizaron abruptamente.<sup>12</sup> No se han otorgado préstamos nuevos a los clientes de las IMF. La tasa de recuperación de préstamos ha bajado a menos del 10 por ciento. También surgió la mora intencional, alentada por elementos políticos locales que confundieron a los clientes aparentemente para obtener un rédito político. El personal de campo de las IMF no está en condiciones de descargar sus obligaciones de cobranza, debido a la acción punitiva que se percibe bajo la nueva norma estatal. Las IMF más pequeñas están experimentando la amenaza de cierre de sus operaciones debido a problemas de liquidez y a la recuperación deficiente de los préstamos».

Durante la primavera y el verano del 2011, Sa-Dhan realizó una encuesta a nivel de sus miembros, clientes y otros interesados (funcionarios del gobierno, inversionistas y medios de comunicación) para aprender más acerca de las causas de la crisis de Andhra Pradesh y las implicaciones para el sector. Sa-Dhan encontró que entre las 100 IMF que fueron encuestadas, la mayoría carecían de guías y lineamientos para los préstamos otorgados a los clientes de otras IMF (Figura 1) y no contaban con sistemas para medir el nivel de endeudamiento del cliente (Figura 2).<sup>13</sup>

**Figura 1: Competencia y cooperación de las IMF**



**Figura 2: Evaluación del endeudamiento del cliente por IMF**



Sa-Dhan y otras entidades han trabajado con el gobierno de la India para desarrollar un proyecto de ley de microfinanzas que pondría a las IMF bajo la autoridad reguladora del Banco Central. Titus nos dijo, «La versión actual del

<sup>12</sup>Redactamos este informe en el verano del 2011.

<sup>13</sup>M. Titus, «Report from Sa-Dhan to the Microcredit Summit Campaign», documento no publicado encargado por la Campaña de la Cumbre del Microcrédito, Washington, D.C., 10/8/11.

proyecto de ley (agosto del 2011) parece ser una norma legislativa integral que pretende resolver los retos que el sector de las microfinanzas ha enfrentado desde hace mucho tiempo. El proyecto de ley propone servicios holísticos que pueden ser prestados por las IMF incluyendo ahorros, giros, pensiones, seguros y otros servicios». Para cuando se redactó el presente informe, el proyecto de ley había sido presentado al parlamento indio y su aprobación aún seguía pendiente.

Conversamos con dos banqueros para que nos proporcionaran una perspectiva con respecto a la crisis de Andhra Pradesh y sus implicaciones para la industria de las microfinanzas. En el **Cuadro 1**, el director de microfinanzas de Citibank, Robert Annibale y el director administrativo de Global Social Investment Funds del Deutsche Bank, Asad Mahmood, hablan sobre la crisis en Andhra Pradesh. Annibale subraya la necesidad de que exista claridad en la regulación así como la necesidad de contar con una estructura que respalde al sector, incluyendo centrales de riesgos, sistemas de pago y similares. Mahmood nos solicitó que examináramos honestamente el papel que desempeñaron las IMF, los donantes y los inversionistas en la crisis y dice que deberíamos prestar mayor atención a ciertos aspectos básicos, como la protección del cliente, la transparencia de las tasas de interés y el desempeño social.

## Cuadro 1: El impacto de la crisis

### **Bob Annibale: «La claridad traerá consigo estabilidad»**

La crisis de las microfinanzas en Andhra Pradesh ha puesto en evidencia la necesidad de mayor claridad en la regulación. Como hemos visto en otros mercados, cuando hay falta de claridad en el entorno regulador, en combinación con un crecimiento rápido, generalmente algo sale mal. En este caso, casi hizo desaparecer a la industria de las microfinanzas en un estado grande de un país muy importante, y probablemente esto traerá como consecuencia daños colaterales para las instituciones en todo el país.

En la India, pudimos ver una industria que creció más allá de todas las expectativas y estaba llegando a 30 millones de personas. [Esa industria] ahora debe ser vista como una parte formal de todo el espectro de servicios financieros en la India. No importa si los préstamos son otorgados a través de una organización no gubernamental (ONG), un banco, una institución financiera no bancaria o una sociedad de garantía mutua; debe someterse al mismo marco regulador.

La claridad reguladora permite que el mercado siga trabajando aún cuando la regulación no sea la mejor. Aún en entornos que cuentan con topes de tasas de interés se pueden

tener mercados vibrantes porque las instituciones financieras y los inversionistas saben cuáles son las reglas y cómo pueden operar. La falta de claridad es lo peor que le puede pasar a un mercado. Ahora estamos viendo esto en la India. Con la nueva legislación presentada al parlamento [nacional], los inversionistas están comenzando nuevamente a realizar inversiones [en] las IMF que operan fuera de Andhra Pradesh. Sin embargo, nadie está invirtiendo dentro del estado. Todavía no está claro si las regulaciones estatales o federales tienen preeminencia. Como resultado de ello, los clientes que solían tener acceso a una diversidad de proveedores de microfinanzas ahora tienen que recurrir nuevamente a los prestamistas informales para obtener préstamos.

Adicionalmente a la claridad en la regulación y supervisión, los mercados financieros necesitan una arquitectura apropiada que los respalde; entes como las centrales de riesgos y los sistemas de pago. Una vez que estos entes empiecen a operar, se podrá contar con sistemas de supervisión y estructuras para la rendición de informes que ayudarán

—continúa en la página siguiente

*La falta de claridad es lo peor que le puede pasar a un mercado. Ahora estamos viendo esto en la India. . . Como resultado de ello, los clientes que solían tener acceso a una diversidad de proveedores de microfinanzas ahora tienen que recurrir nuevamente a los prestamistas informales para obtener préstamos.*  
— Bob Annibale, Citibank

## Cuadro 1: El impacto de la crisis, continuación

a traer mayor prudencia al sistema.

En Citibank, trabajamos en el ámbito de las microfinanzas en 40 países. Tratamos de compartir las mejores prácticas y lecciones aprendidas en cada uno de estos mercados, de modo que puedan ser aplicadas a las situaciones locales. Como parte de la evaluación de la situación general de la entidad (*due diligence*), nuestras operaciones locales determinarán

si existe claridad en las regulaciones así como la arquitectura financiera de apoyo necesaria para respaldar el crecimiento [saludable] de las microfinanzas.

*Bob Annibale es director de Microfinanzas de Citibank y actualmente reside en el Reino Unido. (Este comentario fue escrito en el verano del 2011.)*

### Asad Mahmood: «La verdad los hará libres»

Muchas personas ven la crisis de las microfinanzas de Andhra Pradesh primordialmente como un tema de carácter político. Yo no estoy de acuerdo. A pesar de que definitivamente existen ciertas dimensiones políticas, el problema es mucho más grande, y una gran parte del problema comienza con las IMF y los inversionistas y donantes que las apoyan.

Si nosotros como industria vamos a aprender algo de esta crisis y como resultado mejorar las microfinanzas, entonces debemos ver la verdad sobre nosotros mismos. La verdad es que demasiadas instituciones de microfinanzas no tenían conexión alguna con sus clientes.

Muchas IMF se enfocaron en el crecimiento y utilizaron un abordaje uniforme para todos sus productos con la finalidad de acelerar su ritmo de su crecimiento. Se apresuraron en la comercialización y se olvidaron totalmente del aspecto social de sus negocios en el proceso. Y quienes somos donantes e inversionistas alimentamos esta adicción al crecimiento con nuestro financiamiento y nuestras expectativas.

Hemos visto anteriormente la ocurrencia de este tipo de cosas en la industria de las microfinanzas, sin embargo muchos proveedores no adoptaron los pasos necesarios para evitar que esto volviera a suceder. ¿Qué deberíamos estar haciendo? Comencemos por desarrollar los elementos básicos, como la Smart Campaign (la Campaña Inteligente)

para la protección del cliente y MicroFinance Transparency (transparencia en las microfinanzas) [para transparencia en cuanto a la fijación de las tasas de interés]. Debemos desarrollar libretas de calificaciones que muestren el desempeño social [de una institución], la fortaleza y solidez de su sistema rector y la transparencia de las remuneraciones de la planta ejecutiva. Lo que es aún más importante, el aspecto social de lo que hacemos debe estar vinculado estrechamente con el aspecto financiero. La parte social de las microfinanzas significa prestar atención al cliente, y eso solamente puede hacerle bien al negocio.

En el Deutsche Bank, hemos estado y estamos dispuestos a [continuar] actuando de acuerdo con lo que pregonamos. En la actualidad estamos en vías de establecer un fondo de \$100 millones a ser invertido en las IMF que puedan demostrar que ofrecen un buen servicio al cliente así como productos innovadores. Para calificar para este fondo, las IMF deben participar en la Smart Campaign y MicroFinance Transparency. También deseamos utilizar nuestro nombre y el rol que desempeñamos en la industria para crear una plataforma en la que podamos hablar abiertamente acerca de nuestros problemas como industria y lo que podemos hacer de manera conjunta para resolverlos.

*—continúa en la página siguiente*

*Muchas IMF se enfocaron en el crecimiento y utilizaron un abordaje uniforme para todos sus productos con la finalidad de acelerar su ritmo de su crecimiento. Se apresuraron en la comercialización y se olvidaron totalmente del aspecto social de sus negocios en el proceso.*  
— Asad Mahmood, Deutsche Bank

## Cuadro 1: El impacto de la crisis, continuación

Esta es probablemente la mayor crisis que hemos experimentado como industria. Ahora no es el momento de abandonar el trabajo. Por el contrario, ahora es el momento de encarar la verdad con honestidad de modo que podamos liberarnos para prestar mejores servicios a nuestros clientes en el futuro.

*Asad Mahmood es director administrativo de Global Social Investment Funds del Deutsche Bank y actualmente reside en los Estados Unidos. (Este comentario fue escrito en el verano del 2011.)*

También conversamos con un panel de líderes de redes norteamericanas como Women's World Banking (WWB), Vision Fund, Opportunity International, FINCA y ACCION, que nos dijeron que ellos no habían observado cambios significativos en las percepciones de sus donantes con respecto a las microfinanzas (ver el **Cuadro 2**). En muchos casos, la crisis ha llevado a conversaciones más largas con sus donantes privados y, en general, lograron demostrar lo que sus redes estaban haciendo para tratar de evitar causar daños a sus clientes. Aunque muchos de sus donantes pudieron haber escuchado acerca la situación en la India o pudieron haber leído algo con respecto a los estudios académicos que cuestionaron la efectividad del microcrédito, esto no pareció afectar su apoyo general para las microfinanzas. Por otra parte, estaban teniendo dificultades en obtener la misma respuesta entusiasta de antes de parte de los inversionistas sociales. «Ahora los inversionistas sociales están volviendo a acercarse a nosotros», dijo Mary Ellen Iskenderian, funcionaria ejecutiva principal de WWB, «y diciendo, “Pensábamos que ésta era una oportunidad de hacer el bien y ganar un poco de dinero. Ahora estamos realmente preocupados acerca del riesgo respecto a la reputación de invertir en este sector”».

## Cuadro 2: Un punto de inflexión importante

*Conversamos individualmente con los líderes de cinco redes de microfinanzas internacionales, que en conjunto prestan servicios a más de 8 millones de clientes, acerca de cómo habían sido afectadas sus operaciones a nivel mundial por todo lo sucedido en Andhra Pradesh.*

**¿De qué manera afectó la crisis su habilidad para captar dinero de los donantes e inversionistas?**

**Mary Ellen Iskenderian, Funcionaria Ejecutiva Principal, Women's World Banking:** Justamente estábamos captando un fondo de inversión para nuestros miembros que se estaban transformando en bancos. Ahora los inversionistas sociales que habían mostrado interés en nuestro fondo nos están formulando muchas

preguntas. Los relatos acerca de los clientes que se suicidaron hicieron un daño enorme a los inversionistas sociales que estaban a punto de tomar una decisión y que actualmente no están dispuestos a correr el riesgo de hacer daño con sus inversiones. En cuanto a los donantes, no hemos visto mucho impacto. Es posible que esto tenga que ver con quienes son nuestros donantes y sus inversiones en lo que representamos.

**Rupert Scofield, Funcionario Ejecutivo Principal, FINCA:** No hemos visto mucho impacto en cuanto a los donantes, pero hemos escuchado de algunos de nuestros inversionistas que, por primera vez, están viendo

—continúa en la página siguiente

*Los relatos acerca de los clientes que se suicidaron hicieron un daño enorme a los inversionistas sociales que estaban a punto de tomar una decisión y que actualmente no están dispuestos a correr el riesgo de hacer daño con sus inversiones.*

— Mary Ellen Iskenderian, Women's World Banking

*Hemos estado fomentando arduamente el desempeño social y la protección del cliente durante un largo tiempo. Ahora, nos alegramos de haber adoptado esas medidas antes de que sobreviniera la crisis.*

— Scott Brown,  
Vision Fund

## Cuadro 2: Un punto de inflexión importante, continuación

algunos réditos de sus fondos de microfinanzas—a pesar de que estos todavía están siendo compensados por nuevos inversionistas. En Alemania, aparentemente, los medios de comunicación atacaron severamente al sector de las microfinanzas y, como resultado de ello, es difícil captar nuevos fondos para las microfinanzas en dicho país...Y luego están los académicos que vuelcan sus ojos ictericos hacia las microfinanzas, alegando como mucho que no hubo ningún impacto en los clientes.

**Scott Brown, Funcionario Ejecutivo Principal, Vision Fund:** Hemos estado fomentando arduamente el desempeño social y la protección del cliente durante un largo tiempo. Ahora, nos alegramos de haber adoptado esas medidas antes de que sobreviniera la crisis. Somos conocidos no solamente como inversionistas sino como inversionistas sociales. En cuanto a los donantes, estamos sosteniendo mucho más conversaciones, pero éstas no son necesariamente conversaciones perjudiciales. Estamos en condiciones de explicar nuestros principios y sistemas para medir el impacto social.

**Bill Morgenstern, Funcionario Ejecutivo Principal, Opportunity International:** Escuchamos muchas preguntas. El tono de las mismas es desafiante: «¿Qué es lo que los diferencia?» Lo que yo personalmente subrayo es que en nuestro caso el dinero no sale del negocio. Si ganamos dinero sobre nuestras inversiones, éste se reinvierte en el negocio. Somos una entidad sin fines de lucro. No tenemos una estrategia de salida. Estamos en el sector para seguir operando en el largo plazo. No estamos tratando de lanzar una Oferta Pública Inicial ni de ganar mucho dinero de los dividendos. La mayor parte de las personas se da cuenta de eso. Los donantes buscan motivos para donar y también buscan motivos para no donar. La economía es uno de los motivos para no donar, y justo cuando parecía que las cosas

iban a mejorar, comenzamos a recibir las malas noticias de la industria de las microfinanzas. Esto le dio a la gente un motivo para ponderar si daba o no los fondos para algo más. Año tras año, nos encontramos donde pensábamos que nos encontraríamos.

**Michael Schlein, Funcionario Ejecutivo Principal, ACCION:** No hemos notado una reducción en la captación de fondos. Donde sí ha tenido un impacto es en el tiempo que debo dedicar a explicar lo que está sucediendo. No hay una manera corta para describir lo que sucedió en [Andhra Pradesh]. La gente ha leído sobre los suicidios de modo que me siento obligado a darles una explicación.

### *¿Qué está haciendo su red en respuesta a la crisis de Andhra Pradesh?*

**Iskenderian:** Hemos dedicado mucho tiempo a determinar qué es lo que representamos como red y quién queremos que forme parte de nuestra red. Cuando hicimos esto, nos dimos cuenta que debíamos encarar los mismos problemas que encararon Sa-Dhan y MFIN [Microfinance Institutions Network India]\* en la India, que los convenios de membresía solamente permitían la desafiliación por razones de desempeño. Pero, ¿qué se dice acerca del riesgo vinculado a la reputación? ¿Qué sucedería si un miembro está operando de una manera contraria a los mejores intereses de la industria o de la red? Estamos tratando de elaborar algunas reglas que nos darán más voz cuando esto esté ocurriendo, pero no es una tarea fácil.

**Scofield:** Esta es la segunda vez que nos ocurre algo similar [después de la crisis económica mundial] y estamos actuando con mucho cuidado para poner nuestros propios asuntos en orden. Tomando como base nuestra larga historia de enfocarnos

—continúa en la página siguiente

\*Sa-Dhan y MFIN son redes de microfinanzas en India

## Cuadro 2: Un punto de inflexión importante, continuación

en el desempeño social, nos hemos inscrito en la Smart Campaign, MicroFinance Transparency y en el Social Performance Task Force (Grupo de Trabajo para el Desempeño Social). Estamos dando pasos para asegurar que estas iniciativas sean implementadas en todos nuestros países. Nuestra junta directiva ha instruido la creación de un comité de auditoría del desempeño social, que goza del mismo estatus que nuestro comité de auditoría regular, pero se enfoca en medir el impacto de nuestros productos y servicios sobre nuestros clientes.

Sabemos que el camino por recorrer será largo y lleno de escollos para poder recuperar el brillo de las microfinanzas, pero sabemos que todavía queda mucho trabajo por hacer. Pensamos que si seguimos haciendo un buen trabajo y demostramos resultados, entonces los donantes regresarán. Todavía debemos responder al interrogante referente a si se puede lograr un impacto real solamente con las microfinanzas o si se requiere implementar también otras intervenciones de carácter social. FINCA está comenzando a trabajar en estas áreas y yo estoy bastante entusiasta con la perspectiva de que las microfinanzas proporcionen una plataforma que a su vez logre encarar otras fallas del gobierno y del mercado, como la educación y la atención sanitaria. Estas son áreas en la que los emprendedores sociales pueden [lograr un gran] impacto.

**Brown:** Continuaremos haciendo del desempeño social y la protección del cliente una parte clave de las relaciones con nuestros socios. Continuaremos midiendo el desempeño en contraposición con nuestros estándares en estas áreas. Esta crisis nos ha mostrado cuán importante es medir el componente social de nuestro trabajo tanto o más que el componente financiero.

**Morgenstern:** Estamos involucrados en el negocio de las relaciones crediticias. Lo que esta crisis nos muestra es que es más importante que nunca tener una buena relación con el cliente. Cuando las cosas van mal, uno desea tener el tipo de relación con los clientes que logre que ellos deseen pagar sus obligaciones, con la finalidad de mantener esas buenas relaciones. Usted quiere que el cliente sepa que siempre estará dispuesto a darle una mano durante mucho tiempo, de modo que ellos deberán proteger la relación que tienen con usted.

**Schlein:** Esto ha dado lugar a que la industria realice un análisis introspectivo que espero constituya un punto de inflexión. A pesar de que Andhra Pradesh ha sido la chispa, pienso que estos temas tienen raíces más profundas y que éstas se han ido profundizando aún más con el transcurso de los años. ¿Cuáles son las verdaderas preocupaciones? Las verdaderas preguntas se centran en los préstamos excesivos, las malas prácticas de cobranza, los precios y comisiones y el impacto. Estas son buenas preguntas que debemos tratar de responder. Si estos son los temas, entonces considero que las soluciones provendrán de una mayor protección para el consumidor, mayor transparencia y algún método uniforme de medición del desempeño social para toda la industria. Pienso que si todos adoptaran la Smart Campaign, [MicroFinance Transparency], así como algunos estándares acordados sobre el desempeño social, entonces habremos encarado el meollo de estos temas.

*Estamos involucrados en el negocio de las relaciones crediticias. Lo que esta crisis nos muestra es que es más importante que nunca tener una buena relación con el cliente.*

— *Bill Morgenstern,*  
*Opportunity International*

Hace algunos años, la India parecía muy prometedora, al igual que una estrella ascendente en la comunidad de las microfinanzas, habiendo escalado rápidamente para llegar a millones de mujeres cuya meta era educar a sus hijos, alimentar a sus familias y proporcionarles una vivienda segura. Sin embargo, en un estado, Andhra Pradesh, esta expansión rápida se dio a un costo muy alto a medida que las IMF se enfocaron más en su propio éxito y crecimiento que en el de sus clientes. Hoy, muchos millones de mujeres están luchando para volver a encontrar el acceso a las finanzas que anteriormente tenían.

## Las microfinanzas a la defensa

Los proveedores de servicios de microfinanzas alrededor del mundo han sentido las reverberaciones de la crisis de las microfinanzas en Andhra Pradesh, y esto fue captado en el informe titulado *Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011 (Microfinance Banana Skins Report 2011)*, una encuesta de los riesgos que enfrenta la industria de las microfinanzas. Cada 18 meses desde el año 2008, el Centro para el Estudio de la Innovación Financiera (Center for the Study of Financial Innovation o CSFI por sus siglas en inglés) ha publicado la *Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas*, y este año, el CSFI recibió respuestas a la encuesta de 533 actores de microfinanzas en 86 países. En su introducción al informe, Andrew Hilton, director de CSFI, escribe:

*Muchas personas —bien intencionadas, personas consideradas quienes forman parte del sector microfinanciero temen que las microfinanzas hayan tomado un camino equivocado, que se hayan alejado de su misión original y que se hayan cooptado (incluso corrompido) por la búsqueda de la rentabilidad y la expansión... Esto es nuevo y... ubica a las microfinanzas y a las entidades del sector en un «punto de inflexión». ¿Seguirá evolucionando —creciendo, ofreciendo nuevos productos, escalando mercados— hasta que resulte esencialmente imposible distinguirlos de las instituciones financieras convencionales (bancos, empresas de financiamiento de consumo, etc.)? ¿O redescubrirá sus raíces como fuente más modesta de crédito de pequeña escala, destinado a un mercado relativamente reducido entre los grupos de ingresos bajos en los países por lo general pobres?*

*El informe actual de la Encuesta «Banana Skins» muestra que los tres riesgos principales percibidos por la industria son el riesgo crediticio, el riesgo vinculado a la reputación y la injerencia política.*

En el **Cuadro 3**, Philip Brown, director administrativo de Riesgos de Citi Microfinance y gerente del Proyecto Banana Skins, compara el informe actual de Banana Skins con los dos temas previos y con los riesgos de la industria de las finanzas en su integridad. El informe actual muestra que los tres riesgos principales percibidos por la industria son el riesgo crediticio, el riesgo vinculado a la reputación y la injerencia política.

### Cuadro 3: Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011: perdiendo su magia

*Conversamos con Philip Brown que trabajó con el equipo de CSFI en la elaboración del informe de Banana Skins. Le solicitamos a Philip que pusiera este tercer informe dentro del contexto de los primeros dos y de los eventos que estaban ocurriendo en la industria a medida que se completaban las encuestas a fines del 2010.*

La encuesta de Banana Skins refleja el crecimiento y la evolución continua del sector; resalta la necesidad de aumentar el enfoque en las necesidades del cliente y el riesgo crediticio relacionado, en contraposición con los riesgos institucionales que dominaron las encuestas anteriores. A pesar de que los riesgos inmediatos resultantes de la crisis económica mundial se han reducido, éstos han

sido reemplazados por preocupaciones aún mayores concernientes a la dirección futura del sector.

El riesgo crediticio sigue siendo el principal en la encuesta del 2011. El estrés económico continúa siendo un factor, pero la competencia, la multiplicidad de préstamos, los controles internos débiles y la injerencia política, conjuntamente con el comportamiento cambiante del cliente, han contribuido a aumentar el riesgo crediticio y han incrementado la preocupación respecto al sobreendeudamiento de los prestatarios.

La **Tabla 2** a continuación compara los «riesgos más grandes» y «los que aumentan con mayor rapidez» de los 24 riesgos cubiertos en la encuesta de los informes del 2011 y el 2009.

Tabla 2: Riesgos más serios y los que aumentan con mayor rapidez

Riesgos más serios	Posición en el 2011	Posición en el 2009	Los que aumentan con mayor rapidez	Posición en el 2011	Posición en el 2009
Riesgo crediticio	1	1	Competencia	1	3
Riesgo de reputación	2	17	Riesgo crediticio	2	1
Competencia	3	9	Riesgo de reputación	3	11
Gobernabilidad corporativa	4	7	Injerencia política	4	7
Injerencia política	5	10	Desvío de la misión	5	13

El dominio del riesgo crediticio, definido como el incumplimiento de los prestatarios con sus obligaciones de amortización, refleja en gran medida una percepción creciente y generalizada del problema del sobreendeudamiento. Los encuestados identificaron muchas causas de sobreendeudamiento, pero la intensidad de la competencia, el riesgo número 3 en general y el riesgo que aumenta con mayor rapidez en el 2011, domina con un puntaje muy alto en la mayoría de las regiones.

#### Los que más se desplazaron

##### HACIA ARRIBA

**Reputación:** el buen nombre de las microfinanzas es objeto de crecientes ataques

**Competencia:** se socavan los parámetros comerciales y éticos

**Gobernabilidad corporativa:** muestra deficiencias en situaciones de tensión

**Injerencia política:** reacción en contra las prácticas crediticias de las IMF

**Regulación inadecuada:** el marco normativo no brinda un entorno saludable

—continúa en la página siguiente

*El riesgo crediticio sigue siendo el principal en la encuesta del 2011. El estrés económico continúa siendo un factor, pero la competencia, la multiplicidad de préstamos, los controles internos débiles y la injerencia política, conjuntamente con el comportamiento cambiante del cliente, han contribuido a aumentar el riesgo crediticio y han incrementado la preocupación respecto al sobreendeudamiento de los prestatarios.*

— Philip Brown, Citi Microfinance

... las calificaciones de riesgo en general, que reflejan los «niveles de ansiedad», continúan subiendo en comparación con las encuestas anteriores. Este incremento del nivel de preocupación—la crisis de Andhra Pradesh recién se estaba desarrollando cuando se realizó la encuesta—y la interrogante resultante son indudablemente saludables. Aunque, de acuerdo con lo que respondió uno de los encuestados, «Sin importar cual fuere la razón, la reputación de la industria nunca será la misma».

— Philip Brown, Citi Microfinance

### Cuadro 3: Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011: perdiendo su magia, continuación

Los cinco riesgos más importantes este año son concurrentes. *El riesgo crediticio* es el resultado y debe ser manejado por motivos de índole comercial y de reputación. *Riesgo de reputación*, en el número 2, tiene numerosos ángulos, y muchos de ellos están vinculados con el crecimiento y la transformación del modelo de negocios. La *competencia* es percibida tanto desde el punto de vista positivo como negativo para el cliente, incrementando la toma de riesgos de la IMF y debilitando las prácticas crediticias y la adhesión a la política. Esto se refleja en las preocupaciones respecto a la calidad y efectividad de la *governabilidad corporativa*. Muchas personas ahora temen que las respuestas del gobierno a estos temas puedan causar aún más problemas para el sector, llevando a la *injerencia política y a una regulación inapropiada*.

Como se muestra en la **Figura 3**, las calificaciones de riesgo en general, que reflejan los «niveles de ansiedad», continúan subiendo en comparación con las encuestas ante-

#### Los que más se desplazaron

##### HACIA ABAJO

**Macroeconomía:** decae la preocupación por la crisis mundial

**Liquidez:** se atenúa la escasez de efectivo;

**Financiamiento:** escaso inversionistas regresan al mercado

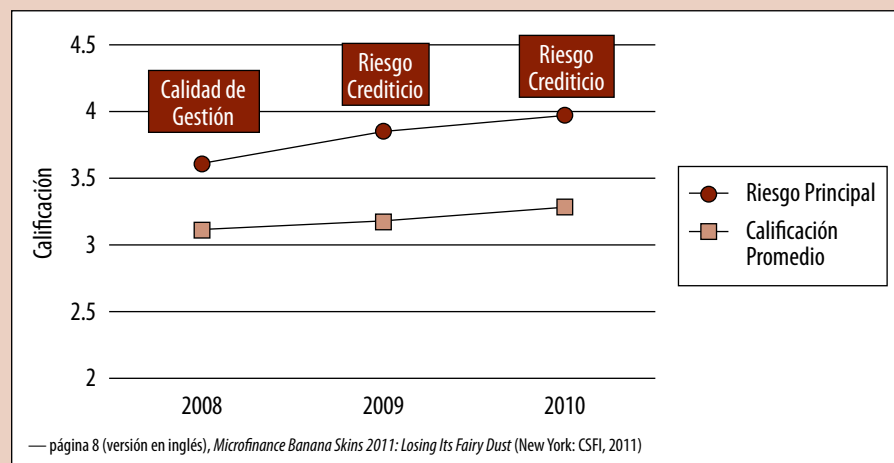
**Tipo de cambio:** las «guerras de monedas» ya no son una preocupación importante

**Tasas de interés:** son bajas y menos volátiles

— página 9 de la versión en español, *Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011: perdiendo su magia* (New York, CSFI, 2011)

rios. Este incremento del nivel de preocupación—la crisis de Andhra Pradesh recién se estaba desarrollando cuando se realizó la encuesta—y la interrogante resultante son indudablemente saludables. Aunque, de acuerdo con lo que respondió uno de los encuestados, «Sin importar cual fuere la razón, la reputación de la industria nunca será la misma».

Figura 3: Puntuaciones de riesgo más altas y promedios



La encuesta nos proporciona una imagen instantánea del horizonte constantemente cambiante del sector de las microfinanzas. Su valor no radica en ninguna conclusión específica sino en incentivar el debate

con respecto a los riesgos en el momento en que se formulan preguntas difíciles respecto al futuro del sector. Las respuestas demuestran

—continúa en la página siguiente

### Cuadro 3: Encuesta «Banana Skins» sobre microfinanzas, 2011: perdiendo su magia, continuación

las diferencias significativas en cuanto a la perspectiva tanto entre las regiones y los proveedores, los inversionistas y los observadores. La encuesta refleja el alcance del sector, así como su crecimiento continuo y su alcance. También indica que el sector de las microfinanzas actualmente está enfrentando algunas de

las mismas fuerzas que hemos observado históricamente en el sector financiero formal.

*Philip Brown es director administrativo de riesgos en Citi Microfinance y actualmente reside en el Reino Unido. Él es Gerente del Proyecto Banana Skins.*

Las noticias provenientes de Andhra Pradesh también llegaron en el momento que se acababan de concluir varios estudios académicos sobre las microfinanzas que cuestionaban las aseveraciones de que las microfinanzas sacaban consistentemente a los clientes de la pobreza. Según Nathanael Goldberg, director de política de Innovations for Poverty Action (IPA, por sus siglas en inglés) y un investigador académico involucrado en algunos de estos estudios, «Las evaluaciones aleatorias del sector de las microfinanzas están arrojando resultados mixtos, con el crédito no siendo la panacea que alguna vez habíamos pensado que era, y los ahorros pareciendo prometedores. Tanto el crédito como los ahorros, sin embargo, están proporcionando evidencias de haber ayudado a los hogares a manejar sus carteras financieras: para suavizar el consumo o invertir en empresas».<sup>14</sup>

Los resultados de estos estudios también han puesto en duda los métodos empleados para estudiar el impacto. Uno de los principales métodos, la prueba de control aleatoria (PCA), mide el impacto de una intervención, como el microcrédito, mediante la comparación de un grupo de gente que recibió un préstamo con un grupo similar de personas con las mismas características básicas, pero que no recibió un préstamo. Estos métodos de evaluación traen un nuevo rigor a la valoración de las microfinanzas, pero también tienen sus propias debilidades. Christopher Dunford, presidente de Freedom from Hunger, subraya «que los resultados [de las pruebas de control aleatorias (PCAs)] son reportados en términos de la experiencia de los prestatarios, lo que oscurece la variedad de las experiencias. Una proporción significativa, a pesar de que todavía es una minoría, está invirtiendo sus préstamos en negocios reales y a menudo les está yendo muy bien. La mayoría parece beneficiarse solo modestamente, primordialmente a raíz de los efectos de la reducción del consumo y solamente una minoría está sufriendo como resultado de haber obtenido préstamos».<sup>15</sup>

Dean Karlan y Jacob Appel escribieron la obra titulada *More Than Good Intentions*,<sup>16</sup> con la finalidad de mostrar de qué manera las pruebas de control aleatorias (PCAs) y la economía del comportamiento pueden guiar las decisiones acerca de dónde y cómo invertir los recursos limitados para ayudar a reducir la

*Una proporción significativa, a pesar de que todavía es una minoría, está invirtiendo sus préstamos en negocios reales y a menudo les está yendo muy bien.*

— Christopher Dunford, *Freedom from Hunger*

<sup>14</sup>N. Goldberg, «Una mirada más profunda a los programas que trabajan con la pobreza extrema: desde los programas de redes de seguridad hasta otras innovaciones» documento no publicado encargado para la Cumbre Mundial del Microcrédito de 2011, en Valladolid, España, 14/11–17/11.

<sup>15</sup>De los comentarios de Dunford en un evento del Consejo de Asuntos Mundiales (World Affairs Council), San Francisco, CA, EE.UU., 7/6/11. Ver <http://www.itsyourworld.org/assnfe/ev.asp?ID=2974&SnID=967198496>.

<sup>16</sup><http://www.poverty-action.org/book/index.html>.

*Irritantemente, la moda de las evaluaciones del impacto anti-pobreza está precariamente cercana a infligir una hegemonía poco realista sobre el cambio social. La presunción de la profesión es que, hasta que un evaluador académico lo evalúe, cada programa anti-pobreza está bajo sospecha.*  
— Jonathan Lewis, MicroCredit Enterprises

*¿Toda la gente que genera evidencias con respecto a lo que funciona y lo que no funciona sin utilizar las PCAs no está realizando un trabajo riguroso? ¿Son las PCAs la única manera de llegar a la verdad?*  
— Guy Stuart, Universidad de Harvard

pobreza a nivel mundial. Este libro ha sido encomiado en la revista *Forbes* y en el *The Wall Street Journal*, pero también fue criticado por aquellas personas que piensan que se atribuye más poderes de discernimiento a los estudios académicos de lo que justifican los resultados. Jonathan Lewis, fundador de MicroCredit Enterprises, escribe en el *The Huffington Post*, «Irritantemente, la moda de las evaluaciones del impacto anti-pobreza está precariamente cercana a infligir una hegemonía poco realista sobre el cambio social. La presunción de la profesión es que, hasta que un evaluador académico lo evalúe, cada programa anti-pobreza está bajo sospecha. En el mundo cerrado de las evaluaciones, lo que no se puede medir es invisible. Lo que no puede ser validado por un evaluador no debería ser financiado».<sup>17</sup>

El **Cuadro 4**, contiene una crítica resumida de *More than Good Intentions (Más que buenas intenciones)* escrita por Guy Stuart, asesor independiente y académico asociado al Ash Center, de la Universidad de Harvard, en el blog del *Centro para la Inclusión Social*, del 14 de junio de 2011.<sup>18</sup>

#### Cuadro 4: Las PCAs y otras formas de evidencia

El libro de Karlan y Appel, titulado *More Than Good Intentions (Más que buenas intenciones)* es de lectura fácil y a menudo absorbente... Las historias que realmente conducen al lector a seguir avanzando los capítulos y hacen que el libro sea tan absorbente, son las que comienzan con la descripción de Karlan acerca de cómo se asoció con gente con «buenas intenciones», gente que trataba de proporcionar bienes y servicios a las personas pobres y sus familias en los países en vías de desarrollo con la finalidad de recolectar datos en un esfuerzo por encarar un problema que ambos deseaban resolver. Esencialmente, esta es la fortaleza del trabajo que Karlan y Appel describen en este libro: para que los investigadores puedan colaborar con los esfuerzos dirigidos a resolver los problemas que confronta la gente pobre, tienen que comenzar con los problemas que ellos y la gente a la que están tratando de ayudar deben enfrentar, y recolectar evidencia con respecto a lo que funciona y lo que no funciona para resolver esos problemas de manera que puedan actuar

sobre la base de esa evidencia.

A pesar de las muchas fortalezas, el libro tiene muchas debilidades. Una es su opinión acerca de lo que constituye evidencia creíble en el trabajo por el desarrollo. Karlan y Appel quieren que nosotros creamos que las pruebas de control aleatorias (PCAs) constituyen una herramienta esencial para identificar las soluciones a los problemas a través de la investigación. En efecto, existe evidencia clara de que ellos piensan que ésta es la única manera de realizar una investigación. Ellos continuamente y de manera condescendiente, equiparan el «rigor» con el uso de PCAs, lo que nos lleva a formular la siguiente pregunta: ¿Toda la gente que genera evidencias con respecto a lo que funciona y lo que no funciona sin utilizar las PCAs no está realizando un trabajo riguroso? ¿Son las PCAs la única manera de llegar a la verdad?

Dado lo mucho que sabemos acerca de lo que funciona y lo que no funciona en la industria de las microfinanzas en ausencia de las PCAs, nos

<sup>17</sup>J. Lewis, «Social Impact Evaluation: Useful? Utopian? (Parte 1 de 4)», *Huff Post Impact*, 6/21/11, [http://www.huffingtonpost.com/jonathan-lewis/social-impact-evaluation-\\_b\\_881296.html](http://www.huffingtonpost.com/jonathan-lewis/social-impact-evaluation-_b_881296.html).

<sup>18</sup>G. Stuart, «“More Than Good Intentions” por Dean Karlan y Jacob Appel – Crítica del Libro por Guy Stuart» <http://centerforfinancialinclusionblog.wordpress.com/2011/06/14/more-than-good-intentions-by-dean-karlan-and-jacob-appel-book-review-by-guy-stuart/>.

#### Cuadro 4: Las PCAs y otras formas de evidencia, continuación

vemos obligados a preguntar: ¿qué información significativa añaden las PCAs? Profundicemos la discusión referente a los préstamos solidarios. Como hacen notar Karlan y Appel, la evidencia de la PCA de Karlan respecto a los préstamos grupales muestra que el requisito de la responsabilidad conjunta de los préstamos con garantía solidaria no es esencial para la gestión de riesgos: a pesar de la ausencia de mecanismos para asegurar el cumplimiento, el prestamista sigue logrando cobrar. Los que han estado trabajando en este sector durante cierto tiempo ya saben que la responsabilidad solidaria no siempre se puede hacer cumplir plenamente debido a las preocupaciones de los operadores de que se ejerza demasiada presión sobre los prestatarios.

Además, como hacen notar Karlan y Appel, uno de los principales proponentes de este requisito, el Banco Grameen, abandonó esta práctica en el 2002, cuando instituyó las reformas de Grameen II. ¿Lo hizo a raíz de los hallazgos de una PCA? No, Grameen no empleó una PCA para tomar esa decisión. Tampoco estaba enfrentando una cascada catastrófica de pérdidas a medida que un grupo detrás de otro colapsaba bajo el peso de la garantía solidaria, lo cual es algo que Karlan y Appel argumentan que es una consecuencia probable del requisito de garantía solidaria. En lugar de ello, Grameen conversó con sus clientes y sus empleados y llegó a la conclusión de que los préstamos individuales en un entorno grupal podrían funcionar y servir mejor a sus clientes.

A pesar de que este proceso de decidir cómo cambiar el producto que Grameen estaba ofreciendo a sus clientes no involucró una PCA, estaba basado en evidencias. Pero, ¿esa evidencia era una buena evidencia? ¿Grameen fue simplemente afortunado de que la reforma Grameen II funcionara? Quizás, pero es más probable que hubiera logrado generar una imagen fidedigna y exacta

de las necesidades de sus clientes y la dinámica potencial emergente de los cambios en sus productos, y solamente sobre esta base realizó los cambios. La habilidad para ser exacto no es algo que se puede dar por hecho. En primer lugar se requiere contar con los datos, que en este caso, estaban basados en años de experiencia de estar en contacto diario con los clientes. En segundo lugar, requiere que la organización esté dispuesta y pueda aprender de sus datos. Tome nota de qué manera estos dos requisitos son clave para lo que Karlan y Appel argumentan: Tener los datos y analizarlos y aprender de ellos. Lo único que es diferente es la naturaleza de los datos – la experiencia versus las diferencias en los resultados medidos para un grupo intervenido y un grupo de control.

La lección principal [de este libro] para mí fue reafirmar la importancia de participar continuamente en el proceso de desarrollo como una serie de problemas a ser resueltos utilizando evidencia concreta para determinar lo que funciona y lo que no funciona. Los autores quieren que nosotros creamos que las PCAs son la única manera de producir evidencia concreta, pero de manera muy clara su propia obra sugiere que existen otras formas de hacerlo. Además ellos quieren ampliar el uso de las PCAs. No es obvio que esto debería hacerse ampliando el trabajo de organizaciones como IPA. En lugar de eso, ellos deberían dedicarse (y creo que IPA argumentaría que a eso se dedica) a capacitar a la gente en los países en vías de desarrollo para que realicen este trabajo. Yo iría un paso más allá y especificaría que las personas que estén siendo capacitadas en estos métodos en dichos países deberían ser gerentes de nivel intermedio en las organizaciones de desarrollo, a quienes se debería inculcar las ideas de una recolección sólida de datos y la eficacia de una organización de apre-

—continúa en la página siguiente

*No es obvio que esto debería hacerse ampliando el trabajo de organizaciones como IPA. En lugar de eso, ellos deberían dedicarse (y creo que IPA argumentaría que a eso se dedica) a capacitar a la gente en los países en vías de desarrollo para que realicen este trabajo.*

— Guy Stuart,  
Universidad de  
Harvard

#### Cuadro 4: Las PCAs y otras formas de evidencia, continuación

ndizaje que no tenga temor a probar sus ideas. Además, recomendaría que los donantes individuales e institucionales busquen organizaciones que trabajen continuamente para resolver los problemas que enfrentan los pobres en los países en vías de desarrollo y que estén dispuestos a aprender de sus errores.

*Guy Stuart es un asesor independiente y académico asociado al Ash Center de la Universidad de Harvard, y actualmente reside en los Estados Unidos*

En primer lugar, los estudios académicos mostraron que las microfinanzas no resultaron de manera consistente en que los clientes salieran de la pobreza. Después la crisis de Andhra Pradesh mostró que el crecimiento demasiado rápido de las microfinanzas en un área puede causar un gran daño a los clientes. Este ha sido un año que ha dado mucho que pensar a la comunidad de las microfinanzas. Como dijo Michael Schlein de ACCION:

*Esto ha dado lugar a una introspección profunda...[y] pienso que las soluciones radican en una protección sólida para el consumidor, mayor transparencia y alguna manera uniforme de medir el desempeño social a través de toda la industria.*  
— Michael Schlein,  
ACCION

*Esto ha dado lugar a una introspección profunda en la industria que espero constituya un punto de inflexión. A pesar de que Andhra Pradesh fue la chispa, considero que estos temas podrían ir mucho más allá y profundizarse aún más durante muchos años. ¿Cuáles son las preocupaciones reales? Las interrogantes reales están centradas en los préstamos excesivos, las malas prácticas de cobranza, los precios y comisiones y el impacto. Esas son buenas preguntas que debemos tratar de responder. Si esos son los temas, entonces pienso que las soluciones radican en una protección sólida para el consumidor, mayor transparencia y alguna manera uniforme de medir el desempeño social a través de toda la industria.*

## Recuperando el alma de las microfinanzas

En una época en la que el sector de las microfinanzas está siendo atacado, han surgido varias iniciativas para encarar los retos en el campo. Estas iniciativas incluyen:

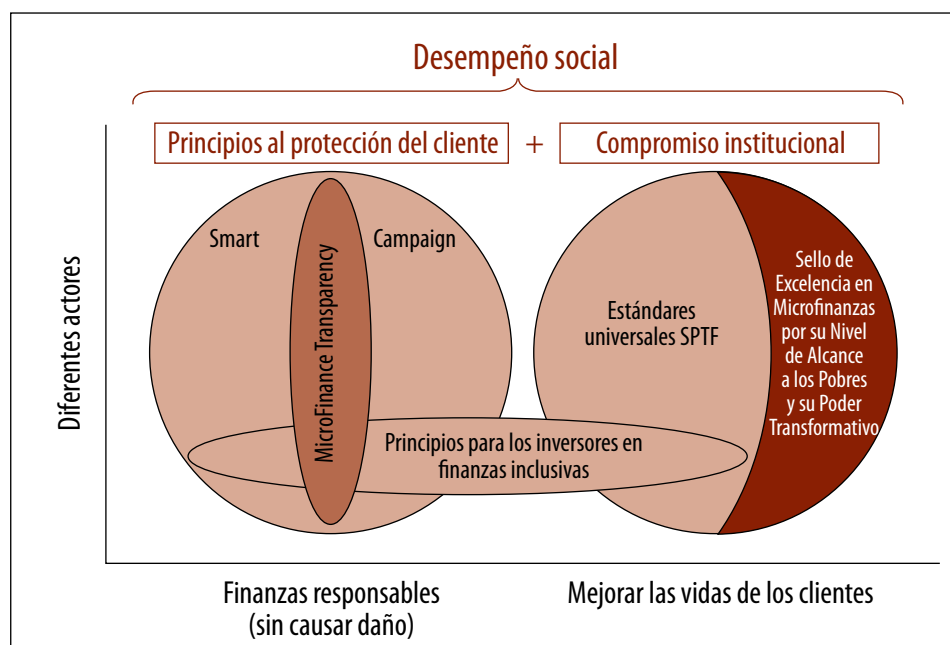
- valores de responsabilidad (por ejemplo, la Smart Campaign de protección al cliente y la MicroFinance Transparency para la fijación transparente de las tasas de interés),
- ética corporativa y
- gestión del desempeño social.

En el curso de los últimos 18 meses, la Campaña de la Cumbre de Microcrédito ha estado trabajando con los interesados y actores de éstas y otras iniciativas con la finalidad de continuar construyendo y complementando este trabajo mediante la introducción de un *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo*. Este Sello de Excelencia reconocerá

a aquellas instituciones financieras que hubieran logrado una extensión significativa a los hogares más pobres y excluidos, y que han desarrollado un abordaje estratégico claro para apoyar la transformación de estos clientes. A continuación, en la **Figura 4**, se ofrece una representación gráfica que detalla la manera en la que la familia y los actores de las iniciativas de desempeño social se complementan unos con otros.

El Sello de Excelencia se basará en el trabajo de la Smart Campaign y el Social Performance Task Force (Grupo de Trabajo para el Desempeño Social o SPTF por sus siglas en inglés), utilizando sus estándares como requisitos básicos a ser considerados para obtener el Sello de Excelencia. Ayudará a identificar y reconocer a esas instituciones que llegan a cantidades significativas de gente pobre y pueden demostrar el alejamiento de sus clientes de su situación de pobreza. Al hacer esto, el Sello de Excelencia realiza un servicio para aquel segmento de la comunidad de microfinanzas que desea enfocarse en la reducción de la pobreza y aprender de esas instituciones que tienen experiencia probada en esta área.

**Figura 4: Cómo están conectados las iniciativas y los actores de desempeño social\***



\* Adaptado de una presentación de Laura Foose ante el Retiro de Funcionarios Ejecutivos Principales de Redes Internacionales en Tarrytown, N.Y. EE.UU. del 11 al 13 de marzo de 2011.

En las siguientes secciones, examinamos siete pasos que nosotros como comunidad podemos adoptar para asegurar que no causemos daño a nuestros clientes y que el resultado de nuestro trabajo sea que ellos y sus familias tengan mejores habilidades y oportunidades para salir de la pobreza.

*El Sello de Excelencia... ayudará a identificar y reconocer a esas instituciones que llegan a cantidades significativas de gente pobre y pueden demostrar el alejamiento de sus clientes de su situación de pobreza.*

## Primer paso: no causar daño

«Al igual que el sexo, las microfinanzas pueden ser una actividad segura si se practican de manera responsable», escribe Elisabeth Rhyne, directora administrativa del Centro para la Inclusión Financiera en ACCION International. «Recientemente, sin embargo, hemos podido apreciar que no todos los participantes en la industria de las microfinanzas están practicando microfinanzas seguras. Como sucede con esa otra actividad riesgosa, los actores en la industria de las microfinanzas deben encarar tentaciones que los alejan de las relaciones saludables de largo plazo. No se necesita ir más allá de Andhra Pradesh, India donde la tentación de los prestamistas de crecer rápidamente con la finalidad de captar un mayor porcentaje del mercado, prestigio y alentó a muchos clientes a endeudarse excesivamente con las nefastas consecuencias predecibles tanto para los clientes como para los prestamistas».<sup>19</sup>

Entonces, ¿cómo podemos practicar las microfinanzas de manera segura para garantizar que no dañemos a nuestros clientes? La Smart Campaign, una iniciativa de nivel mundial para promover la protección del cliente en la industria de las microfinanzas, recientemente revisó sus principios con la finalidad de asegurarse que éstos se aplicaran a toda la gama de servicios financieros proporcionados a los clientes (ver el **Cuadro 5** a continuación). Más de 2.000 personas y organizaciones se han adscrito a estos principios, incluyendo más de 500 IMF y más de 100 donantes e inversionistas, logrando que estos sean los lineamientos comúnmente más aceptados para los proveedores de microfinanzas. El amplio apoyo a estos principios se da en parte en respuesta a algunos de los abusos que ocurrieron, pero en última instancia debido a que «proteger a los clientes no solamente es lo correcto, sino también lo más inteligente que podemos hacer».<sup>20</sup>

*El amplio apoyo a estos principios se da en parte en respuesta a algunos de los abusos que ocurrieron, pero en última instancia debido a que «proteger a los clientes no solamente es lo correcto, sino también lo más inteligente que podemos hacer».*  
— Página en línea de la Smart Campaign

### Cuadro 5: Principios de protección al cliente de la Smart Campaign (revisado en julio del 2011)

#### ■ Diseño y entrega apropiados del producto

Los proveedores deberán ejercer el cuidado adecuado al diseñar los productos y canales de entrega de manera que éstos no causen daño a los clientes. Los productos y canales de entrega serán diseñados tomando en cuenta las características del cliente.

#### ■ Prevención del sobreendeudamiento

Los proveedores deberán ejercitar el cuidado apropiado en todas las fases de su proceso de crédito para

determinar si los clientes tienen la capacidad de cubrir sus obligaciones sin endeudarse excesivamente. Adicionalmente, los proveedores deberán implementar y monitorear los sistemas internos que apoyan la prevención del sobreendeudamiento y fomentar los esfuerzos para mejorar el manejo del riesgo crediticio a nivel del mercado (como compartir la información de carácter crediticio).

—continúa en la página siguiente

<sup>19</sup>E. Rhyne, «Three Secrets of Safe Microfinance», *Huff Post World*, 20/1/11, [http://www.huffingtonpost.com/elisabeth-rhyne/three-secrets-of-safe-mic\\_b\\_811586.html](http://www.huffingtonpost.com/elisabeth-rhyne/three-secrets-of-safe-mic_b_811586.html).

<sup>20</sup>Ver [smartcampaign.org](http://smartcampaign.org), «About the campaign», «Campaign Mission & Goals», <http://smartcampaign.org/about-the-campaign/campaign-mission-a-goals>

## Cuadro 5: Principios de protección al cliente de la Smart Campaign, continuación

### ■ **Transparencia**

Los proveedores deberán comunicar una información clara, suficiente y oportuna de una forma y con un lenguaje que los clientes puedan comprender, de modo que los clientes puedan tomar decisiones informadas. Se resalta la necesidad de suministrar una información transparente sobre la fijación de precios, los términos y condiciones de los productos.

### ■ **Determinación de precios responsable**

La determinación de precios, términos y condiciones se debe realizar de una manera que sea accesible para los clientes, mientras se permite que las instituciones financieras sean sostenibles. Los proveedores se esforzarán para proporcionar retornos reales y positivos sobre los depósitos.

### ■ **Trato justo y respetuoso de los clientes**

Los proveedores de servicios financieros y sus agentes deberán tratar a sus clientes de una manera justa y respetuosa. No deberán discriminar. Los proveedores deberán asegurarse de implementar salvaguardas adecuadas para detectar y corregir la corrupción, así como el trato agresivo o abusivo

por parte del personal y los agentes, particularmente durante los procesos de colocación de préstamos y cobranza de la deuda.

### ■ **Privacidad de los datos del cliente**

La privacidad de los datos de los clientes individuales deberá ser respetada de acuerdo con las leyes y regulaciones de las jurisdicciones individuales. Esos datos solamente serán utilizados para los fines especificados en el momento que la información sea recolectada o de acuerdo con lo permitido bajo la ley, de no haber acordado otra cosa con el cliente.

### ■ **Mecanismo para la resolución de quejas**

Los proveedores deberán contar con mecanismos oportunos y que respondan a las necesidades para resolver las quejas y problemas de sus clientes y deberán utilizar estos mecanismos tanto para resolver problemas individuales como para mejorar sus productos y servicios.

*Fuente: <http://smartcampaign.org/sobre-la-campana/mision-y-objetivos-de-la-campana>*

En un trabajo<sup>21</sup> encargado para la Cumbre Mundial del Microcrédito de noviembre del 2011, Rhyne describe el proceso que la Smart Campaign y sus socios deben aplicar para verificar que las IMF individuales estén operando observando los principios de protección al cliente. La Smart Campaign no solamente ha desarrollado herramientas para auto-reportar información sino también mecanismos para las evaluaciones externas y calificaciones externas por parte de agencias calificadoras independientes. Los donantes e inversionistas comenzarán próximamente a requerir evaluaciones externas basadas en estos principios como parte de su proceso de investigación y evaluación de la situación general de la entidad (*due diligence*).

<sup>21</sup>E. Rhyne, «¿Cuáles son los estándares más bajos y más altos en la protección al cliente?» en documento no publicado encargado para la Cumbre Mundial del Microcrédito del 2011, en Valladolid, España 14 al 17 de noviembre.

Los principios de la Smart Campaign proporcionan un estándar mínimo para aquellos operadores de microfinanzas que desean proporcionar servicios financieros a clientes de bajos ingresos de una manera ética, asegurando que sus clientes no sean afectados de forma negativa.

## Segundo paso: conocer a su cliente

Los principios de la Smart Campaign proporcionan un estándar mínimo para aquellos operadores de microfinanzas que desean proporcionar servicios financieros a clientes de bajos ingresos de una manera ética, asegurando que sus clientes no sean afectados de forma negativa. Sin embargo, con la finalidad de asegurar que sus servicios cubran las necesidades y deseos de sus clientes, las IMF deberán invertir para llegar a conocer a sus clientes. En una presentación reciente ante el Senado francés, Michael Schlein, presidente y funcionario ejecutivo principal de ACCION International, hizo notar que los «que venden productos [y servicios de microfinanzas] tienen una obligación especial de conocer a sus clientes y diseñar y ofrecer productos que se adecuen a sus necesidades. Esto es aún más importante cuando sus clientes se encuentran en la base de la pirámide».<sup>22</sup>

Ahora más que nunca, el sector de las microfinanzas tiene a su disposición las herramientas y los resultados de las investigaciones para conocer las necesidades y deseos de sus clientes. Esto les permite comprender de una manera mucho más detallada el impacto que el acceso a diferentes clases de servicios financieros puede tener sobre diferentes personas. Regularmente describimos las vidas de los clientes como una línea continua de ingresos, con un enfoque particular en aquellas personas que están rondando el umbral de US\$ 1,25 o US\$ 2 por día, pero los clientes no hablan sobre la línea de pobreza de US\$ 1,25 ni se fijan como meta «salir de la pobreza». Ellos hablan sobre las condiciones de su vivienda, sus esperanzas para la cosecha de este año o como lograrán solventar los uniformes escolares de sus hijos. Las IMF que desarrollan sistemas para escuchar a sus clientes y aprender de ellos están en condiciones de generar productos y sistemas de apoyo que pueden ayudar tanto a cubrir las necesidades inmediatas de sus clientes como a elaborar sus planes futuros. Al hacer esto, construyen una base de clientes leales que les ayuda a atraer nuevos clientes.

Está claro que la gente pobre, al igual que otros segmentos del mercado, desea una gama completa de servicios financieros para cubrir sus necesidades. La publicación titulada *Portfolios of the Poor* (*Portafolios de los pobres*) por Daryl Collins, Jonathan Morduch, Stuart Rutherford y Orlanda Ruthven, deja claramente establecido que los pobres del mundo tienen tres metas financieras amplias: 1) transformar los flujos de dinero irregulares para el hogar en flujos ininterrumpidos y más predecibles; 2) encarar mejor las emergencias, particularmente con respecto a la salud y los desastres naturales y 3) recaudar sumas de dinero globales para pagar las pensiones escolares o realizar inversiones en algún emprendimiento. La manera en la que se cumplen estas metas podría variar: las IMF deben comprender las necesidades y aspiraciones de sus clientes para poder convertir esas metas financieras amplias en productos útiles.<sup>23</sup>

Carmen Velasco, una de las cofundadoras de Pro Mujer, nos describió cuán importante ha sido escuchar a sus clientes para desarrollar productos y servicios apropiados. Ella dice:

<sup>22</sup>Comentarios de Michael Schlein en el Senado francés, Palacio de Luxemburgo, París, 8/7/11.

<sup>23</sup>D. Collins y col., *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day* (Princeton, USA: Princeton University Press, 2009).

*Una de las cosas que hemos hecho, desde los primeros años que comenzamos a trabajar, es tratar de escuchar atentamente las necesidades de nuestras clientes. Es por eso que hemos estado luchando todos estos años, día a día, para no dejar caer el desempeño social de Pro Mujer. No frenar la capacitación, no descuidar el empoderamiento de las mujeres como el primer y principal objetivo de nuestro programa. Ofrecimos servicios de microfinanzas como una forma de empoderar a nuestras clientes. Incluimos capacitación en el área de la salud. Incluimos guarderías para la atención de sus hijos cuando ellas acudían a Pro Mujer. Incluimos también la provisión de atención primaria—todo ello con la finalidad de garantizar que estemos poniendo en práctica nuestra misión, para asegurar que nos encontremos muy cerca de las necesidades de las clientes y no de lo que pensábamos, de una manera muy académica, que era la mejor manera de administrar la institución. Nos presionaron y estuvimos tentados a dejar el componente de salud y los componentes de capacitación para encaminar todos nuestros esfuerzos hacia el componente del microcrédito. Fuimos muy persistentes. ¿Por qué nos mantuvimos firmes en nuestro abordaje integral? Lo hicimos porque estábamos seguras de ello. Podíamos ver, basándonos en las respuestas de las clientes, que ellas apreciaban a la institución porque se daban cuenta de que recibían respuestas reales a sus necesidades reales.*

*... desde los primeros años... [tratamos] de escuchar atentamente las necesidades de nuestras clientes. Es por eso que hemos estado luchando todos estos años, día a día, para no dejar caer el desempeño social de Pro Mujer.*

*— Carmen Velasco,  
Pro Mujer*

Otras instituciones de microfinanzas han sido tan persistentes como Pro Mujer, dejando que las necesidades de sus clientes le dieran forma a sus servicios:

- En Haití, Fonkoze emplea monitores de impacto social que trabajan en las sucursales entrevistando a los clientes y llevando a cabo grupos focales y encuestas de salida todo el tiempo. Al hacer esto se dieron cuenta que sus clientes desean lograr la paz mental. Anne Hastings, directora de Fonkoze, explicaba: «Ellos no quieren estar siempre preocupados por la llegada de otro huracán y nosotros realmente hemos trabajado muy arduamente este año [para ofrecer] un micro-seguro para catástrofes, y ya lo implementamos. Hubo una lluvia torrencial y el seguro ya los está indemnizando».
- En Uganda, BRAC ha desarrollado un producto de ahorros para mujeres jóvenes que está vinculado con una capacitación sobre subsistencia que ofrece en su centro juvenil. A través de este programa esperan abordar el tema del abuso sexual y el embarazo en la adolescencia. Fonkoze en Haití está adaptando y realizando la prueba piloto de este mismo programa.
- En Filipinas, la Fundación Negroes Women for Tomorrow ha desarrollado una herramienta para ayudar a sus clientes mujeres a identificar sus metas de negocios y medir el avance logrado en contraposición con las mismas, ayudando a las clientes a trazar sus propias rutas para salir de la pobreza.

Comprender a los clientes también significa conocer sus oportunidades de negocios, sus flujos de caja y los tipos de servicios financieros que probablemente requerirán. Una investigación comprehensiva del mercado realizada por Oliver

*... las microfinanzas, cuando se combinan con servicios y productos para fomentar los medios de subsistencia agrícolas y rurales, pueden ayudar a los pobres del área rural, asegurándoles que la agricultura se mantenga como su fuente principal de seguridad alimentaria y de ingresos para sus familias.*

Wyman,<sup>24</sup> la empresa asesora en administración a nivel mundial, compara la oferta de microfinanzas con la demanda potencial basada en una segmentación de los pobres del mundo de acuerdo con sus medios de subsistencia primordiales. El estudio estima que de los 1,6 billones de personas pobres en edad laboral (aquellos que viven con menos de US\$ 2 por día), solo aproximadamente 180 millones de personas tienen una microempresa como medio de subsistencia principal. Un grupo mucho más grande de adultos pobres (610 millones) depende de la agricultura como medio de subsistencia primario; otros 80 millones son pastores o pescadores. Los desempleados y trabajadores eventuales suman alrededor de 465 millones y los 300 millones restantes son empleados asalariados con ingresos bajos.

Con respecto a los 610 millones de agricultores, los préstamos estándar del sector microfinanciero no están típicamente diseñados con ellos en mente, pero las microfinanzas tienen una oportunidad de desempeñar un papel mucho más significativo para cubrir las necesidades de este grupo. En un trabajo a ser presentado en la Cumbre Mundial del Microcrédito de 2011,<sup>25</sup> Sir Fazle Abed, fundador de BRAC y presidente de la junta directiva, y sus coautores se enfocan en la manera en la que las microfinanzas, cuando se combinan con servicios y productos para fomentar los medios de subsistencia agrícolas y rurales, pueden ayudar a los pobres del área rural, asegurándoles que la agricultura se mantenga como su fuente principal de seguridad alimentaria y de ingresos para sus familias.

«Las microfinanzas y los servicios agrícolas constituyen una combinación potencialmente potente en la lucha para aliviar la pobreza en el área rural y garantizar la seguridad alimentaria», escribe Abed y sus colaboradores, «Los mecanismos de financiamiento de las IMF con una orientación hacia el mercado pueden constituir una fuente de financiamiento superior y más sostenible, en relación con la asistencia oficial para el desarrollo bajo la forma de donativos y préstamos así como las obras de caridad. Existen muchas sinergias potenciales entre las IMF y el sector agrícola. Las IMF pueden contribuir al desarrollo agrícola de tres maneras: 1) [proporcionando] servicios financieros, 2) [ofreciendo] educación y capacitación y 3) [fungiendo como] un conducto a través del cual otros actores de la cadena de valor agrícola pueden distribuir sus productos de manera más efectiva». El documento continúa detallando las diversas maneras en las que las IMF están adaptando sus productos para apoyar las finanzas en el sector agrícola, incluyendo las amortizaciones estacionales, un seguro para los cultivos, el financiamiento de la cadena de valor y vínculos con otros proveedores de servicios, incluyendo los servicios de extensión agrícola.

## Tercer paso: alentar los ahorros

Conocer a sus clientes significa saber que ellos necesitan tener lugares buenos y seguros para ahorrar tanto como o más que tener acceso al crédito. Las IMF que cuentan con una aprobación regulatoria para aceptar ahorros y ofrecen servicios de ahorro apropiados a menudo tienen más ahorradores que prestatarios. El Opportunity International Bank de Malawi tiene 45.000 prestatarios y 250.000

<sup>24</sup>Oliver Wyman, «Microfinance Supply Study», análisis interno, Fundación Bill y Melinda Gates, 2008.

<sup>25</sup>S. Davis y col., «Using Microfinance Plus Agricultural Services to Improve Rural Livelihoods and Food Security», en *New Pathways out of Poverty*, ed. S. Daley-Harris y A. Awimbo (Sterling, VA, USA: Kumarian Press, próxima publicación en el 2011).

ahorristas. El Equity Bank de Kenia tiene 715.000 prestatarios y 4 millones de depositantes. En el 2001, el Banco Grameen abrió establecimientos de ahorro para los no prestatarios. A julio de 2011, tenía más de US\$ 1,4 billones en depósitos, que equivale al 145 por ciento de su cartera de préstamos pendientes de pago ascendiente a US\$ 965 millones.

Sin embargo, en algunas partes del mundo todavía es demasiado caro ampliar los servicios de ahorro regulados a las personas que viven en áreas remotas. Es en estas áreas que las microfinanzas «basadas en los ahorros» se han arraigado, empleando grupos de ahorro informales como un medio para proporcionar los servicios financieros necesarios en aquellos lugares donde no hay bancos o IMF. El movimiento de las microfinanzas basadas en el ahorro argumenta que «la industria de las microfinanzas basada en el crédito no está equipada para llegar a los cientos de millones de personas con la menor cantidad de recursos financieros»<sup>26</sup> e insiste que los grupos de ahorro (GA) constituyen un mejor mecanismo para proporcionar acceso a los servicios financieros que necesitan. La gran ventaja que los grupos de ahorro tienen sobre la mayoría de las IMF es que estos grupos ofrecen el ahorro como un servicio de «ingreso», y no préstamos, lo que algunos consideran que es demasiado riesgoso para los pobres y los muy pobres, especialmente si no tienen microempresas para invertir.

Los grupos de ahorro también ofrecen préstamos a sus miembros aunque de una manera muy diferente a las IMF. Los grupos reúnen sus ahorros para conformar un fondo de préstamos, en el que todos los ingresos por concepto de intereses son devengados por los mismos miembros del grupo en lugar de una institución externa. Como tal, a menudo estos son los únicos mecanismos de prestación de servicios financieros costo-efectivos en zonas escasamente pobladas con una infraestructura débil, como es el caso en muchos países del África.

Una cantidad de organizaciones sin fines de lucro, incluyendo CARE, Catholic Relief Services, Oxfam America, Plan International, Aga Khan Foundation y World Vision han estado promocionando esta clase de microfinanzas. Basadas en los modelos tradicionales de ahorro rotativo y en los grupos de crédito, los grupos de ahorro «modernos» reciben capacitación que les ayuda a ser más transparentes, más democráticos, más seguros y mejor administrados. El desempeño de los grupos de ahorro se mide empleando las mismas relaciones que las IMF, incluyendo la administración de la cartera y los activos, la calidad de la cartera, la rentabilidad (sustentabilidad) y la eficiencia (costo por cada miembro asistido), y su desempeño es reportado y públicamente accesible en SAVIX, Savings Group Information Exchange (Oficina de Información de los Grupos de Ahorro).<sup>27</sup>

Mientras las agencias que promueven los GA dependen de los fondos de los donantes para formar, capacitar y monitorear los GA, los grupos obtienen retornos positivos por sí mismos. Por ejemplo, las asociaciones de ahorro y préstamo comunales de CARE reportan un retorno promedio sobre los activos del 47 por ciento y un promedio de costo por miembro asistido de US\$ 26,20.<sup>28</sup>

*[Los grupos de ahorro]... a menudo... son los únicos mecanismos de prestación de servicios financieros costo-efectivos en zonas escasamente pobladas con una infraestructura débil, como es el caso en muchos países de África.*

<sup>26</sup>CARE, 2011, *Microfinance in Africa: State-of-the-Sector Report—Closing the Gap*, <http://www.care.org/getinvolved/advocacy/access-africa/>.

<sup>27</sup><http://www.savingsgroups.com/>.

<sup>28</sup>CARE, 2011, *Microfinance in Africa*.

*... los ahorros juegan un papel clave al ayudar a las personas con ingresos bajos e irregulares a mantener el excedente que obtengan, de manera que los fondos se encuentren disponibles cuando los necesiten.*

Los GAA en la India son diferentes en el sentido de que están típicamente vinculados con instituciones financieras formales y, a diferencia de la mayoría de los GA, generalmente no distribuyen periódicamente el fondo del grupo entre sus miembros. El National Bank for Agriculture and Rural Development (el Banco Nacional para el Desarrollo Agrícola y Rural o NABARD por sus siglas en inglés) de la India ha estado promoviendo los GAA desde la década de 1990, permitiendo que los pobres y los más pobres ahorren y se presten entre ellos. Estos GAA promovidos por NABARD han alcanzado a 68 millones de clientes que representan el 33 por ciento de todos los clientes reportados a la Campaña de la Cumbre del Microcrédito el año pasado (datos al 31 de diciembre de 2009).<sup>29</sup>

Malcolm Harper, presidente de la junta directiva de M-CRIL, propone un reacondicionamiento del modelo de los GAA dadas las dificultades que deben enfrentar las IMF que operan en la India. Él recomienda que la membrecía de los GAA se convierta en una vía para la inclusión financiera, con bancos que proporcionen cuentas de ahorro individuales para todos los miembros de los GAA. Posteriormente los GAA pueden convertirse en un sistema de acumulación y distribución costo-efectivo para una amplia gama de productos financieros, incluyendo pensiones, transferencias y préstamos.<sup>30</sup>

Ya sea a través de los bancos regulados, grupos de ahorro informales o alguna adaptación que vincule a ambos, los ahorros juegan un papel clave al ayudar a las personas con ingresos bajos e irregulares a mantener el excedente que obtengan, de manera que los fondos se encuentren disponibles cuando los necesiten.

## Cuarto paso: promover la educación financiera

A pesar de lo importante que son los buenos principios y estrategias de protección del cliente para mejorar la prestación de servicios de microfinanzas, éstos no son suficientes para facultar a los clientes para tomar las decisiones correctas cuando se trata de administrar su dinero o decidir cómo utilizar un producto de ahorros o préstamos. Tampoco asegurarán la lealtad del cliente. La educación financiera tiene como meta ayudar a los clientes a aprender a tomar decisiones financieras responsables y apropiadas y a evaluar el valor y sustentabilidad de los productos ofrecidos por los proveedores de servicios financieros. Este es el siguiente paso para lograr servicios enfocados en el cliente.

<sup>29</sup>NABARD ha desempeñado un papel central durante más de una década al ser pionero del movimiento de los grupos de autoayuda en la India, a través del cual las mujeres pobres y las más pobres se organizan en grupos de ahorro. Los miembros del GAA ahorran y se prestan dinero entre ellos y también administran los asuntos de sus grupos. Los GAA están vinculados al sistema bancario formal que tiene una amplia red de sucursales en todo el país para reforzar sus recursos.

Año	1997	1999	2001	2003	2005	2007	2010
Total de clientes	146.166	560.915	3.992.331	10.760.400	24.277.140	40.949.622	67.914.000
Clientes más pobres	58.613	224.927	1.600.925	8.608.300	19.421.070	32.759.697	54.330.000

Algunos socios de NABARD (bancos y ONG) también son miembros de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito y presentan Planes de Acción Institucionales. Con la finalidad de evitar la contabilización por doble partida, una porción de las cifras reportadas por estas agencias han sido deducida de las cifras de NABARD. Después de estos cálculos, NABARD contabilizó 65.876.580 para el total de clientes, 52.701.264 quienes estaban entre los más pobres cuando comenzó el programa. Estos cálculos actualizados—realizados por primera vez en el 2002, actualizados en el 2006 y nuevamente en el 2011—están basados en datos recolectados de instituciones de la India que se yuxtaponen a NABARD. Se consultó a estas instituciones con respecto al porcentaje de GAA vinculados con el banco (es decir, incluidos en las cifras de NABARD). Sobre la base de esta investigación, se consideró una reducción del 3,15% en las cifras de NABARD cuando se calculó el total de clientes, total de mujeres, total de clientes más pobres y total de mujeres más pobres.

<sup>30</sup>M. Harper, «The Microfinance Meltdown: Crisis or Opportunity for Savings Groups», *Savings-Revolution.org*, 27/7/11, <http://savings-revolution.org/blog/2011/7/27/the-microfinance-meltdown-crisis-or-opportunity-for-savings.html>.

Un líder en esta área es el Global Financial Education Program (Programa de Educación Financiera Global o GFEP por sus siglas en inglés) financiado por Citi Foundation y liderado por Microfinance Opportunities y Freedom from Hunger.<sup>31</sup> GFEP ha desarrollado un currículo de educación financiera para abordar estos temas de mayor importancia para los clientes de microfinanzas, incluyendo la elaboración de presupuestos, la administración de la deuda, los ahorros, la educación sobre los servicios bancarios, la administración de remesas, el acceso a servicios apropiados para los jóvenes, la gestión de riesgos, seguros y protección del consumidor. Hoy en día, este currículo es utilizado en más de 60 países y ha sido adaptado a una amplia gama de canales de entrega.

«La creatividad empleada para transmitir los mensajes clave a segmentos diversos del mercado sigue asombrándome», dijo Monique Cohen, presidente de Microfinance Opportunities. «La medición de la efectividad de la educación financiera todavía constituye un reto, el campo es joven y los programas buenos son escasos. Sin embargo, estamos comenzando a aprender qué funciona; los resultados emergentes son positivos». Cohen también mencionó que «cuando la entrega de mensajes clave es relevante y frecuente y se combina con la oportunidad de practicar nuevos comportamientos, da como resultado mayores niveles de ahorro y tasas más altas de amortización de los préstamos».

La educación financiera también puede pavimentar el camino hacia los mecanismos de autoayuda del consumidor y las asociaciones de consumidores de microfinanzas. Esto se torna más importante a medida que muchos programas de microfinanzas se enfocan en el préstamo individual, el cual no construye la clase de capital social inherente al sistema de préstamo grupal.

La educación financiera brinda a los clientes la habilidad para tomar decisiones sabias con respecto a las herramientas financieras que son más apropiadas para ellos. Ayuda a encarar el desequilibrio entre los conocimientos de los clientes y los proveedores de servicios financieros, permitiendo que los clientes puedan comprender lo que deberían esperar de la institución financiera y lo que deberían hacer en caso de no obtenerlo.

## Quinto paso: monitorear y recompensar el desempeño social

A pesar de que ha habido cierta preocupación porque las microfinanzas, que comenzaron como un movimiento social, se han fijado demasiado en los retornos financieros y el crecimiento, la solución podría ser que las instituciones se volvieran a alinear a favor de los retornos sociales sobre la inversión. El movimiento de desempeño social continua adquiriendo impulso y comienza a partir de una serie de principios delineados por el Social Performance Task Force<sup>32</sup> (SPTF) que «definen el desempeño social como la traducción efectiva de las metas sociales de una institución a la práctica» y «reconociendo que el desempeño financiero es insuficiente para lograr [la] meta de prestar servicios

*Cuando la entrega de mensajes clave es relevante y frecuente y se combina con la oportunidad de practicar nuevos comportamientos, da como resultado mayores niveles de ahorro y tasas más altas de amortización de los préstamos.*  
— Monique Cohen, Microfinance Opportunities

<sup>31</sup><http://www.globalfinancialed.org/>.

<sup>32</sup>El Social Performance Task Force reúne a las IMF, redes internacionales y nacionales, donantes, inversionistas y agencias de calificación con el objeto de contribuir a definir el desempeño social y desarrollar métodos para administrar y medir dicho desempeño social.

y mejorar las vidas de una cantidad cada vez mayor de pobres y de personas excluidas de una manera sostenible».<sup>33</sup>

El movimiento de desempeño social intenta corregir la desviación de la misión por parte de las instituciones de microfinanzas y concientizar nuevamente a los funcionarios ejecutivos principales, las juntas directivas y los inversionistas en que si ellos adoptan como meta los resultados sociales, deberían estar tan comprometidos con la consecución de dicha meta como con el logro de sus resultados financieros. Carmen Velasco, cofundadora y directora de Pro Mujer habló sobre este tema en la sesión inaugural de la reunión de SPTF celebrada el 2010 en Berna, Suiza, haciendo notar que, «Nosotros decimos que estamos comprometidos con la equidad, la transparencia y la responsabilidad en cuanto a la rendición de cuentas. Pero—a pesar de que pienso que la intención puede genuinamente estar ahí—debemos cerrar la brecha entre nuestra retórica y la práctica».<sup>34</sup>

*El desempeño social... requiere que los operadores de microfinanzas no solamente estén comprometidos con un cambio positivo para sus clientes sino con el desarrollo de resultados claramente definidos para el cliente y la medición del avance logrado por los clientes hacia la consecución de esos resultados.*

El desempeño social va más allá de las medidas de protección del cliente y aún de las microfinanzas enfocadas en el cliente. Requiere que los operadores de microfinanzas no solamente estén comprometidos con un cambio positivo para sus clientes sino con el desarrollo de resultados claramente definidos para el cliente y la medición del avance logrado por los clientes hacia la consecución de esos resultados. Es una meta ambiciosa que trata de alcanzar un nivel más alto de transparencia y el enfoque en el cliente de los agentes de microfinanzas. Sin embargo, también enfrenta retos en su implementación. Los miembros de la SPTF todavía no han llegado a un acuerdo con respecto a un conjunto de indicadores universales de desempeño social sobre los cuales deberán informar. Durante su reunión anual en Den Bosch, Países Bajos, celebrada en junio del 2011, algunos argumentaron que los estándares universales deberían establecer una vara de medición más baja, mientras que otros preferirían verlos como una aspiración.

La SPTF ha trabajado con la Oficina de Información sobre Microfinanzas (Microfinance Information Exchange o MIX por sus siglas en inglés) para desarrollar un conjunto de indicadores para que las IMF incluyan en sus informes financieros regulares para MIX. Los 11 indicadores cubren temas como la retención de clientes, el alcance de la pobreza, la transparencia y la gobernabilidad. En la actualidad, aproximadamente 400 de las 2.000 IMF que envían informes a MIX informaron con respecto a estos indicadores sociales.

Otro reto, que deben encarar las IMF que desean trabajar para lograr un desempeño social y utilizar el objetivo doble para medir el desempeño, es asegurar que sus juntas directivas comprendan y utilicen los indicadores de desempeño social como parte del proceso de toma de decisiones. Si los miembros de la junta directiva pusieran más atención a los inversionistas que a los clientes, prevalecería la meta de los resultados financieros a costa de las ambiciones sociales de la institución.

El movimiento de desempeño social es importante para permitir que las IMF respondan a las necesidades de los clientes así como a las demandas de

<sup>33</sup>Ver el documento titulado *Declaration of Principles* del Social Performance Task Force, <http://sptf.info/sp-task-force/declaration-of-principles>.

<sup>34</sup>C. Velasco, «Palabras de bienvenida», Reunión Anual de SPTF, Berna, Suiza, 30/6/10–1/7/10, <http://sptf.info/images/welcomeaddresscarmenvelasco2010.pdf>.

los inversionistas. Si, como precisa Velasco, la industria de las microfinanzas equiparara la retórica con la acción comprometiéndose a rendir informes rigurosos sobre un conjunto de indicadores sociales, las instituciones individuales tendrán un incentivo claro para maximizar los resultados sociales de una manera financieramente sostenible. Actualmente, sin embargo, la meta de los resultados financieros todavía sigue ocupando un lugar prioritario para muchas instituciones, pero esperamos que este equilibrio cambie. Y cuando lo haga, trabajar con miras a mejorar el desempeño social permitirá que las instituciones de microfinanzas den un mayor a sus clientes, y faciliten un mayor acceso a los productos y servicios que ofrecen dichas entidades u otros actores (sectores gubernamentales, sin fines de lucro y con fines de lucro) con una visión de erradicar la pobreza.

## Sexto paso: potencial transformativo

Para algunas IMF, utilizar indicadores de desempeño social les ha ayudado a ver otros retos que sus clientes enfrentan que podrían mantenerlos atrapados en las garras de la pobreza. Durante una entrevista anterior en este informe, Rupert Scofield, funcionario ejecutivo principal de FINCA, dijo: «Todavía persiste la interrogante respecto a si se puede lograr un impacto real solamente con las microfinanzas o si también se requiere de todas esas otras intervenciones... como la educación y la atención sanitaria». Él no está solo. Muchas IMF han hecho esto durante décadas, ofreciendo mayor valor a sus clientes que va más allá del acceso a los servicios financieros.

Se han logrado grandes avances en términos del apalancamiento de los servicios financieros con un acceso mejorado de los clientes pobres a servicios de salud y financiamiento para la salud. Según Sheila Leatherman, profesora de investigación en la Universidad de Carolina del Norte, y Christopher Dunford, presidente de Freedom from Hunger, «a través de la colaboración con los proveedores de servicios de microfinanzas se podría aprovechar los canales existentes, en su mayoría los canales de distribución de autofinanciamiento para llegar a millones de hogares carentes de servicios o con servicios deficientes. Los sistemas de prestación de servicios de microfinanzas ofrecen oportunidades únicas para la distribución de educación para la salud y servicios, así como para la provisión de opciones de financiamiento para seguros médicos a millones de pobres que son difíciles de alcanzar a nivel mundial».<sup>35</sup> La propia experiencia de la Campaña con la capacitación de IMF en India para integrar la educación para la salud y el acceso a los servicios de salud revela que, mientras que las IMF inicialmente se muestran escépticas, una vez que realizan la prueba piloto de los servicios integrados, rápidamente los amplían a un mayor número de sucursales, a medida que se dan cuenta de los beneficios para sus clientes así como para las mismas instituciones.

La adición de servicios y productos no financieros puede aumentar el valor para los clientes, pero también puede ser ventajoso para el proveedor de servicios, especialmente cuando el servicio incluido aumenta la capacidad del cliente para

*Los sistemas de prestación de servicios de microfinanzas ofrecen oportunidades únicas para la distribución de educación para la salud y servicios, así como para la provisión de opciones de financiamiento para seguros médicos a millones de pobres que son difíciles de alcanzar a nivel mundial.*  
— Christopher Dunford, Freedom from Hunger

<sup>35</sup>S. Leatherman y C. Dunford, «Why Integrating Microfinance, Health Education, and Other Forms of Health Protection Is Good for Your Clients and Good for Your MFI, and How Can You Incorporate It», trabajo no publicado encargado para la Cumbre Mundial del Microcrédito 2011, Valladolid, España, 14/14–17/11.

*[Las microfinanzas podrían tener un impacto mucho mayor en las vidas de los clientes] apalancando su infraestructura humana y física, sus conocimientos sobre el mercado y las relaciones de los clientes para crear valor para los clientes.*  
— Alex Counts,  
Fundación Grameen

pagar sus obligaciones, representa una nueva oportunidad de generar utilidades para la institución (por ejemplo, préstamos para la salud) o genera una mayor lealtad de parte de los clientes. Pero, no todas las IMF tienen la capacidad para ofrecer servicios no financieros que podrían ser beneficiosos para los clientes, ya sea debido a que no cuentan con la experiencia y las habilidades requeridas al interior de la institución o porque no pueden proporcionar servicios de este tipo y cubrir sus costos. En ese caso, aún los proveedores de microfinanzas con una misión social podrían lograr mejores resultados concentrándose en la prestación sostenible de servicios financieros enfocados en el cliente, a tiempo de dejar los otros servicios a proveedores que gozan de una ventaja comparativa y experiencia para proporcionar los mismos. Además, no solo se trata de apilar *cualquier* tipo de servicios no financieros sobre los servicios financieros establecidos, sino de identificar aquellos servicios que los clientes realmente necesitan y encontrar la forma de prestarlos con eficacia.

De manera similar, Alex Counts, presidente de la Fundación Grameen, sugiere que las microfinanzas podrían tener un impacto mucho mayor en las vidas de los clientes «apalancando su infraestructura humana y física, sus conocimientos sobre el mercado y las relaciones de los clientes para crear valor para los clientes». Las IMF pueden proporcionar acceso a productos y servicios que mejoran el bienestar de los clientes, como mejores cocinas o conocimientos sobre mejores técnicas agrícolas y mecanismos de financiamiento para que sean asequibles. Lo contrario también es posible, al incluir las microfinanzas a una estructura de prestación de servicios establecida a manera de crear un puente para unir «el tramo final» del reto de mercadeo para llegar a los clientes «más pobres» en áreas rurales remotas con los servicios que tanto necesitan.<sup>36</sup>

*[Mohammad Yunus] define una empresa social como «una sociedad con un objetivo social que no arroja pérdidas ni dividendos». Los inversionistas pueden recuperar su inversión inicial, pero después de eso las utilidades solamente pueden ser reinvertidas en la sociedad.*

Otro abordaje para combinar el acceso a los servicios financieros con otros productos y servicios, previamente no asequibles o no disponibles para ellos, pero desesperadamente necesarios para mejorar su bienestar, es el modelo de negocios desarrollado por Muhammad Yunus, laureado con el Premio Nobel y fundador del Banco Grameen. En un escrito para la plenaria de la Cumbre Mundial del Microcrédito del 2011 en España, él define una empresa social como «una sociedad con un objetivo social que no arroja pérdidas ni dividendos».<sup>37</sup> Los inversionistas pueden recuperar su inversión inicial, pero después de eso las utilidades solamente pueden ser reinvertidas en la sociedad. Yunus propone que las instituciones de microfinanzas operen como empresas sociales e insta a los ejecutivos de microfinanzas a nivel mundial a involucrarse en sociedades con miras a establecer empresas sociales y enfrentar los temas relativos a la pobreza (relacionados con la atención sanitaria, la nutrición, la provisión de agua potable, energía y así sucesivamente) de una manera sostenible, como lo ha hecho el Banco Grameen a través de sus asociaciones con empresas grandes de nivel mundial, como Danone, Adidas, Yukiguni Maitake y muchas otras.

Todos estos son ejemplos de algunas de las ideas líderes acerca de la innovación en el aporte de las microfinanzas para la reducción de la pobreza. A medida que las microfinanzas continúan madurando y superando sus retos, podrán mejorar

<sup>36</sup>A. Counts, «Toward Reinventing Microfinance through Solving the “Last Mile Problem”: Bringing Clean Energy Solutions and Actionable Information to the Poor», en *New Pathways out of Poverty*, ed. S. Daley-Harris y A. Awimbo (Sterling, VA EE.UU.: Kumarian Press, a ser publicado próximamente en el 2011).

<sup>37</sup>M. Yunus, «Social Business and Microfinance: Building Partnerships with Corporations and Other Entities to Speed the End of Poverty», en *New Pathways out of Poverty*, ed. S. Daley-Harris y A. Awimbo (Sterling, VA, EE.UU.: Kumarian Press, a ser publicado próximamente en el 2011).

sus servicios financieros y apalancar su infraestructura para también facilitar el acceso a otros servicios.

Pero, ¿qué se puede hacer por las personas que carecen de una fuente de ingresos, que podrían también enfrentar retos físicos o emocionales que limiten su habilidad para desarrollar actividades productivas? ¿Pueden las microfinanzas prestar servicios a este grupo de personas? Basándose en el éxito del programa de BRAC, *Cómo Desafiar las Fronteras para la Reducción de la Pobreza: Teniendo como Meta a los Ultra Pobres* (Challenging the Frontiers of Poverty Reduction: Targeting the Ultra Poor o CFPR-TUP por sus siglas en inglés), CGAP y la Fundación Ford (con la asistencia técnica del Instituto de Desarrollo BRAC) se encuentran en la fase piloto de 10 programas de «graduación» en sociedad con organizaciones locales en ocho países.<sup>38</sup> Las bases principales de estos programas consisten en el apoyo al consumo por un periodo de tiempo fijo, la provisión de servicios financieros (generalmente ahorros) y un activo productivo, capacitación empresarial, colaboración y apoyo estrechos (a través de un asistente de campo) y apoyo para la salud (a menudo vinculando servicios del gobierno u otras ONG). La idea es crear escaleras para salir de la extrema pobreza, reduciendo en primera instancia la vulnerabilidad extrema (debido a inseguridad alimentaria, salud deficiente y carencia de activos) y luego construir gradualmente medios de vida sostenibles que estén vinculados con cadenas de valor con un potencial de crecimiento.

Actualmente se están realizando evaluaciones aleatorias de varios programas piloto y los «resultados preliminares de un programa muestran que después de 18 meses, los hogares intervenidos tienen un consumo de alimentos 15 por ciento mayor que los hogares de control, aumentaron el tiempo utilizado para la atención del ganado por una hora al día, y la probabilidad de que reportaran ingresos primarios de actividades no agrícolas era también mayor, reportaron una menor inseguridad alimentaria, recibieron menos ayuda alimentaria de parte de otros hogares, ahorraron más en sus cuentas bancarias, mejoraron su nivel de conocimientos con respecto a temas de salud y mejoraron su percepción de la salud durante el año anterior y mostraron una disminución de los síntomas de estrés mental en comparación con los hogares de control».<sup>39</sup>

Syed Hashemi, uno de los arquitectos del programa de «graduación» de CGAP, explica en mayor detalle el razonamiento que respalda el programa:

*La mayoría de los más pobres requieren ayuda alimentaria, vivienda y apoyo para su sustento diario. Los instrumentos de desarrollo que tienen mayor sentido son las redes de seguridad, las transferencias de alimentos o dinero en efectivo y un empleo garantizado. Sin embargo, a menudo esas redes de seguridad no proporcionan el apoyo necesario para permitir que los más pobres logren crear una ruta de salida de la pobreza extrema. De manera que, a pesar de que se requiere dichas redes de seguridad para estabilizar sus vidas, se necesitan también intervenciones adicionales para crear oportunidades económicas en las que puedan tomar parte para poder mejorar sus condiciones de vida. Solamente se puede introducir el*

*La idea [del programa de graduación] es crear escaleras para salir de la extrema pobreza, reduciendo en primera instancia la vulnerabilidad extrema (debido a inseguridad alimentaria, salud deficiente y carencia de activos) y luego construir gradualmente medios de vida sostenibles que estén vinculados con cadenas de valor con un potencial de crecimiento.*

<sup>38</sup>Haití, India, Pakistán, Honduras, Perú, Etiopía, Yemen, y Ghana.

<sup>39</sup>N. Goldberg, «A Deeper Look at Programs that Work with the Ultra-Poor», 2011.

*crédito en un momento posterior ... Si un programa es implementado de manera efectiva a través de la identificación rigurosa de las metas y un monitoreo estrecho, y si se pueden conformar asociaciones de calidad con instituciones financieras fuertes y proveedores de servicios de salud, entonces en el transcurso de un periodo de dos años un número significativo de los más pobres podrá graduarse y salir de la extrema pobreza y continuar con sus medios de vida económicos, sin retroceder hasta el punto de volver a requerir seguridad y apoyo para mantener su bienestar.*

## Séptimo paso: reconocer la excelencia

Desde sus inicios, las microfinanzas eran algo más que la inclusión financiera y la provisión de servicios valiosos, asequibles a pobres. Los pioneros de las microfinanzas estaban comprometidos con la reducción de la pobreza y con ver a sus clientes transformar sus vidas. En un escrito encargado para una Reunión de los Consejos de la Cumbre del Microcrédito en 1999 en Abidjan, Costa de Marfil, Susy Cheston, asesora principal del Center for Financial Inclusion (Centro para la Inclusión Financiera), y Larry Reed, el próximo director de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito, definieron la transformación «como un cambio sólidamente arraigado en las creencias, valores, actitudes, acciones, relaciones y estructuras manifestado en un sostenido nivel superior de existencia de una persona y/o de una comunidad».<sup>40</sup> En la Cumbre Mundial del Microcrédito de 2006 celebrada en Halifax, Canadá, la Campaña de la Cumbre del Microcrédito adoptó una meta específicamente relacionada con la transformación: asegurar que 100 millones de familias pudieran superar el umbral de US\$ 1,25 al día, ajustado de acuerdo con la paridad del poder adquisitivo, entre 1990 y 2015.

*Seguimos creyendo que las microfinanzas desempeñan un papel esencial en la erradicación de la pobreza y en la consecución de las Metas de Desarrollo del Milenio (MDM), especialmente la MDM 1, que plantea la erradicación de la pobreza extrema y el hambre.*

Anteriormente en este informe, hemos descrito las dificultades que enfrentamos en la medición y logro de esta meta sobre la salida de la pobreza. Seguimos creyendo que las microfinanzas desempeñan un papel esencial en la erradicación de la pobreza y en la consecución de las Metas de Desarrollo del Milenio (MDM), especialmente la MDM 1,<sup>41</sup> que plantea la erradicación de la pobreza extrema y el hambre. Para que las microfinanzas cumplan con este rol, debemos estar en condiciones de identificar y levantar a aquellas instituciones que están llegando a los más pobres y que están teniendo éxito en ayudar a sus clientes a salir de la pobreza. Con el *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo*, esperamos poder redefinir el sector de las microfinanzas para que sea responsable y genuinamente incluyente (que incluya a los pobres) y que contribuya a lograr un cambio positivo. A través del Sello de Excelencia, reconoceremos a las IMF que combinan la autosuficiencia financiera y las prácticas responsables con un alcance significativo a la pobreza y un abordaje estratégico para la reducción de la pobreza y la transformación de los clientes.

La idea del Sello de Excelencia fue iniciada por la Campaña de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito hace 18 meses. Frances Sinha, cofundadora y directora de EDA Rural Systems en India, describe su meta como práctica y a su vez «llena de aspiraciones», al «ir más allá de los sistemas y procesos y tener en cuenta los

<sup>40</sup>S. Cheston y L. Reed, «Measuring Transformation: Assessing and Improving the Impact of Microcredit», trabajo encargado para la Reunión de los Consejos de la Cumbre del Microcrédito, Abidjan, Costa de Marfil, 24 – 26 de junio de 1999. <http://www.microcreditsummit.org/papers/impactpaper.pdf>.

<sup>41</sup><http://www.un.org/millenniumgoals/poverty.shtml>.

resultados reales de las microfinanzas». Ella también subrayó que un Sello de Excelencia «requerirá de prácticas responsables y éticas en todos los niveles de la institución, así como de resultados financieros sostenibles. El Sello de Excelencia será para aquellas instituciones que aspiran a hacer más y tienen la intención de servir como una inspiración y un reconocimiento de lo que las microfinanzas pueden lograr».<sup>42</sup>

La Campaña de la Cumbre de Microcrédito ha llegado a cientos de personas al interior de la industria para obtener sus aportes con respecto a los métodos e indicadores utilizados para evaluar el Sello de Excelencia. Basándose en esto, el Comité Rector Interino ha desarrollado el borrador de un conjunto de indicadores que están siendo utilizados en las pruebas piloto en varias IMF. A través de este proceso, el Sello de Excelencia desarrollará un mecanismo de evaluación que ayude a las IMF a determinar si las intenciones se están realmente llevando a cabo en las vidas de sus clientes.

Sam Daley-Harris cofundó la Campañas de la Cumbre de Microcrédito hace 16 años conjuntamente con el fundador de FINCA, John Hatch y el fundador del Banco Grameen, Muhammad Yunus.<sup>43</sup> Hace aproximadamente 31 años, Daley-Harris fundó el grupo ciudadano de cabildeo denominado RESULTS. En el **Cuadro 6**, él describe la fundación del *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo*.

Finalmente, el Sello de Excelencia nos ayudará a identificar y aprender de aquellas IMF que ayudan a los clientes a alcanzar sus sueños: una educación para sus hijos, salud para su familia, una vivienda decente que los proteja de la lluvia y el frío y comidas nutritivas, y regulares, para toda la familia.

## Cuadro 6: Reflexiones acerca del Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo

El *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo* tiene su origen en una cena que se llevó a cabo durante la Cumbre Regional del Microcrédito de África y Medio Oriente en Nairobi, Kenia, en abril del 2010 en la que se compartieron diversas visiones. El facilitador, Dave Ellis de la Brande Foundation, planteó al grupo la siguiente pregunta: « ¿Dónde quieren que se encuentre este sector en 10 años— no donde ustedes pronostican que se encontrará el sector, sino, donde quieren ustedes que esté?» Varias

personas se acercaron al micrófono y compartieron sus visiones para el sector. Un participante habló sobre el vacío moral que dejó el movimiento de derechos civiles en Estados Unidos a raíz del asesinato de Martin Luther King Jr. y la necesidad de adoptar una postura moral en el campo de las microfinanzas.

Me había sentido muy motivado por el trabajo de Jamii Bora, una IMF en Kenia, que ayudaba a los miembros de las pandillas a enderezar sus vidas y me encontré ante el micrófono diciendo:

—continúa en la página siguiente

<sup>42</sup>F. Sinha, «Beyond “Ethical” Financial Services: Developing a Seal of Excellence for Poverty Outreach and transformation in Microfinance», en *New Pathways out of Poverty*, ed. S. Daley-Harris y A. Awimbo (Sterling, VA, EE.UU.: Kumarian Press, 2011).

<sup>43</sup>Daley-Harris dejará la Campaña el 2012 para lanzar el Center for Citizen Empowerment and Transformation (Centro para el Empoderamiento y Transformación de los Ciudadanos).

## Cuadro 6: Reflexiones acerca del Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo, continuación

*Yo sé que esto suena inalcanzable, pero me apasiona la idea de unas microfinanzas que aspiran a restituir tanto el honor como el valor de las personas y que además, las libera.*

— Sam Daley Harris,  
Campana de  
la Cumbre del  
Microcrédito

«Vislumbro las microfinanzas para la redención, definida como la restitución del honor y del valor de la persona así como su liberación». Yo sé que esto suena inalcanzable, pero me apasiona la idea de unas microfinanzas que aspiran a restituir tanto el honor como el valor de las personas y que además, las libera.

Hablé sobre las microfinanzas para la redención en la cena de clausura de la Cumbre Regional del Microcrédito y nuevamente dos días después durante el lanzamiento del Comité Anfitrión Nacional para la próxima Cumbre Mundial del Microcrédito en Valladolid, España. Esa noche en España, durante la cena con Muhammad Yunus, un colega y yo leímos en voz alta para Yunus un artículo negativo publicado en la primera página del periódico *The New York Times*. El artículo describía que las tasas de interés de algunas IMF fluctuaban alrededor del 125 por ciento en Nigeria y México, y otros retos que este sector debía encarar. Dos noches después me encontraba en Princeton, Nueva Jersey, en la fiesta de un amigo. Aparentemente todos habían leído el artículo del *Times*. Más de 10 personas se me acercaron. «¿Viste el artículo?» preguntó uno de ellos. «¿Qué es lo que anda mal con las microfinanzas?» indagó otro. «¿No tienen acaso un sello de aprobación?» un tercero cuestionó incrédulo.

El abismo entre mi visión de las microfinanzas para la redención y estas preguntas dolorosas fue algo muy difícil de soportar. Envié las observaciones que hice en España a varios líderes del sector. Solicité una conferencia telefónica para conversar sobre el artículo del *Times* en yuxtaposición con mi solicitud de contar con un modelo de microfinanzas como un medio para restituir el honor y el valor de las personas y liberarlas. Seis de nosotros nos reunimos en abril del 2010, y a pesar de que el grupo se amplió, no hemos

faltado a ninguna reunión mensual desde esa primera vez.

Nuestras discusiones se enfocaron inmediatamente en la posibilidad de crear algún tipo de sello de aprobación o sello de excelencia. Estaba claro desde el principio que si esto avanzaba debíamos asociarnos con el trabajo de la Smart Campaign para la protección del cliente, el trabajo del Social Performance Task Force y otras iniciativas. La redención sufrió una breve metamorfosis que derivó en una transformación espiritual y finalmente se acomodó en un *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo*.

Se encargó a Frances Sinha de EDA Rural Systems en India que redactara una nota conceptual. Ya hay cuatro borradores de dicha nota conceptual y ésta será discutida en una plenaria en la Cumbre de Valladolid. Los financiadores han dado un paso hacia delante y el Comité Rector Interino se convertirá en un Comité Rector Permanente. Tenemos la posibilidad de establecer una visión enfocada en la aspiración para el sector que ayudará a identificar a los agentes que estén haciendo sus mayores esfuerzos para alcanzar a los pobres y a los más pobres, y que generan una transformación en las vidas de sus clientes. La dificultad provendrá del establecimiento de indicadores para medir la pobreza de los clientes y su movimiento para salir de la misma. Es claro que debe existir una verificación por parte de terceros para cualquier institución que reciba el Sello de Excelencia.

Este *Informe del Estado de la Campana de la Cumbre de Microcrédito* es el décimo tercer informe y el último con el cual yo estaré asociado. La Cumbre Mundial del Microcrédito en Valladolid es la décimo a quinta y última Cumbre que ayudaré a organizar. Después de fundar RESULTS,

—continúa en la página siguiente

## Cuadro 6: Reflexiones acerca del Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo, continuación

el grupo de cabildeo de ciudadanos para poner fin a la pobreza a nivel mundial hace 31 años y ser Cofundador de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito hace 16 años, ya estoy ansioso de lanzar The Center of Citizen Empowerment and Transformation (el Centro para el Empoderamiento y Transformación de los Ciudadanos) en el 2012.

Después de casi 15 años en cada organización, creo que es tiempo de seguir. De modo que me formulé la siguiente pregunta: «¿Qué he hecho que me ilumina más y sin embargo es lo menos adoptado, lo menos consumado en el mundo?» Es obvio que era mi trabajo de crear estructuras de apoyo que inspiraran y empoderaran a los ciudadanos y les permitiera crear defensores en los medios de comunicación y en el Congreso en temas como poner fin a la pobreza y resolver los asuntos relativos al clima. Deseo llevar el trabajo que varios de nosotros iniciamos en RESULTS a otras organizaciones a través del Center for Citizen Empowerment and Transformation.

Exhorto a todos los que lean este informe y a todas las personas que

asistan a la Cumbre de Valladolid a plantearse las siguientes preguntas: «¿Qué es lo que me ilumina en el trabajo? ¿Qué es lo que me ilumina en las microfinanzas?» Creo que las respuestas a esas preguntas servirán de inspiración. Podemos reducir nuestra atención a lo fácil o factible, o realizar nuestro mayor deseo para el sector y para el mundo. Realmente todo esto está en nuestras manos.

Esperemos que la idea que nació durante la cena organizada con el objeto de compartir visiones en Nairobi, Kenia, el Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo, sea un vehículo esencial para las aspiraciones más altas en microfinanzas y un claro ejemplo de la declaración de Víctor Hugo, «nada es tan poderoso como una idea cuyo momento ha llegado».

*Sam Daley-Harris es fundador de RESULTS y de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito y lanzará el Center for Citizen Empowerment and Transformation en el 2012. Actualmente reside en los Estados Unidos.*

*Exhorto a todos los que lean este informe... a plantearse las siguientes preguntas: «¿Qué es lo que me ilumina en el trabajo? ¿Qué es lo que me ilumina en las microfinanzas?» Creo que las respuestas a esas preguntas servirán de inspiración.*  
— *Sam Daley Harris, Campaña de la Cumbre del Microcrédito*

## Metodología de las encuestas

La Campaña de la Cumbre de Microcrédito ha recolectado datos para el *Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito* durante 14 años y ha verificado esos datos desde el año 2000. El proceso consiste en (1) la circulación de Planes de Acción Institucionales (PAIs) a miles de agentes de microcrédito, solicitando sus datos más recientes; (2) una campaña telefónica a más de 500 de las IMF más grandes del mundo con el fin de motivar la remisión de datos; (3) un proceso de verificación en el que se espera que un tercero corrobore los datos remitidos por las IMF más grandes; (4) la compilación y análisis de datos; y (5) la redacción y publicación del informe. Este proceso ha, durante más de una década, producido la mayor fuente primaria disponible de colección de datos de IMF.

En la mayoría de los casos, los datos presentados en este informe corresponden a instituciones individuales. Sin embargo, algunos datos provienen de redes de instituciones u organizaciones coordinadoras. Para evitar el conteo doble, la Campaña analiza los datos de estas instituciones con la finalidad de identificar cualquier duplicación potencial por parte de sus socios. Ya sea que los datos de las redes de instituciones u organizaciones coordinadoras sean contabilizados o no, éstas continúan desempeñando un papel crítico al facilitar la recolección de datos de sus afiliados, y la Campaña está extremadamente agradecida por este apoyo. Para ver una lista completa de las redes y otras instituciones que proporcionaron asistencia crucial en la recolección de datos este año, por favor diríjase a la **Nota Final 1**.

*Los 609 agentes de microfinanzas que presentaron un PAI en el 2011 abarcaban el 56,5 por ciento de todos los clientes más pobres reportados. Esto significa que en este informe, el 56,8 por ciento de los datos son actuales y el 43,5 por ciento restante tienen uno o más años de antigüedad.*

Entre los miles de instituciones y partidarios individuales en los 16 consejos de la Campaña, para el 31 de agosto de 2011, un total de 3.652 IMF de 147 países fueron miembros del Consejo de Agentes de Microfinanzas y han presentado un plan de acción por lo menos una vez desde 1998. En el 2011, 609 agentes de microfinanzas presentaron un PAI, 70 de ellas por primera vez. Los 609 agentes de microfinanzas que presentaron un PAI en el 2011 abarcaban el 56,5 de todos los clientes más pobres reportados. Esto significa que en este informe, el 56,5 por ciento de los datos son actuales y el 43,5 por ciento restante tienen uno o más años de antigüedad. Para ver una lista completa de las instituciones e individuos que presentaron un PAI en el 2011, diríjase al **Apéndice III**.

Se solicitó a los agentes de microfinanzas que proporcionaran datos que son críticos para medir el progreso hacia la consecución de las dos metas de la Campaña. El PAI expone un marco común de objetivos estratégicos y crea, para las instituciones, una manera sencilla de compartir sus planes y logros. El PAI es la base fundamental de la Campaña. En los PAIs de este año, los datos suministrados provienen de preguntas como: 1) ¿cuál es el número total de clientes activos (clientes con un préstamo actual)? y 2) ¿cuál es el número total de clientes activos que estaban entre los más pobres cuando recibieron su primer préstamo? Solicitamos respuestas a éstas y otras preguntas para los siguientes periodos: 31 de diciembre de 2010 (actual), 31 de diciembre de 2011 (propuesto) y 31 de diciembre de 2012 (propuesto).

En el 2007, la Campaña comenzó a solicitar el número de clientes que habían cruzado el umbral de \$1,25 al día. Debido a una estrategia más rigurosa para recolectar y verificar estos datos, fue sólo hasta el informe del año pasado que

empezamos a presentar las conclusiones iniciales para este indicador. Para más información sobre nuestro trabajo para medir el movimiento por encima del umbral de \$1,25 al día diríjase a la página 4.

Cada año la Campaña enfatiza que todos los datos son auto-reportados. Sin embargo, el personal de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito revisa todos los PAIs recibidos de los agentes de microfinanzas. A cualquier institución con datos cuestionables, se le solicita que aclare sus respuestas, y, si el problema no se resuelve, los datos cuestionables son excluidos del informe. Además, hay un proceso de verificación por terceros, el cual se describe más adelante.

## Número de clientes servidos

Para el 31 de diciembre de 2010, un total de 3.652 IMF<sup>44</sup> reportaron haber servido a 205.314.502 clientes con un préstamo actual. De estos clientes, 137.547.441 estaban entre los más pobres cuando se adhirieron a sus respectivos programas. Aproximadamente el 91,3 por ciento de los clientes más pobres reportados se encuentran en Asia, un continente que alberga a aproximadamente el 66 por ciento de la población mundial que vive con menos de \$1,25 al día.<sup>45</sup>

## Proceso de verificación

En el año 2000, la Campaña comenzó a verificar independientemente aspectos de los datos correspondientes al año anterior. Las instituciones más grandes proporcionan a la Campaña los nombres de las agencias donantes, organizaciones de investigación, redes u otras instituciones que pueden verificar el número total de clientes alcanzados, el porcentaje de todos los clientes que son mujeres, el número de clientes más pobres y el porcentaje de los clientes más pobres que son mujeres. Se les envía una carta a los verificadores potenciales pidiéndoles que confirmen los datos remitidos por una IMF determinada. La carta dice, «Por confirmar, queremos decir que usted ha visitado el programa, se ha reunido con altos funcionarios del mismo, ha revisado diversos aspectos de las operaciones, le han proporcionado cifras y que usted cree que la institución y las cifras a continuación son confiables y creíbles». Para ver una lista completa de las instituciones verificadas diríjase al **Apéndice I**.

En el *Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito 2000*, 78 instituciones, representando el 67 por ciento de los clientes más pobres reportados, tuvieron sus datos verificados por un tercero. Este año, los datos de 328 instituciones fueron verificados, los cuales representan el 53 por ciento del total reportado de clientes más pobres, es decir, 72.385.972 de las familias más pobres (**Tabla 3**).

*Para el 31 de diciembre de 2010, un total de 3.652 IMF reportaron haber servido a 205.314.502 clientes con un préstamo actual. De estos clientes, 137.547.441 estaban entre los más pobres cuando se adhirieron a sus respectivos programas.*

<sup>44</sup>De estas 3.652 instituciones, 609 enviaron PAIs en 2011. Las 3.043 instituciones restantes, que sólo representan el 43,5 por ciento del total de clientes más pobres reportados este año, enviaron datos en años previos, y la Secretaría ha incluido esas cifras en este informe.

<sup>45</sup>Según PovcalNet, una herramienta en línea para la medición de la pobreza desarrollada por Development Research Group del Banco Mundial, en el mundo en vías de desarrollo, 1,4 mil millones de personas viven bajo el umbral de \$1,25. De éstas, 912 millones (o 66,4%) residen en Asia (<http://iresearch.worldbank.org/PovcalNet/povDuplic.html>).

Este año, los datos de 328 instituciones fueron verificados, los cuales representan el 53 por ciento del total reportado de clientes más pobres, es decir, 72.385.972 de las familias más pobres.

Tabla 3: Resultados del proceso de verificación, 31/12/99 - 31/12/10

Fecha	Número de instituciones verificadas	Número verificado de clientes más pobres	Porcentaje verificado del total de clientes más pobres reportado	Número total de clientes más pobres reportado
31/12/99	78	9.274.385	67	13.779.872
31/12/00	138	12.752.645	66	19.327.451
31/12/01	211	21.771.448	81	26.878.332
31/12/02	234	35.837.356	86	41.594.778
31/12/03	286	47.458.191	87	54.785.433
31/12/04	330	58.450.926	88	66.614.871
31/12/05	420	64.062.221	78	81.949.036
31/12/06	327	79.181.635	85	92.922.574
31/12/07	284	84.916.899	80	106.584.679
31/12/09*	327	119.490.847	93	128.220.051
<b>31/12/10</b>	<b>328</b>	<b>72.385.972</b>	<b>53</b>	<b>137.547.441</b>

\* En 2009, por primera vez en una década, la Campaña no recolectó, ni verificó datos. Tampoco publicó un Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito razón por la cual no hay datos correspondientes al 31 de diciembre de 2008.

## Crecimiento ocasionado por las instituciones que suministraron datos por primera vez

Cada año, la Campaña hace un esfuerzo intensivo para incluir instituciones que todavía no han presentado Planes de Acción Institucionales. En el 2001 el 57,8 por ciento del crecimiento en clientes más pobres alcanzados provino de instituciones que reportaron datos por primera vez, los cuales corresponden al periodo del 31 de diciembre de 2000 (Tabla 4). Una porción significativa del crecimiento ese año provino del NABARD, el cual se había expandido drásticamente durante los cuatro años previos. Como se mencionó en la página 26, NABARD es el principal banco de desarrollo en India que promueve Grupos de Auto-Ayuda (GAA), muchos de los cuales están vinculados a las instituciones bancarias formales. En los datos de este año, 10,4 por ciento del crecimiento es el resultado de las instituciones que reportaron, por primera vez, datos correspondientes al 31 de diciembre de 2010.

Tabla 4: Crecimiento en el número de clientes más pobres de instituciones que reportan por primera vez, 2000 - 2010

Fecha	Porcentaje
31/12/00	22,0
31/12/01	57,8
31/12/02	33,8
31/12/03	27,5
31/12/04	5,8
31/12/05	6,6
31/12/06	6,8
31/12/07	4,1
31/12/09	6,5
<b>31/12/10</b>	<b>10,4</b>

El crecimiento de 7,6 millones de personas más pobres a fines de 1997 a 137,5 millones de personas más pobres a fines del 2010, representa un aumento del 1.710 por ciento durante este período de trece años (Tabla 5).

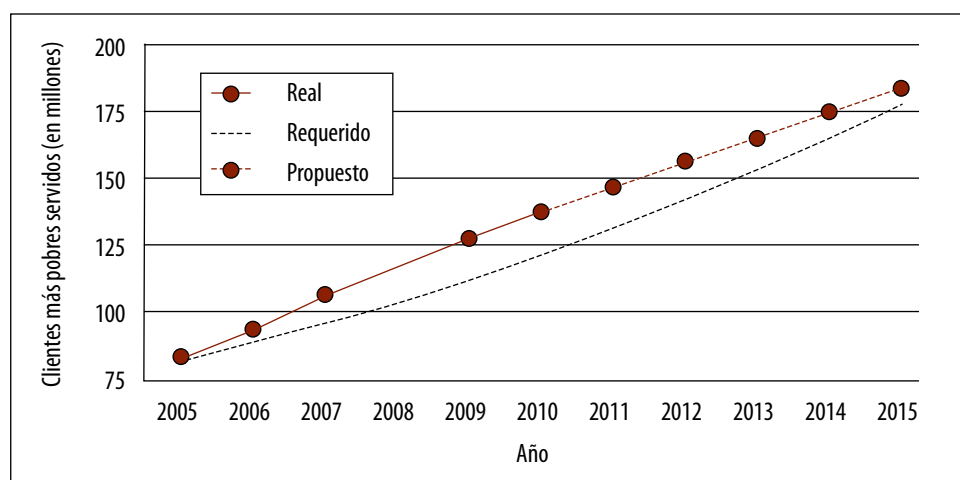
Tabla 5: Progreso en datos reportados, 1997 - 2010

Fecha	Número de programas que reportaron	Número total de clientes atendidos	Número reportado de clientes más pobres
31/12/97	618 instituciones	13.478.797	7.600.000
31/12/98	925 instituciones	20.938.899	12.221.918
31/12/99	1.065 instituciones	23.555.689	13.779.872
31/12/00	1.567 instituciones	30.681.107	19.327.451
31/12/01	2.186 instituciones	54.932.235	26.878.332
31/12/02	2.572 instituciones	67.606.080	41.594.778
31/12/03	2.931 instituciones	80.868.343	54.785.433
31/12/04	3.164 instituciones	92.270.289	66.614.871
31/12/05	3.133 instituciones	113.261.390	81.949.036
31/12/06	3.316 instituciones	133.030.913	92.922.574
31/12/07	3.552 instituciones	154.825.825	106.584.679
31/12/09	3.589* instituciones	190.135.080	128.220.051
<b>31/12/10</b>	<b>3.652 instituciones</b>	<b>205.314.502</b>	<b>137.547.441</b>

\* El pequeño aumento en el número de instituciones que reportaron sus datos correspondientes al 31 de diciembre de 2009 se debe, en parte, al hecho que hemos sustraído de la lista de «agentes de microfinanzas» a más de 88 Redes que colaboraron en la recolección de planes de acción de los agentes de microfinanzas, pero que no tienen clientes.

La Figura 5 muestra el crecimiento real en el número de clientes más pobres alcanzados desde el año 2005, el crecimiento proyectado hasta el año 2015 y el crecimiento requerido para alcanzar a 175 millones de las familias más pobres del mundo en el año 2015.

Figura 5: Trayectoria del crecimiento de los clientes más pobres alcanzados, 2005 - 2015



*El crecimiento de 7,6 millones de personas más pobres a fines de 1997 a 137,5 millones de personas más pobres a fines del 2010, representa un aumento del 1.710 por ciento durante este período de trece años.*

## Distribución de clientes de acuerdo al tamaño de la institución

De los 137,5 millones de clientes más pobres alcanzados en 2010, 122,5 millones (89 por ciento) reciben servicios de las 85 instituciones y redes más grandes que reportaron datos a la Campaña, todas ellas con 100.000 o más clientes más pobres. La **Tabla 6** muestra la división de acuerdo al tamaño de las 3.652 instituciones cuyos datos están incluidos en este informe.

**Tabla 6: Instituciones que reportaron datos por tamaño**

Tamaño de la institución (en términos de clientes más pobres)	Número de instituciones	Número combinado de clientes más pobres	Porcentaje del total de clientes más pobres
1 millón o más	13	40.267.670	29,28
100.000 - 999.999	64	17.095.196	12,43
10.000 - 99.999	361	10.877.810	7,91
2.500 - 9.999	558	2.731.044	1,99
Menos de 2.500	2.648	1.470.448	1,07
Redes*	8	65.105.273	47,33

\*Las «redes» incluyen las entidades coordinadoras que proveen apoyo financiero (Ananya Finance for Inclusive Growth y Foundation for a Sustainable Society, Inc.), asistencia técnica, (ACCESS Development Services, Asian Confederation of Credit Unions y All India Association for Micro-Enterprise Development), apoyo promocional y de desarrollo (NABARD) y grandes programas patrocinados por el gobierno (Bangladesh Rural Development Board y Mahila Arthik Vikas Mahamandal).

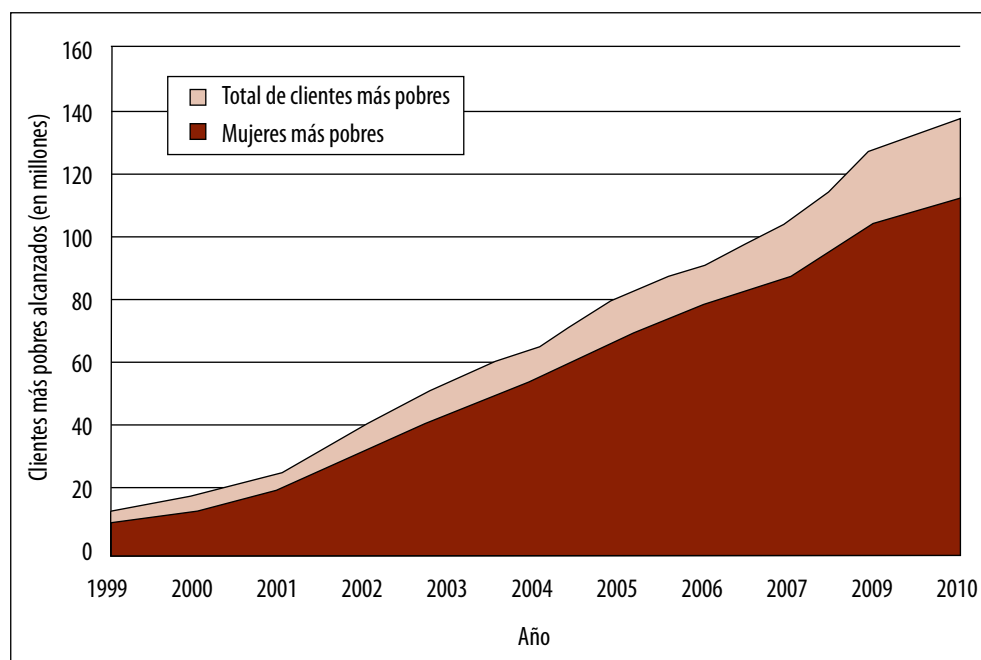
*De los 137,5 millones de clientes más pobres alcanzados al final del 2010, el 82,3 por ciento (113,1 millones) son mujeres. El crecimiento en el número de mujeres muy pobres que recibieron servicios ha aumentado de 10,3 millones a fines de 1999 a 113,1 millones a fines del 2010. Esto es un incremento del 1.001 por ciento en el número de mujeres más pobres alcanzadas desde el 31 de diciembre de 1999 hasta el 31 de diciembre de 2010. El aumento representa 102,9 millones adicionales de mujeres más pobres que recibieron micropréstamos en los últimos 11 años.*

## Clientes mujeres que han recibido servicios

De los 137,5 millones de clientes más pobres alcanzados al final del 2010, el 82,3 por ciento (113,1 millones) son mujeres. El crecimiento en el número de mujeres muy pobres que recibieron servicios ha aumentado de 10,3 millones a fines de 1999 a 113,1 millones a fines del 2010. Esto es un incremento del 1.001 por ciento en el número de mujeres más pobres alcanzadas desde el 31 de diciembre de 1999 hasta el 31 de diciembre de 2010. El aumento representa 102,9 millones adicionales de mujeres más pobres que recibieron micropréstamos en los últimos 11 años.

La **Figura 6** muestra el crecimiento en el número de mujeres más pobres alcanzadas en relación al número total reportado de personas más pobres que recibieron micropréstamos en los últimos 11 años.

Figura 6: Crecimiento en el número de clientes mujeres más pobres alcanzadas en relación al total de clientes más pobres alcanzados



## El uso de herramientas para medir la pobreza

El mayor reto de la Campaña de la Cumbre del Microcrédito consiste en cerrar la brecha entre nuestro compromiso de servir a las familias más pobres y la carencia de un número suficiente de herramientas de calidad actualmente utilizadas para la medición de pobreza.

Empezando en el 2000, la Campaña solicitó a los agentes de microfinanzas que indicaran qué herramienta de medición de pobreza utilizaban, si utilizaban alguna, para identificar o enfocarse en los clientes más pobres. De las instituciones que reportaron datos ese año, 66,6 por ciento (341 de las 512 instituciones que presentaron un PAI en el año 2000) reportaron haber utilizado una herramienta y no sólo una estimación. Este año, de las 609 instituciones que remitieron datos, 553 reportaron el número de clientes que vive con menos de \$1,25 por día. De esos 553 PAIs recibidos, 346 instituciones (62,7 por ciento) reportaron haber utilizado una herramienta de medición de pobreza y no sólo una estimación.

Una de esas herramientas, el Índice de Avance para Salir de la Pobreza® (PPI® por sus siglas en inglés), una herramienta para la evaluación de la pobreza y el enfoque en la clientela, proporciona datos objetivos sobre el nivel de pobreza para el uso de organizaciones en su sistema de administración de su desempeño social. Se trata de una ficha de evaluación (10 preguntas) de bajo costo y fácil aplicación que calcula indicadores simples no-financieros. La Fundación Grameen, en colaboración con CGAP, la Fundación Ford y otros donantes, encargó a Microfinance Risk Management, LLC el desarrollo PPIs a nivel mundial. El PPI proporciona información que permite a los usuarios comprender mejor las necesidades de sus clientes y evaluar la eficiencia de sus programas y productos. En los últimos cinco años, la Fundación Grameen, en colaboración con redes de microfinanzas mundiales y regionales y líderes de la industria en el

desempeño social comunitario, ha ofrecido capacitación, recursos y apoyo para promover la adopción del PPI. Actualmente, la Fundación Grameen sabe que 106 organizaciones diferentes a nivel mundial utilizan el PPI.

Otra herramienta valiosa, la Herramienta para la Evaluación de la Pobreza de USAID (PAT por sus siglas en inglés), es una encuesta de hogares corta y simple (aunque un poco más larga que el PPI) que es usada para medir la preponderancia de la pobreza en una población. Cada PAT incluye una encuesta corta (10-25 preguntas), específica para cada país, que toma menos de 20 minutos completar. La encuesta recolecta una variedad de información, incluyendo las características de los miembros del hogar, las condiciones de vivienda y la posesión de activos duraderos. Los datos adquiridos de estas encuestas son posteriormente ingresados en una planilla de datos, a partir de la cual un programa de software específico (CSPPro o Epi Info) procesa los datos para calcular estadísticas simples y estima la porción de hogares que viven por debajo de varios niveles de pobreza. La base de las encuestas de la herramienta PAT es un conjunto de 10 a 25 indicadores que han sido identificados como los mejores pronosticadores de los niveles de pobreza. Estos indicadores fueron seleccionados a partir de métodos estadísticos de una gran cantidad de indicadores potenciales, derivados de datos de encuestas representativas de hogares nacionales. Las entidades que utilizan el PAT reciben apoyo de una gran variedad de recursos sin costo, incluyendo guías de usuario específicas para cada país, un manual de implementación, capacitación personal o en línea, un foro en línea y un departamento técnico. Para mediados del mes de septiembre de 2011, los PATs estarán disponibles en 38 países. Actualmente 25-30 organizaciones los están utilizando.

## Datos regionales

De las 3.652 instituciones de microfinanzas que nos han reportado sus datos desde 1998, 1.009 se encuentran en el África subsahariana, 1.746 en Asia y el Pacífico y 647 en América Latina y el Caribe (**Tabla 7**).

Cuando la Campaña de la Cumbre del Microcrédito reúne datos regionales del Medio Oriente, África del Norte, Europa Oriental, Asia Central y América del Norte, utiliza las cifras proporcionadas por tres instituciones grandes. A principios de 2006, el informe incluía el número total de clientes de Medio Oriente y África del Norte, proporcionado por la Red Sanabel; de Europa Oriental y de Asia Central, proporcionado por Microfinance Center (MFC); y de América del Norte proporcionado por Aspen Institute. Los datos de estas instituciones no incluyen información sobre los clientes más pobres alcanzados.

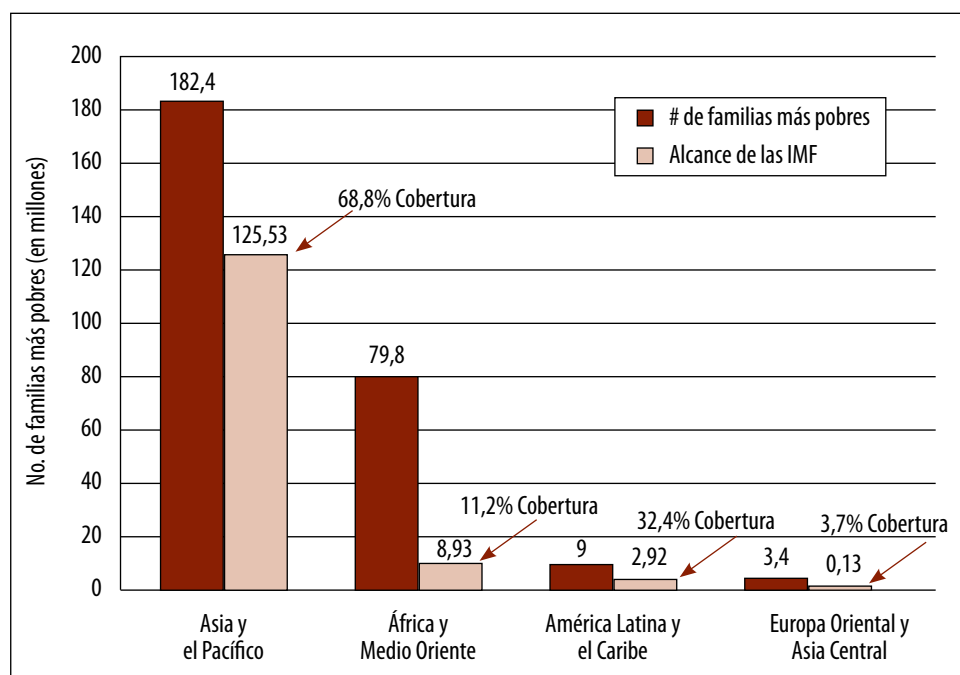
Algunas de las IMF que pertenecen a redes son también miembros de la Campaña y nos envían sus Planes de Acción Institucionales. Para evitar el doble conteo, descontamos el número total de clientes reportados por esas IMF del total de cifras reportadas por Sanabel, MFC y Aspen Institute. Los datos reportados por Sanabel representan 68 miembros, de los cuales 31 han reportado datos a la Campaña. Los datos reportados por MFC representan más de 80 miembros, de los cuales 17 han reportado datos a la Campaña. Aspen Institute representa a 42 organizaciones, ninguna de las cuales ha reportado datos a la Campaña desde el 2005 (entonces, no hemos descontado ninguna cifra de sus datos).

Tabla 7: División de los datos de microfinanzas por región

Región	Número de programas que reportaron datos	Número total de clientes en el 2009	Número total de clientes en el 2010	Número de clientes más pobres en el 2009	Número de clientes más pobres en el 2010	Número de clientes mujeres más pobres en el 2009	Número de clientes mujeres más pobres en el 2010
África Subsahariana	1.009	10.776.726	12.692.579	6.360.861	7.248.732	3.935.808	4.783.256
Asia y el Pacífico	1.746	156.403.658	169.125.878	117.178.142	125.530.437	97.385.541	104.752.430
América Latina y el Caribe	647	12.257.181	13.847.987	2.834.742	2.919.646	1.935.685	2.363.100
Medio Oriente y África del Norte	91	4.552.387	4.290.735	1.492.322	1.680.181	1.217.113	1.165.358
<b>Total de los países en vías de desarrollo</b>	<b>3.493</b>	<b>183.989.952</b>	<b>199.957.179</b>	<b>127.866.067</b>	<b>137.378.996</b>	<b>104.474.146</b>	<b>113.064.144</b>
América del Norte y Europa Occidental	86	148.628	155.254	109.318	41.809	56.651	12.214
Europa Oriental y Asia Central	73	5.996.500	5.202.069	233.810	126.636	163.318	62.294
<b>Total de los países industrializados</b>	<b>159</b>	<b>6.145.128</b>	<b>5.357.323</b>	<b>343.128</b>	<b>168.445</b>	<b>219.969</b>	<b>74.508</b>
<b>Total Mundial</b>	<b>3.652</b>	<b>190.135.080</b>	<b>205.314.502</b>	<b>128.209.195</b>	<b>137.547.441</b>	<b>104.694.115</b>	<b>113.138.652</b>

La **Figura 7** muestra la relación entre el número de familias que vive en la pobreza absoluta en cada región (es decir, aquellas que viven con menos de \$1,25 por día ajustado por Paridad del Poder Adquisitivo) y el número reportado de familias más pobres que recibieron un micropréstamo en cada región al final de 2010.

Figura 7: División del acceso a las microfinanzas por región\*



\* La **Figura 7** compara el alcance regional del microcrédito con los datos de las personas que viven con menos de \$1,25 al día, extraídos del 2011 World Development Indicators del Banco Mundial (<http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators/wdi-2011>), y posteriormente verificados con PovcalNet.

## Conclusión

*Me llamó la atención ver algunos libros en una repisa que colgaba de una soga amarrada al cielo raso. «¿Quién lee esos libros?», pregunté. Jorimon respondió que tanto ella como su esposo eran analfabetos—«ciegos»...Pero que ella no iba a mantener a sus hijos en la oscuridad. Ella quería educarlos de manera que pudieran lograr el espacio que por derecho les correspondía entre las personas respetables. Entonces ellos serían honrados por la sociedad.*

– Extraído de *Jorimon and Others* por Muhammad Yunus

La historia de Jorimon fue escrita hace casi 30 años, y su visión de un futuro esperanzador para sus hijos que se hizo posible gracias a su experiencia con el Proyecto del Banco Grameen todavía sigue siendo una fuente de inspiración. Igualmente inspiradora es la experiencia de Beatriz Chavarría, una cliente de CRECER, una IMF de Bolivia. Ella les relató a los entrevistadores: «Sueño con tener una parcela de tierra para mis hijos. Si puedo lograrlo, ese es mi deseo. Estoy trabajando para lograr esa meta, mediante el ahorro y con la ayuda de mis hijos, probablemente esté en condiciones de convertir mi deseo en una realidad». Ambas mujeres tienen sueños humildes—sueños hechos realidad, en parte, mediante el acceso a los servicios financieros que cubren sus necesidades.

Aunque Jorimon y Beatriz son honestas consigo mismas con respecto a la responsabilidad que viene con el crédito. «El crédito ayuda considerablemente. Si los fondos son invertidos, entonces es algo bueno, pero si son malgastados, no es bueno. Uno debe saber en lo que va a invertir», insistía Beatriz. Además, las historias de los clientes no siempre tienen un final feliz. Elena Melo, otra cliente de CRECER, compartió su historia respecto al momento en el que las microfinanzas fueron mal:

*Hace cinco años, recibí préstamos de tres bancos y no los pude pagar porque mi negocio no redituaba suficiente dinero para cubrir los pagos. No podía realizar ninguna venta. Terminé vendiendo mi auto para cumplir con mis obligaciones.*

*Otro motivo que dio lugar a estos problemas tiene que ver con el alcoholismo de mi esposo—esa es la razón por la que fracasé. Yo tenía la esperanza que él mejoraría, pero no había cura para su problema. Con esa mala experiencia, aprendí una lección real y nunca obtengo préstamos de varias IMF. Ahora obtengo menos, en lugar de más. Me he recuperado y, como usted sabe, uno debe continuar luchando hasta lograr su meta.*

Algunas veces la mala suerte arrastra a los clientes al fracaso y otras veces los clientes toman decisiones que los endeudan excesivamente. Pero, como pudimos apreciar a través de todo este informe, las IMF comparten la responsabilidad tanto del éxito como del fracaso de sus clientes. Y las IMF no son actores solitarios en este caso: los inversionistas, los donantes, los funcionarios del gobierno, las redes y los promotores, deberían proporcionar incentivos para alentar a las IMF a poner a sus clientes en primer lugar. Trabajando en forma

*Trabajando en forma conjunta, podemos normalizar los principios de protección al cliente, establecer estándares universales de desempeño social y posteriormente, para aquellos que comparten esa visión, traspasar los límites de la innovación hacia un modelo de microfinanzas basado en aspiraciones para el alcance a la pobreza y la transformación.*

conjunta, podemos normalizar los principios de protección al cliente, establecer estándares universales de desempeño social y posteriormente, para aquellos que comparten esa visión, traspasar los límites de la innovación hacia un modelo de microfinanzas basado en aspiraciones para el alcance a la pobreza y la transformación.

En este informe, hemos establecido siete pasos como un marco para encarar los retos que enfrentamos en la industria de las microfinanzas. Estos pasos no son conceptos nuevos y ya cuentan con mucho apoyo e impulso. Lo que estamos promoviendo es un abordaje comprehensivo para volver a enfocar nuestra atención en las necesidades del cliente, y no desviarnos de las metas de basadas en aspiraciones.

Aplaudimos y apoyamos el trabajo de la Smart Campaign, MicroFinance Transparency y el Social Performance Task Force al establecer los estándares y prácticas que debe seguir la industria. Pero la protección de los clientes, la transparencia y el desempeño social por sí solos no garantizarán que lleguemos a la gente pobre y ayudemos a esas personas a salir de la pobreza. Con el *Sello de Excelencia en Microfinanzas por su Nivel de Alcance a los Pobres y su Poder Transformativo*, esperamos reconocer y aprender de aquellas organizaciones y personas que están asumiendo la ambiciosa tarea de apoyar a los clientes que viven en la pobreza a aventurarse a soñar nuevamente y comenzar a lograr esos sueños.

Los sueños de nuestros clientes—comidas regulares para toda la familia, un hogar que proporcione protección contra el frío y la lluvia y educación para sus hijos que les dé la oportunidad de lograr una vida mejor que la de sus padres—estas son cosas que muchos de nosotros tomamos como un hecho. Pero, para más de mil millones de personas alrededor del mundo, estos elementos básicos siguen siendo sueños en lugar de realidades. Nuestro sueño es ver que las microfinanzas se conviertan en una herramienta cada vez más poderosa para ayudar a nuestros clientes a lograr sus sueños.

*Nuestro sueño es ver que las microfinanzas se conviertan en una herramienta cada vez más poderosa para ayudar a nuestros clientes a lograr sus sueños.*

## Epílogo

Sam Daley-Harris organizó la Primera Cumbre del Microcrédito en 1997, un fruto del grupo de cabildeo ciudadano RESULTS que él fundó para presionar al gobierno a adoptar acciones contra la pobreza a nivel mundial. Esa primera Cumbre reunió, en la ciudad de Washington D.C., a 2.900 personas, que representaban a 1.500 instituciones de 137 países, con la finalidad de lanzar una campaña para llegar 100 millones de las familias más pobres del mundo, especialmente las mujeres de esas familias que obtuvieron préstamos para el trabajo por cuenta propia y otros servicios financieros y comerciales para el año 2005.

Como él mismo explica en el **Cuadro 6**, éste también será el último informe en el que Sam Daley-Harris funja como director de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito. El próximo año, asumirá un nuevo reto de lanzar el Centro para el Empoderamiento y Transformación de los Ciudadanos. Al concluir este informe, deseamos dedicar un momento a reflexionar sobre el trabajo que Sam ha realizado para galvanizar un movimiento y enfocarlo en la prestación de servicios para los más pobres del mundo. Los esfuerzos de Sam han desempeñado un papel clave en traer a las microfinanzas al escenario mundial, dejando saber a los gobiernos del mundo y a los líderes empresariales que ellos pueden desempeñar un papel importante al brindar una oportunidad a la gente de ingresos bajos o carente de ingresos para que pueda generar recursos tanto para sí mismos como para sus hijos.

En otro *Informe sobre el Estado de la Campaña*, Sam citó a Mahatma Gandhi, que dijo: «Cuando estés dudando... aplica la primera prueba. Recuerda la cara del hombre más pobre y débil [sic] al que podrías haber visto y pregúntate si el paso que estás contemplando dar le servirá de algo. ¿Obtendrá algún beneficio de ello? ¿Le restituirá el control sobre su propia vida y su destino? El verdadero desarrollo coloca en primer lugar a aquellos que la sociedad coloca en el último lugar».

Estas son las preguntas que Sam ha utilizado para guiar el trabajo de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito. «Colocar en primer lugar a aquellos que la sociedad coloca en último lugar» nos guía ahora que convocamos a la industria de las microfinanzas a recuperar su visión de ayudar a los más pobres a lograr una mejor vida para sí mismos y para sus familias. Debido a que dondequiera que haya mujeres luchando para mantener a sus hijos en la escuela, poner alimentos sobre la mesa y tener un lugar seguro para vivir, seguiremos trabajando para lograr la visión de Sam. Les pedimos que se unan a nosotros.

## Agradecimientos

Este año más de 1.000 personas e instituciones contribuyeron a la producción del *Informe del Estado de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito*. Más de 700 instituciones y personas presentaron un Plan de Acción en el 2011 y estos planes se encuentran detallados en el **Apéndice III**. La Campaña de la Cumbre de Microcrédito reconoce que sin estas instituciones y las personas que las integran, especialmente los operadores, no habría un informe.

Como siempre, las instituciones que son parte de las redes han desempeñado un rol crucial al facilitar la recolección de datos de sus miembros y afiliados. Dada la cantidad de redes que nos han brindado su apoyo, las hemos mencionado nuevamente en la lista de la **Nota Final 1**. Otra actividad que es de importancia crítica para este informe es la verificación de los datos. Más de 160 personas e instituciones han respondido a nuestra solicitud de verificación; éstas se encuentran detalladas en la lista del **Apéndice II**. Su colaboración nos da la confianza para reportar los datos que se encuentran en este informe.

Adicionalmente, deseamos expresar nuestro agradecimiento a Sam Daley-Harris por darnos la oportunidad de redactar esta edición del informe durante su último año como director de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito. Le deseamos mucha suerte y éxito con el lanzamiento del Centro para el Empoderamiento y Transformación de los Ciudadanos. Estamos agradecidos con Sam y Sabina Rogers por su apoyo invaluable, a través de múltiples rondas de entrevistas, la conducción de muchas de estas entrevistas y asegurarse de que representemos de manera fidedigna la visión de la Campaña y el avance logrado hacia la consecución de las metas de la Campaña y los temas centrales.

Las siguientes personas proporcionaron entrevistas y/o contribuciones escritas para este informe: Lukas Alube, Robert Annibale, Philip Brown, Scott Brown, Monique Cohen, Sam Daley-Harris, Sankar Datta, John de Wit, Christopher Dunford, Nathanael Goldberg, Malcolm Harper, Syed Hashemi, Anne Hastings, Mary Ellen Iskenderian, Iris Lanao, Vijay Mahajan, Asad Mahmood, Gilbert S. Maramba, Bill Morgenstern, Saiful Islam Khan Nahid, Beth Porter, Elisabeth Rhyne, Michael Schlein, Rupert Scofield, Mathew Titus y Carmen Velasco. También deseamos agradecer a Alex Counts, Muhammad Yunus, Susan Davis, Sir Fazle Abed, Mahabub Hossain, Rod Dubitsky, Elizabeth Rhyne y Frances Sinha, que escribieron monografías informativas y provocativas para la Cumbre de este año, que hemos citado en este informe.

Y las siguientes personas que dedicaron su valioso tiempo a entrevistar a sus pares y clientes o compartir sus conocimientos con nosotros: Ranya Abdel-Baki, Parveen Asghar, Davy Serge Azakpame, Aban Haq, Anuj Jain, Rubina Kasur, Vikash Kumar, Mary Jane Macapagal, Ansar Parveen, Paul Ripley, Norma Rosas Lizárraga, Guillermo Sempértegui, Roinel Vargas, Kim Wilson, Muhammad Zafar, Roshaneh Zafar y Shabana Zulfiqar.

Estamos agradecidos por la información que nos proporcionaron para este informe y por sus constantes aportes al sector de las microfinanzas en general.

Nisha Singh dedicó parte de su tiempo a pesar de su abultada agenda de trabajo para revisar un último borrador y brindar sugerencias útiles para mejorarlo. Janet Heisey proporcionó un importante apoyo en la edición y ayudó a desarrollar una estructura clara para nuestro estilo narrativo.

El personal y los pasantes de la Campaña de la Cumbre de Microcrédito han dedicado una enorme cantidad de tiempo a la recolección, ingreso y tabulación de los datos; llamando a los agentes y verificadores alrededor del mundo; y revisando los borradores del informe. Además de Sam y Sabina, estamos especialmente agradecidos con D.S.K. Rao, Lisa Laegreid, Anna Awimbo y Camille Rivera por las múltiples maneras en las que ellos han contribuido al informe de este año.

También nos gustaría expresar nuestro agradecimiento a los miembros del personal de la Campaña Sue Casey, Fabiola Díaz, Jesse Marsden, Dalia Palchik, Sheila Rao y Xochitl Sánchez por su contribución a este trabajo. Los pasantes desempeñaron un papel clave en la campaña de llamadas, de manera que deseamos agradecer a Sterenn Bodennec, Kristopher Budi, Ayesha Datwani, Anna Garriott, Jeanne Gessa y Laura Lalinde. Melanie Beauvy (S&B International) y Eliana del Castillo de Gottschalck han traducido estos informes al francés y español, respectivamente, y estamos agradecidos por su contribución a este esfuerzo. Kristin Hunter editó el informe y Dawn Lewandowski (Partners Image Coordinators) realizó la diagramación.

La Campaña de la Cumbre de Microcrédito tiene una larga lista de financiadores que creen en nuestra misión. Expresamos nuestra gratitud a las personas y organizaciones que figuran en la lista de la portada de este informe, ya que sin su compromiso financiero, no hubiera sido posible lograr nuestras audaces metas. Citi Foundation proporcionó el apoyo necesario para dar vida a este informe. Estamos verdaderamente agradecidos por su apoyo.

Este informe es el resultado de las experiencias y aportes de mucha gente que los compartieron generosamente. Las decisiones respecto a lo que se incluyó y lo que se excluyó fueron nuestras, y asumimos íntegramente la responsabilidad por cualquier error que pudieran encontrar en este informe.

Jan Maes  
Westmoreland, NH, EE.UU.

Larry Reed  
Oak Park, IL, EE.UU.

17 de agosto de 2011

## Nota final 1: Instituciones y redes que ayudaron a reunir los Planes de Acción Institucional

Nombre	País
Credit and Development Forum (CDF)	Bangladesh
Grameen Trust	Bangladesh
Palli Karma-Sahayak Foundation (PKSF)	Bangladesh
Asociación de Instituciones Financieras para el Desarrollo Rural (FINRURAL)	Bolivia
Association Professionnelle des Institutions de Microfinance (APIM) au Burkina Faso	Burkina Faso
Réseau des Institutions de Microfinance (RIM) au Burundi	Burundi
Cambodia Microfinance Association	Camboya
National Association for Microfinance Institutions in Cameroon	Camerún
Développement international Desjardins (DID)	Canadá
Red Financiera Rural (RFR)	Ecuador
Sanabel –Microfinance Network for the Arab Countries	Egipto
CARE USA	Estados Unidos
Catholic Relief Services	Estados Unidos
CHF International	Estados Unidos
Freedom from Hunger	Estados Unidos
Grameen Foundation	Estados Unidos
Opportunity International	Estados Unidos
Plan International	Estados Unidos
Pro Mujer / Pro Women International	Estados Unidos
World Relief	Estados Unidos
World Vision International	Estados Unidos
People's Credit and Finance Corporation (PCFC)	Filipinas
Ghana Microfinance Institutions Network (GHAMFIN)	Ghana
Red de Instituciones de Microfinanzas de Guatemala	Guatemala
Association Nationale des Institutions de Microfinance d'Haiti	Haití
Katalysis Red Microfinanciera Centroamericana	Honduras
Red de Microfinancieras de Honduras (REDMICROH)	Honduras
ACCESS Development Services	India
Ananya Finance for Inclusive Growth Pvt. Ltd.	India
National Bank for Agriculture and Rural Development (NABARD)	India
Sa-Dhan	India
Small Industries Development Bank of India (SIDBI)	India
Gema PKM Indonesia	Indonesia
Rural Microfinance Development Centre Ltd. (RMDC)	Nepal
Red Centroamericana de Microfinanzas	Nicaragua
LAPO Microfinance Bank Limited	Nigeria
Pakistan Microfinance Network (PMN)	Pakistán

<b>Nombre</b>	<b>País</b>
Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF)	Pakistán
Consortio de Organizaciones Privadas de Promoción a la Pequeña y Microempresa de Perú (COPEME)	Perú
Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (FEPCMAC)	Perú
Association of Microfinance Institutions of Uganda (AMFIU)	Uganda
Vietnam Bank for Social Policies (VBSP)	Vietnam

## Apéndice I: Instituciones verificadas

Este es el undécimo año en el que la Cumbre del Microcrédito ha realizado el proceso de verificación para confirmar los datos reportados por nuestros socios más grandes.<sup>46</sup> Se les pidió a las IMF que remitieron un Plan de Acción Institucional para el 2011 reportando más de 2.500 clientes que proporcionarían a la Campaña los nombres de agencias donantes, instituciones de investigación, redes u otras instituciones que pudieran corroborar sus datos. Se les pidió a los verificadores que confirmaran los siguientes datos: 1) el número total de clientes activos; 2) el porcentaje de clientes activos que son mujeres; 3) el número total de clientes que estaban entre los más pobres cuando recibieron su primer préstamo y 4) el porcentaje de clientes más pobres que son mujeres.

Como en años pasados, el mayor reto de la Campaña consiste en cerrar la brecha entre su compromiso de servir a los más pobres y la falta de herramientas efectivas de medición de la pobreza. Por lo tanto, cada mención del término «más pobres» en estos apéndices, debe leerse dentro del contexto de este dilema.<sup>47</sup>

Por lo menos una institución externa verificó los datos de cada una de 328 IMF. Estas 328 instituciones reportaron servir a 72,4 millones de clientes más pobres para fines de 2010, o el 53 por ciento del número total de clientes más pobres reportados.

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
<b>ASIA Y EL PACÍFICO</b>						
Grameen Bank	Bangladesh	8.340.000	96	8.340.000	96	128
Association of Asian Confederation of Credit Unions	Tailandia	6.965.250	56	7.660.720	57	31
SKS Microfinance Ltd.	India	6.020.684	100	6.663.252	100	44
Bangladesh Rural Development Board	Bangladesh	5.132.479	70	5.438.000	70	4
Spandana Sphoorty Financial Ltd.	India	4.188.655	89	4.188.655	89	44
Vietnam Bank for Social Policies	Vietnam	3.617.057	52	8.166.287	52	42
ASA Bangladesh	Bangladesh	3.350.623	90	4.467.497	89	19
BRAC	Bangladesh	3.340.000	99	5.450.000	95	19
Share Microfin Ltd.	India	2.552.208	100	2.552.208	100	44
Bandhan Financial Services Pvt. Ltd.	India	2.329.783	100	3.009.907	100	105
Asmitha Microfin Ltd.	India	1.483.737	100	1.561.828	100	44
Equitas Micro Finance India Pvt. Ltd.	India	1.403.385	100	1.403.385	100	130
Ananya Finance for Inclusive Growth Pvt. Ltd.	India	1.338.608	100	1.673.261	100	67
CARD MRI	Filipinas	1.244.582	99	1.244.582	99	146
Grama Vidiyal Micro Finance Ltd.	India	1.212.601	100	1.212.601	100	9
Sri Kshetra Dharmasthala Rural Development Project	India	1.184.355	75	1.315.950	75	92
BURO Bangladesh	Bangladesh	755.099	100	755.099	100	19
Central People's Credit Fund of Vietnam	Vietnam	667.000	45	1.450.000	45	76
Mahila Arthik Vikas Mahamandal Ltd.	India	630.704	100	734.133	100	48
ASA International	Bangladesh	564.630	99	705.788	99	110
Working Women's Forum	India	529.961	100	529.961	100	145
CASHPOR Micro Credit	India	470.893	100	470.893	100	143
Shakti Foundation for Disadvantaged Women	Bangladesh	457.951	99	457.951	99	132

<sup>46</sup>Para la Campaña, «verificación» significa que el verificador ha «visitado el programa, conocido a los oficiales principales, recibido cifras, y cree que la institución y los números listados en el formulario de verificación son confiables y fidedignos».

<sup>47</sup>El término «más pobres» en los países en desarrollo se refiere a familias cuyos ingresos las coloca en el 50% inferior de todas aquellas que viven por debajo de la línea de pobreza de sus países, o cualesquiera de los 1.400 millones de personas que viven con menos de US\$1,25 al día, ajustado a la paridad del poder adquisitivo (PPA), al iniciar con un programa. (Basado en los 2011 World Development Indicators del Banco Mundial (<http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators/wdi-2011>).

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Grameen Financial Services Pvt. Ltd.	India	377.013	100	382.466	99	119
Samurdhi Authority of Sri Lanka	Sri Lanka	360.000	40	720.000	65	13
National Rural Support Programme	Pakistán	349.246	54	432.769	54	16
Thengamara Mohila Sabuj Sangha	Bangladesh	329.800	98	515.370	98	19
Khushhali Bank Ltd.	Pakistán	325.523	25	325.523	25	3
Islami Bank Bangladesh Ltd.	Bangladesh	319.859	82	319.859	82	19
Cauvery Kalpatharu Grameen Bank	India	314.070	95	314.070	95	68
PADAKHEP Manabik Unnayan Kendra	Bangladesh	299.166	86	334.566	86	19
TSPI Development Corporation	Filipinas	281.780	100	282.920	100	43
State Ministry of National Family Planning Coordinating Board, Indonesia (BKKBN)	Indonesia	278.088	95	278.088	95	78
Karnataka Regional Organisation for Social Service	India	250.000	100	250.000	100	147
BSS Microfinance Pvt. Ltd.	India	234.860	100	234.860	100	163
Kashf Foundation	Pakistán	234.000	100	312.146	100	15
Jagorani Chakra Foundation	Bangladesh	228.408	97	285.511	95	19
United Nations Development Program Microfinance Project Executed by Pact Institute in Myanmar	Myanmar	207.391	99	345.652	99	97
RDRS Bangladesh	Bangladesh	190.269	89	253.692	89	111
Caritas Bangladesh	Bangladesh	189.106	77	218.513	77	19
Professional Assistance for Development Action	India	185.800	100	195.600	100	80
Palli Daridro Bimochon Foundation	Bangladesh	175.000	95	600.000	98	19
BWDA Finance Ltd.	India	155.843	85	458.362	86	106
Proshika Manobik Unnayan Kendra	Bangladesh	142.959	67	1.191.332	64	19, 156
Angkor Mikroheranhvatho (Kampuchea) Co., Ltd.	Camboya	142.175	85	250.930	86	155
Swanirvar Bangladesh	Bangladesh	138.955	90	463.027	90	19
Mitra Bisnis Keluarga Ventura	Indonesia	137.427	100	211.155	100	11, 126
South Malabar Gramin Bank	India	123.115	65	820.750	35	121
United Development Initiatives for Programmed Actions	Bangladesh	120.350	94	203.984	89	110
Foundation for a Sustainable Society, Inc.	Filipinas	119.743	90	149.679	85	47
National Bank of Cambodia	Camboya	116.486	80	1.020.784	80	153
The First Microfinance Bank Ltd.	Pakistán	113.648	35	151.531	34	3
Sanghamithra Rural Financial Services	India	112.000	99	124.569	99	122
Resource Integration Centre	Bangladesh	110.890	90	114.830	90	19
Madura Micro Finance, Ltd.	India	110.597	100	276.493	100	104
ASA Philippines Foundation, Inc.	Filipinas	98.603	100	299.433	100	164
Chhimek Bikas Bank Ltd.	Nepal	96.972	100	97.646	100	141
Bangladesh Extension Education Services	Bangladesh	91.985	93	110.017	93	19
Nirdhan Utthan Bank Ltd.	Nepal	91.321	100	91.321	100	83
Palli Mongal Karmosuchi	Bangladesh	82.245	100	108.385	100	19
ESAF Micro Finance and Investments Pvt. Ltd	India	80.000	99	326.069	99	79
Village Financial Services Pvt. Ltd.	India	79.548	100	243.756	100	22
Integrated Development Foundation	Bangladesh	78.025	100	82.132	100	19, 96
Eco-Social Development Organisation	Bangladesh	75.497	99	118.611	97	19
Manabik Shahajya Sangstha	Bangladesh	71.275	100	108.658	100	19, 96

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
HOPE Foundation	India	71.000	100	81.000	100	124
HEED Bangladesh	Bangladesh	70.012	97	72.188	97	19
Sajida Foundation	Bangladesh	68.953	94	98.504	94	19
Swabalamban Laghubitta Bikas Bank Ltd.	Nepal	67.340	100	67.340	100	141
Christian Service Society	Bangladesh	65.940	96	115.919	95	160
Ad-din Welfare Centre - Jessore	Bangladesh	62.099	99	95.538	99	19
Centre for Development Innovation and Practices	Bangladesh	61.080	95	71.859	92	19
China Foundation for Poverty Alleviation	China	60.517	84	67.241	84	72, 166
Asomi Finance Pvt. Ltd.	India	59.616	99	59.616	99	23, 140
Muslim Aid UK - Bangladesh Field Office (Muslim Aid Bangladesh)	Bangladesh	58.541	99	69.036	99	19
Coastal Association for Social Transformation Trust	Bangladesh	55.243	97	58.151	96	19
SKS Foundation	Bangladesh	54.855	100	93.331	99	19
Negros Women for Tomorrow Foundation	Filipinas	54.059	99	85.808	99	14
WAVE Foundation	Bangladesh	53.835	99	92.125	99	107
Network of Entrepreneurship & Economic Development	India	53.000	90	59.281	90	80
BRAC Sri Lanka	Sri Lanka	52.498	100	65.607	100	93
Sonata Finance Pvt. Ltd.	India	52.335	100	130.837	100	79
Gram Utthan	India	51.768	100	69.957	100	5
ASA Pakistan Ltd.	Pakistán	51.228	99	85.380	99	3
Jeevan Bikas Samaj	Nepal	51.120	100	51.120	100	141
Rural Reconstruction Foundation	Bangladesh	48.956	99	212.576	98	19
Palli Progoti Shahayak Samity	Bangladesh	48.490	99	48.490	99	19
ASHRAI	Bangladesh	48.329	100	48.329	100	19
Mahasemam Trust	India	47.723	100	79.539	100	149
Adhikar	India	46.271	100	67.059	100	44
Forum for Rural Women Ardency Development	Nepal	41.960	100	41.960	100	141
Ansar - VDP Unnayan Bank	Bangladesh	41.800	65	97.158	70	19
Nerude Laghubitta Bikas Bank Ltd.	Nepal	41.727	100	41.727	100	141
Small Farmers Development Foundation	Bangladesh	39.100	63	68.430	72	19
Centre for Self-Help Development	Nepal	38.087	100	38.182	100	141
Thardeep Rural Development Program	Pakistán	34.186	70	34.186	70	16
The Institute of Rural Development	Bangladesh	34.000	98	50.000	98	19
Society for Social Service	Bangladesh	33.528	100	279.931	96	156
Bangladesh Association for Social Advancement	Bangladesh	32.900	98	86.600	98	19
Holy Cross Social Service Centre	India	32.300	100	32.300	100	66, 144
ChildFund India	India	31.668	77	34.800	77	5
Society Development Committee	Bangladesh	30.091	98	48.534	94	19
Aakay Ang Milamdec Microfinance Foundation, Inc.	Filipinas	29.836	99	29.836	99	14
PAGE Development Centre	Bangladesh	29.382	100	62.517	98	19
Assistance for Social Organization and Development	Bangladesh	29.055	100	55.418	100	19
ATMABISWAS	Bangladesh	28.435	96	29.930	96	19
Mitra Dhu'afa Foundation (Koperasi Mitra Dhuafa)	Indonesia	28.000	100	38.124	100	39
Kazama Grameen Inc.	Filipinas	27.811	99	27.811	99	61, 96

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Uttara Development Program Society	Bangladesh	26.000	100	104.000	99	19
People's Oriented Program Implementation	Bangladesh	25.914	100	165.553	99	19
Ujjivan Financial Services Pvt. Ltd.	India	24.635	100	821.173	100	12, 34
Bandhu Kallyan Foundation	Bangladesh	24.242	90	30.303	85	19
Al-Falah Aam Unnayan Sangstha	Bangladesh	23.596	99	29.495	99	19
Akhuwat	Pakistán	23.292	21	25.880	33	87
Shishu Niloy Foundation	Bangladesh	23.062	99	23.295	99	19
Strizony Bangladesh	Bangladesh	22.725	100	37.304	96	19
Heifer Project International China	China	21.000	39	26.156	40	49
Village Education Resource Center	Bangladesh	20.000	98	43.158	98	19
Sewa Bank	India	20.000	100	25.000	100	101
Social Advancement Through Unity	Bangladesh	19.816	100	64.194	92	156
Gram Unnayan Karma	Bangladesh	19.778	100	86.722	96	110, 156
MAMATA	Bangladesh	19.165	91	29.370	92	37
Development Initiative for Social Advancement	Bangladesh	17.940	86	21.765	95	19
Somaj O Jati Gathan	Bangladesh	17.500	44	35.922	39	19
Enterprise Bank, Inc.	Filipinas	16.272	98	46.826	95	61
Sindh Agricultural and Forestry Workers Coordinating Organization	Pakistán	15.784	40	26.306	48	3
Gono Kallayan Trust	Bangladesh	15.743	95	22.491	96	19
People's Bank of Caraga, Inc.	Filipinas	15.734	91	39.335	91	61
Joypurhat Rural Development Movement	Bangladesh	15.716	87	26.605	86	19
Shariatpur Development Society	Bangladesh	14.978	100	42.795	100	19
Centre for Mass Education in Science	Bangladesh	14.362	68	16.827	73	19
Bangladesh Environment Development Organisation	Bangladesh	13.110	91	15.423	91	19
Vayalar Memorial Youth Club	India	12.500	100	12.500	100	165
Orix Leasing Pakistan Ltd.	Pakistán	12.408	97	17.476	95	3
Pally Bikash Kendra	Bangladesh	12.369	98	38.367	98	19
Nabolok Parishad	Bangladesh	12.352	99	15.425	99	131
Ad Jesum Development Foundation, Inc.	Filipinas	12.305	90	13.672	90	7
PROGRESS (Akti Samaj Unnayan Mulak Sangstha)	Bangladesh	12.055	98	30.139	98	19
Hilful Fuzul Samaj Kallyan Sangstha	Bangladesh	12.035	55	14.714	55	19
Grameen Jano Unnayan Sangstha	Bangladesh	12.000	100	20.900	100	19
BRAC Pakistan	Pakistán	12.000	100	83.797	100	3
National Development Programme	Bangladesh	11.804	100	47.217	99	19
Nowabanki Gonomukhi Foundation	Bangladesh	11.370	98	33.442	91	19
Women Cooperative Society Ltd	Nepal	11.339	100	11.339	100	24
Sabalambay Unnayan Samity	Bangladesh	10.450	100	30.136	99	19
Funding the Poor Cooperative - Chinese Academy of Social Sciences	China	10.331	80	15.894	93	96
MANUSHI	Nepal	9.732	100	9.732	100	141
Annesha Foundation	Bangladesh	9.427	98	16.060	98	19
SETU	Bangladesh	9.057	99	43.418	99	19
Alalay Sa Kaunlaran Sa Gitnang Luzon, Inc.	Filipinas	8.974	19	48.094	78	14

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Capital Aid Fund for Employment of the Poor - Ho Chi Minh City	Vietnam	8.932	76	164.400	76	96
Bina Swadaya	Indonesia	8.930	100	27.102	84	148
GHASHFUL	Bangladesh	8.700	99	28.609	99	19
Proyas Manobik Unnayan Society	Bangladesh	8.500	100	14.037	100	19
MOUSUMI	Bangladesh	8.475	96	14.853	96	19
Serviamus Foundation Incorporated	Filipinas	8.451	100	10.563	99	14
Centre for Advanced Research and Social Action	Bangladesh	8.200	97	9.131	97	19
OPP-Orangi Charitable Trust	Pakistán	8.186	14	45.478	10	16
Fund for the Encouragement of Self-Reliance	Vietnam	8.116	89	15.434	88	114
Grameen Development Services	India	8.100	100	10.000	100	80
Jinnah Welfare Society	Pakistán	7.683	93	13.719	95	16
Grameen Manobik Unnayan Sangstha	Bangladesh	7.420	86	24.258	88	19
Young Power in Social Action	Bangladesh	7.390	96	12.742	90	19
Nav Bharat Jagriti Kendra	India	7.356	85	9.163	80	116
Solidarity	Bangladesh	7.115	92	8.894	93	19
World Concern Bangladesh	Bangladesh	7.094	92	14.596	92	19
Alternative Development Initiative	Bangladesh	7.000	85	19.216	91	19
Community Support Concern	Pakistán	6.990	100	11.673	90	3
Samadhan	Bangladesh	6.857	89	13.713	89	19
Dushtha Shasthya Kendra	Bangladesh	6.821	100	99.218	99	156
BASTOB-Initiative for People's Self-Development	Bangladesh	6.758	90	8.448	90	19
Guidance Society for Labour Orphans and Women	India	6.500	100	9.010	100	44
Dak Diye Jai	Bangladesh	6.331	99	34.074	94	19, 85
Self-Help and Rehabilitation Programme	Bangladesh	6.276	100	17.330	98	156
Gono Unnayan Prochesta	Bangladesh	6.000	95	16.195	98	19
Community Women Development Centre	Nepal	6.000	100	6.000	100	141
Anannyo Samaj Kallyan Sangostha - Pabna	Bangladesh	5.733	100	36.867	92	156
Samannita Unnayan Seba Sangathan	Bangladesh	5.505	98	7.224	98	19
Concern for Environmental Development and Research	Bangladesh	5.354	95	6.692	94	107
Palashipara Samaj Kallyan Samity	Bangladesh	5.207	98	14.878	93	19
Dhaka Ahsania Mission	Bangladesh	5.093	100	42.438	93	19
Sagarika Samaj Unnayan Sangstha	Bangladesh	5.000	90	27.757	90	19
Association for Rural Advancement in Bangladesh	Bangladesh	1.653	100	18.946	100	156

### EUROPA ORIENTAL Y ASIA CENTRAL

Microcredit Foundation EKI	Bosnia y Herzegovina	24.497	41	41.605	41	77
Vision Fund AzerCredit LLC	Azerbaijón	10.764	40	35.880	41	28
AgroInvest	Serbia	6.115	59	33.183	59	95

### AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

AgroAmigo - Banco do Nordeste do Brasil S/A	Brasil	652.643	47	652.643	47	64, 123
Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM, S.A.	República Dominicana	118.199	80	131.332	75	129 132

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Consortio de ONGs Promoción de la Mujer y la Comunidad	Perú	115.451	91	138.846	91	59
CrediAmigo - Banco do Nordeste do Brasil, S.A.	Brasil	91.863	74	737.826	66	40
Pro Mujer - Bolivia	Bolivia	87.256	93	89.362	93	33
Crédito con Educación Rural	Bolivia	74.529	90	108.013	90	33
Banco de las Microfinanzas Bancamía, S.A.	Colombia	71.094	58	341.100	61	75
Banco FIE, S.A.	Bolivia	63.382	55	146.819	55	29
Plan International - Region of Americas and Caribbean	Panamá	58.804	56	74.417	75	6
Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México	México	50.080	71	62.800	71	60, 133
Compartamos Banco	México	36.033	100	1.961.995	98	98
Banrural Grameen Microfinanzas	Guatemala	35.198	100	35.198	100	96, 138
Fundación Mundo Mujer - Popayán	Colombia	30.000	67	352.592	67	132
Fundación para el Desarrollo Integral de Programas Socioeconómicos	Guatemala	29.600	73	39.555	73	157
Fonkoze - Fondasyon Kole Zepòl	Haití	29.370	100	50.638	99	154
Pro Mujer - Nicaragua	Nicaragua	25.701	95	28.557	96	125
Fundación Diaconia FRIF	Bolivia	22.978	75	50.856	60	33
Central Cresol Baser	Brasil	14.700	5	45.023	18	26
Unión Católica de Apoyo al Desarrollo Comunitario (UCADE)	Ecuador	14.454	76	21.263	76	18
Organización de Desarrollo Empresarial Femenino	Honduras	13.420	68	26.960	62	56
Friendship Bridge	Guatemala	13.000	100	13.000	100	91
Asociación de Familia y Medio Ambiente	Honduras	11.373	70	13.380	69	158
Fundación de Asesoría Financiera a Instituciones de Desarrollo y Servicio Social (FAFIDESS)	Guatemala	10.868	97	14.491	98	58, 134
Fundación Génesis Empresarial	Guatemala	10.127	73	130.514	70	32
Microfinanzas Arariwa	Perú	9.450	60	14.538	75	103
FUNED VisionFund OPDF	Honduras	8.527	80	14.212	54	56
Asociación Costa Rica Grameen	Costa Rica	8.187	100	10.234	100	73
World Relief Honduras	Honduras	7.500	100	12.544	80	56
Asociación Benéfica PRISMA	Perú	6.526	30	21.019	69	103
Cooperativa de Ahorro y Crédito de Santander Ltda	Colombia	6.471	54	28.872	57	62
Asociación de Mujeres en Desarrollo - MUDE	Guatemala	5.069	90	5.640	93	137
Microcrédito Para el Desarrollo	Perú	4.231	98	7.016	98	103
Fundación D-MIRO Misión Alianza	Ecuador	2.918	69	36.463	62	74

### MEDIO ORIENTE Y ÁFRICA DEL NORTE

LEAD Foundation	Egipto	169.228	91	194.392	82	168
Alexandria Business Association - Small and Micro Enterprise	Egipto	136.633	70	174.569	55	168
BRAC Microfinance Afghanistan	Afganistán	127.749	100	155.279	82	54
Al Tadamun Microfinance Foundation	Egipto	103.658	100	103.658	100	17
enda inter-arabe	Túnez	83.133	83	156.854	71	17
Dakahlya Businessmen's Association for Community Development	Egipto	78.433	69	105.691	54	168
Salaf Albaraka FONDEP	Marruecos	45.000	42	132.419	52	63
Turkish Grameen Microcredit Project	Turquía	42.306	100	42.306	100	17

Instituciones	País	Cientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31.dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Jordan Micro Credit Company (Tamweelcom)	Jordania	39.139	90	46.046	97	17
BRAC Southern Sudan	Sudán del Sur	18.498	100	18.498	100	45
Development and Employment Fund / Reyada	Jordania	12.188	74	25.376	59	1
Microfund for Women	Jordania	11.163	100	62.408	97	1
Al Amal Microfinance Bank	Yemen	11.007	62	14.730	61	50
Middle East Microcredit Company	Jordania	10.068	66	12.703	54	167
National Microfinance Bank	Jordania	7.355	90	24.521	92	70
Lebanese Association for Development (Al-Majmoua)	Libano	6.500	62	23.417	44	35
Association de Microfinance Oued Srou	Marruecos	3.000	90	3.000	90	94
Ameen s.a.l.	Libano	2.624	56	13.476	26	167
Catholic Relief Services Sudan North	Sudán	2.047	99	3.412	99	162
Catholic Relief Services Sudan South	Sudán del Sur	705	84	1.174	84	162

### ÁFRICA DEL SUB-SAHARA

Amhara Credit and Savings Institution	Etiopía	654.470	65	659.636	65	46
Oromia Credit & Saving Share Company	Etiopía	458.762	30	458.762	30	2
Dedebit Credit and Saving Institution Share Company	Etiopía	381.461	56	415.146	54	100
COWAN African Responsive Banking Micro Finance Bank	Nigeria	345.000	90	360.000	90	53
Kafo Jiginew	Malí	273.736	29	288.143	28	161
Equity Bank Ltd.	Kenia	267.161	53	510.146	53	108
Bank of Agriculture	Nigeria	195.234	25	780.936	26	51
Oxfam America in Mali	Malí	132.110	100	220.184	100	84
Farmers Development Union	Nigeria	128.646	90	157.159	89	71
BRAC Tanzania	Tanzania	116.358	100	119.116	98	86
CARE International in Uganda	Uganda	95.669	66	307.616	66	41
Social Development Fund	Gambia	94.500	70	105.000	70	139
Grooming People for Better Livelihood Centre	Nigeria	93.022	99	93.022	99	27
Sinapi Aba Trust	Ghana	83.702	92	104.628	92	57
Crédit Rural de Guinée, S. A.	Guinea	76.050	43	101.406	43	38
CARE International in Kenya	Kenia	63.948	83	137.228	83	41
CARE International in Tanzania	Tanzania	61.849	71	173.246	71	41
Malawi Union of Savings and Credit Cooperatives	Malawi	59.459	25	102.517	25	169
Centre for Grassroots Economic Empowerment	Nigeria	53.793	100	65.578	100	51
The Small Enterprise Foundation	Sudáfrica	53.400	100	69.333	99	142
CARE International in Rwanda	Ruanda	52.072	81	91.515	81	41
PRIDE Microfinance Ltd. (Uganda)	Uganda	47.159	41	65.898	41	21
Centenary Bank	Uganda	43.000	9	121.000	9	21
Wisdom Microfinance Institution, S.C.	Etiopía	40.647	65	46.721	65	135
Fédération des Caisses Populaires du Burkina	Burkina Faso	39.499	100	164.583	48	120
Crédit du Sahel, S.A.	Camerún	39.000	29	42.500	44	69
Concern Universal Microfinance Operations	Malawi	37.894	82	44.845	82	36
Caisse Coopérative d'Epargne et de Crédit Mutuel	Burundi	37.675	74	43.354	74	112, 132

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31. dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
BRAC Uganda	Uganda	37.052	100	107.708	99	21
Asha Microfinance Bank Ltd.	Nigeria	35.959	100	35.959	100	53
Wasasa Microfinance Institution, S.C.	Etiopía	32.776	60	43.702	45	102
Catholic Relief Services Kenya	Kenia	31.629	84	52.714	84	162
CARE International in Mali	Malí	30.540	100	47.719	100	41
UM-PAMECAS	Senegal	30.000	90	75.806	61	120
FUCEC - TOGO	Togo	29.815	100	77.899	64	89
Crédit Communautaire d'Afrique	Camerún	29.230	69	63.121	62	55, 115
LAPO Microfinance Bank Ltd.	Nigeria	28.440	20	355.502	92	99
Catholic Relief Services Uganda	Uganda	25.473	70	42.455	70	162
Catholic Relief Services Tanzania	Tanzania	25.198	61	41.997	61	162
Système Financier Décentralisé ASUSU, S.A.	Níger	25.000	67	38.555	75	20, 88
Réseau des Caisses d'Epargne et de Crédit Nyèsigiso	Malí	24.131	21	24.812	43	30
A Self-Help Assistance Program, Zimbabwe	Zimbabue	21.005	81	21.005	81	81
Plan International - Region of East and Southern Africa	Kenia	19.948	6	128.568	53	117
CARE International in Malawi	Malawi	19.321	80	36.872	80	41
CAURIE-Micro Finance	Senegal	18.967	100	41.770	99	65
Union des Clubs d'Epargne et de Crédit du Mayo-Kebbi de Pala	Chad	16.174	31	17.971	31	112
CARE International in Mozambique	Mozambique	15.469	74	28.024	74	41
Molyn Credit Ltd.	Kenia	15.000	58	20.000	55	82
ASA Ghana	Ghana	14.246	100	40.702	99	57
Micro Start - Action des Femmes pour le Développement	Burkina Faso	14.003	98	18.924	91	127
Grandissons Ensemble ASBL	República Democrática de Congo	13.000	70	13.000	90	109
Catholic Relief Services Rwanda	Ruanda	12.998	68	21.663	68	162
Institution de Micro finance Hekima	República Democrática de Congo	12.684	94	13.213	94	90
CAMEC Nationale	Malí	11.745	56	20.824	37	30
Union des Baoré Tradition d'Epargne et de Crédit	Burkina Faso	11.500	70	13.900	58	52, 152
Catholic Relief Services Benin	Benín	11.379	74	18.965	74	162
CARE International in Ethiopia	Etiopía	10.110	70	22.874	70	41
BRAC Microfinance Ltd. Sierra Leone	Sierra Leona	8.704	100	16.837	99	25
CARE International in Sierra Leone	Sierra Leona	8.480	66	12.080	66	41
Kraban Support Foundation	Ghana	8.017	98	9.606	98	8
BRAC Liberia Microfinance Company Ltd.	Liberia	8.012	100	20.559	99	150
Catholic Relief Services Malawi	Malawi	6.478	79	10.796	79	162
Association des Caisses de Financement à la Base	Benín	6.438	96	28.905	85	159
Catholic Relief Services Ethiopia	Etiopía	6.005	68	10.008	68	162
Réseau des Caisses Communautaires Rurales du Bénin	Benín	4.461	100	5.577	97	136
Catholic Relief Services Zimbabwe	Zimbabue	4.104	75	6.841	75	162
Catholic Relief Services Burundi	Burundi	4.033	62	6.721	62	162
CARE International in Ghana	Ghana	4.011	75	14.072	75	41
Catholic Relief Services Ghana	Ghana	3.938	86	6.563	86	162

Instituciones	País	Clientes más pobres al 31. dic. 2010	% de clientes más pobres que son mujeres	Total de clientes activos al 31.dic. 2010	% total de mujeres	Verificada por
Catholic Relief Services Mali	Malí	3.550	91	5.916	91	162
Catholic Relief Services Burkina Faso	Burkina Faso	3.429	80	5.715	80	162
CARE International in Lesotho	Lesoto	3.222	83	5.722	83	41
Catholic Relief Services Senegal	Senegal	2.940	80	4.900	80	162
OMAKONSULTS Microfinance Institution	Nigeria	2.800	100	3.586	98	150
Aidez Small Project International	Ghana	2.770	3	3.864	97	10
Imo Self Help Organization	Nigeria	2.500	95	3.500	95	118
Catholic Relief Services Cameroon	Camerún	2.037	79	3.395	79	162
Catholic Relief Services Democratic Republic of Congo	República Democrática de Congo	1.945	73	3.241	73	162
Catholic Relief Services Sierra Leone	Sierra Leona	1.592	63	2.654	63	162
CARE International in Madagascar	Madagascar	768	54	1.118	54	41
Catholic Relief Services Madagascar	Madagascar	541	55	902	55	162
Catholic Relief Services Lesotho	Lesoto	521	76	868	76	162
Catholic Relief Services Nigeria	Nigeria	437	81	728	81	162
Catholic Relief Services Zambia	Zambia	357	85	595	85	162
Catholic Relief Services Central African Republic	República Centroafricana	354	79	590	75	162
CARE International in Liberia	Liberia	353	81	441	81	41
Catholic Relief Services Liberia	Liberia	280	55	467	55	162
Catholic Relief Services Niger	Níger	153	54	254	54	162
Catholic Relief Services Eritrea	Eritrea	46	100	76	100	162

## Apéndice II: Lista de verificadores

Número	Nombre del verificador	Institución	País
1	Abdel-Baki, Ranya	Sanabel – The Microfinance Network for the Arab Countries	Egipto
2	Abdula, Kelifa	Self Help Africa	Etiopía
3	Ahmed, Syed Mohsin	Pakistan Microfinance Network (PMN)	Pakistán
4	Ali, Zulfiquar	Bangladesh Institute of Development Studies (BIDS)	Bangladesh
5	Alok, Deepak	M2i Consulting	India
6	Alvarez, Leonardo	Plan International - Region of Americas and Caribbean	Tailandia
7	Amata, Gondelina	National Livelihood Development Corporation	Filipinas
8	Amoa-Bosompem, Magnus	ASSFIN	Ghana
9	Anandkumar, T.S.	ICICI Bank	India
10	Andah, David O.	Ghana Microfinance Institutions Network (GHAMFIN)	Ghana
11	Andriess, Gauke	Cordaid	Países Bajos
12	Annadanam, Veena Yamini	MicroSave	India
13	Anthony, Emil	Consultant	Sri Lanka
14	Aquino Jr., Carlos H.	Microfinance Council of the Philippines, Inc. (MCPI)	Filipinas
15	Arbab, Amjad	Shore Bank International	Pakistán
16	Ashfaq, Yasir	Pakistan Poverty Alleviation Fund (PPAF)	Pakistán
17	Assaad, Julia	Grameen-Jameel Pan-Arab Microfinance Ltd.	Émiratos Árabes Unidos
18	Auerbach, Paula	Banco Interamericano de Desarrollo (BID)	Ecuador
19	Awal, Md. Abdul	Credit and Development Forum (CDF)	Bangladesh
20	Ba, Aminata	Agence de Régulation du Secteur de la Micro Finance	Níger
21	Baguma, David	Association of Microfinance Institutions of Uganda (AMFIU)	Uganda
22	Banerjee, Tarun	ACCESS Development Services	India
23	Bhandari, Aditya	Incofin Investment Management	India
24	Bhattarai, Sangya	Nepal Investment Bank Ltd.	Nepal
25	Bin Seraj, Faisal	BRAC West Africa Programme - Research and Evaluation Unit	Sierra Leona
26	Bittencourt, Gilson Alceu	Secretaria de Política Económica, Ministério da Fazenda	Brasil
27	Bouan, Maxime	Blue Orchard Finance	Suiza
28	Brown, Chris	CB Consulting	Azerbaijón
29	Calle, Dalila	Microfinanza Rating	Ecuador
30	Camara, Ibrahim	APIM-Mali	Mali
31	Cameron, Derek	Canadian Co-operative Association	Canadá
32	Caneke Pinelo, Maritza	Fondo de Desarrollo Local para Guatemala - Cooperación Sueca ASDI	Guatemala
33	Castro, Nestor	Asociación de Instituciones Financieras para el Desarrollo Rural (FINRURAL)	Bolivia
34	Chegu, Rajiv	Michael & Susan Dell Foundation	India
35	Chehade, Nadine	Planet Rating	Francia
36	Chilumpha, Fletcher	Financial Inclusion in Malawi (FIMA) Project	Malawi
37	Chowdury, Hossain	Grameen Trust	Bangladesh
38	Condé, Kémo	Banque Centrale	Guinea
39	Connor, Erin	Grameen Foundation	Estados Unidos
40	Cortes Neri, Marcelo	Fundação Getúlio Vargas	Brasil
41	Coulibaly, Abdoul Karim	Access Africa - CARE USA	Tanzania
42	Dam, Tran Van	Vietnam Bank for Agriculture and Rural Development	Vietnam
43	Daniels, Mark	Opportunity International Australia	Australia
44	Das, Vijayalakshmi	Ananya Finance for Inclusive Growth Pvt. Ltd.	India

Número	Nombre del verificador	Institución	País
45	Data, Charles	Southern Sudan Microfinance Development Facility	Alemania
46	Dean, Debra	Grameen Foundation	Estados Unidos
47	Diokno-Villaviray, Aurora Luz	Department of Finance	Filipinas
48	D'souza, Judith	IFAD	India
49	Du, Xiaoshan	Rural Development Intuition	China
50	Dueb, Nasser	AGFUND	Arabia Saudita
51	Ehigiamusoe, Godwin	LAPO Microfinance Bank Ltd.	Nigeria
52	Ehlinger, Aude	SOS Faim	Luxemburgo
53	Fabamwo, Olufemi	Central Bank of Nigeria	Nigeria
54	Fakiri, Katrin	Microfinance Investment Support Facility for Afghanistan (MISFA)	Afganistán
55	Fanche, William	Afriexchange	Camerún
56	Flores, Indiana	Red de Microfinancieras de Honduras (REDMICROH)	Honduras
57	Fosu Quaye, Clara	Ghana Microfinance Institutions Network (GHAMFIN)	Ghana
58	Galo Vanegas, Yoselin	REDCAMIF	Nicaragua
59	García Bedregal, Luis	Freedom from Hunger	Perú
60	Garrido Noguera, Celso	Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco	México
61	Generoso, Edgar	People's Credit and Finance Corporation (PCFC)	Filipinas
62	Gómez, Wilson	AECOM Internacional	Colombia
63	Grine, Abderrahim	KPMG	Marruecos
64	Guadagnin, João Luiz	Ministério do Desenvolvimento Agrário	Brasil
65	Gueye, Absa	APSPD Sénégal	Senegal
66	Gupta, Bhawani Shankar	Support Dvc Colony, Hazaribag Jharkhand	India
67	Gupta, Sanjay	SIDBI	India
68	Halemane, Nanda	Prasthuthi	India
69	Hamadou, Ibrahima	Fonds Provincial de Refinancement	Camerún
70	Hamdan, Marwan	Delta Informatics	Jordania
71	Hansen, Katja	Evangelischer Entwicklungsdienst (EED)	Alemania
72	He, Guangwen	Center for Rural Finance & Investment Research, China Agriculture University	China
73	Hernández, Carlos	Oikocredit	Costa Rica
74	Herrera, Jessica	Red Financiera Rural	Ecuador
75	Higuera, Claudio	Emprender y Presidente Asomicrofinanzas	Colombia
76	Hung, Dao Van	Policy and Development Institute	Vietnam
77	Ibrahimpasic, Maja	USAID-Sida FIRMA Project	Bosnia y Herzegovina
78	Ismawan, Bambang	Yayasan Bina Swadaya	Indonesia
79	Jain, Jayesh	Grameen Foundation	India
80	Jain, Vinod	Trust Consulting, Lucknow	India
81	Kakono, Tafirenyika	CARE International	Zimbabue
82	Karanja, Carol	Association of Microfinance Institutions (AMFI) Kenya	Kenia
83	Karki, Sanjay	Mercy Corps Nepal	Nepal
84	Karlan, Dean	Innovations in Poverty Action at Yale University	Estados Unidos
85	Kashem, Md. Abdul	Palli Karma-Sahayak Foundation (PSKF)	Bangladesh
86	Kewe, Sosthenes	Financial Sector Deepening Trust	Tanzania
87	Khan, Ather Azim	University of Central Punjab	Pakistán
88	Kiepin Toyé, Amina	Association Professionnelle des Systèmes Financiers Décentralisés du Niger (AP/SFD Niger)	Níger

Número	Nombre del verificador	Institución	País
89	Kpizing, Esodong H.	Ministère de l'Economie et des Finances, Cellule d'Appui et de Suivi des Institutions Mutualistes ou Coopératives d'Épargne et de Crédit	Togo
90	Kreger, Michelle	Kiva	Estados Unidos
91	Kuhn Fraioli, Lisa	Freedom from Hunger	Estados Unidos
92	Kumar, N. Manmath	Vijaya Bank	India
93	Kurera, Niroshan	Etimos Lanka Pvt. Ltd.	Sri Lanka
94	Lamrini, Rida	INMAA	Marruecos
95	Landmann, Lucretia	Symbiotics Research & Advisory S.A.	Suiza
96	Latifee, Huzzat I.	Grameen Trust	Bangladesh
97	Lwin, U Aye	UNDP	Myanmar
98	Martínez Rojas Rustrían, Jesús A.	McBride Corp.	México
99	Marx, Michael	Food and Agriculture Organization (FAO)	Italia
100	Mees, Marc	SOS Faim	Luxemburgo
101	Mehta, Anjali	Indian School of Microfinance for Women	India
102	Mensink, Mariel	Terrafina Microfinance	Países Bajos
103	Meza, Jorge	COPEME	Perú
104	Mogilshetty, Shilpa	Consultant	India
105	Mohan, Brij	ACCESS Development Services	India
106	Moris, A. John	M/S A. John Moris & Co., Chartered Accountants	India
107	Mridha, Md. Abdul Hye	Institute of Microfinance	Bangladesh
108	Mugwang'a, Trevor	MicroSave	Kenia
109	Mukalayi, Toussaint	CRONGD - KINSHASA	República Democrática de Congo
110	Nabi, Md. Atiqun	INAFI Asia and Bangladesh	Bangladesh
111	Nath, Bhabatosh	Responsive to Integrated Development Services (RIDS)	Bangladesh
112	Ndayishimiye, Cyprien	Réseau des Institutions de Microfinance (RIM)	Burundi
113	Ngamine, Jean	Caritas Suisse	Chad
114	Nguyen, Nhien	Center for International Cooperation	Vietnam
115	Niebou, Achille Aimé	Cabinet A. NIEBOU	Camerún
116	Nilesh, Arya	Sa-Dhan	India
117	Norgah, Samuel	Plan International - Region of East and Southern Africa	Kenia
118	Ochekwu, Amedu Andrew	Centre for Microenterprise Development	Nigeria
119	Ohri, Chandni	Grameen Foundation	India
120	Ouédraogo, Alpha	Confédération des Institutions Financières (CIF)	Burkina Faso
121	Padmakumar, K.P.	NABARD Malappuram	India
122	Paramasivaiah, N.T.	Navachetana Microfin Services Pvt. Ltd.	India
123	Peraci, Adoniram Sanches	Food and Agriculture Organization (FAO)	Brasil
124	Perumal, Sai B.	mFinstreet	India
125	Puglielli, Laura	Global Partnerships	Estados Unidos
126	Purnama, Frans	Indonesian Microfinance Association	Indonesia
127	Raginel, Laetitia	Entrepreneurs du Monde	Burkina Faso
128	Rahman, Hossain Zillur	Power and Participation Research Centre	Bangladesh
129	Ramos, Kenia	Fundacion Codespa	República Dominicana
130	Rao, D.S.K.	Microcredit Summit Campaign	India
131	Roy, Michael A.	Local Government Engineering Department	Bangladesh

Número	Nombre del verificador	Institución	País
132	Ruf, Rebecca	Women's World Banking	Estados Unidos
133	Ruiz, Clemente	Universidad Nacional Autónoma de México	México
134	Ruiz, Daniel	REDIMIF	Guatemala
135	Ryan, Johanna	VisionFund International	Reino Unido
136	Salifou, Moussa	Axes de Développement Consulting (AD Consulting)	Benín
137	Sánchez, Raúl	Red Katalysis	Honduras
138	Sansone, Philip	Whole Planet Foundation	Estados Unidos
139	Senghor, Bai	Central Bank of The Gambia	Gambia
140	Sharma, Abhijit	Indian Institution of Bank Management	India
141	Shrestha, Shankar Man	Rural Microfinance Development Center Ltd. (RMDC)	Nepal
142	Simanowitz, Anton	Institute of Development Studies	Reino Unido
143	Singh, Saneesh	Dia Vikas Pvt. Ltd	India
144	Singh, Sarjeet	Support for Sustainable Society	India
145	Srinivas, T. Balaji	Lakshmi Vilas Bank	India
146	Stack, Kathleen	Freedom from Hunger	Estados Unidos
147	Stanley, Francis Joseph	Skills for Progress (SKIP)	India
148	Sumarta, Harya	Gema PKM Indonesia	Indonesia
149	Sundar, Paul	Habitat for Humanity India Trust	India
150	Taiwo, Kehinde	Obafemi Awolowo University, Ileife	Nigeria
151	Tamba II, Kollie S.	Central Bank of Liberia	Liberia
152	Tassebedo, Moussa	Lessokon	Burkina Faso
153	Thy, Yuthear	Amret Microfinance Institution	Camboya
154	Toohig, Jeff	Grameen Foundation	Estados Unidos
155	Torres, Olga	Agora Microfinance Partners LLP	Reino Unido
156	Touhid, Gulam	Palli Karma-Sahayak Foundation (PSKF)	Bangladesh
157	Turiel, Daniel	ACTEC	Bélgica
158	Valenzuela, Cesar	Espiralica Research & Consulting	Honduras
159	Van de Voorde, Herman	BØRNEfonden Bénin	Benín
160	Van Middelkoop, M.B.	Woord en Daad	Países Bajos
161	Vandeweerd, Luc	ADA Luxembourg	Luxemburgo
162	Vanmeenen, Guy	Catholic Relief Services	Kenia
163	Venkatanarayana, G. R.	G.R. Venkatanarayana Chartered Accountants	India
164	Villiagas, Socrates	Catholic Church	Filipinas
165	Vineethkumar, V. S.	Law Quarters	India
166	Xiao, Rong	Give2Asia	China
167	Zain, Shaimaa	Sanabel - The Microfinance Network of Arab Countries	Egipto
168	Zayat, Rizkallah	USAID Cairo	Egipto
169	Zulu, Mathews	Swedish Cooperative Center	Malawi

# Apéndice III: Instituciones e individuos que entregaron un Plan de Acción en el 2011

## Consejo de Partidarios

Convergences 2015, Francia  
Country Women Association of Nigeria (COWAN), Nigeria  
Imp-Act Consortium, Reino Unido  
Institute for International Urban Development, Estados Unidos  
International Association for Community Development, Reino Unido  
World Microfinance Forum-Geneva, Suiza  
World Savings Banks Institute (WSBI), Bélgica

## Consejo de Bancos e Instituciones Financieras Comerciales

BancoEstado Microempresas, S.A., Chile  
SNS Impact Investing, Países Bajos

## Consejo de Corporaciones

Responsive to Integrated Development Service (RIDS), Bangladesh

## Consejo de Agencias de Gobiernos Nacionales

National Poverty Eradication Programme, Nigeria

## Consejo de Instituciones Educativas

10thousandgirl Campaign, Australia  
Centre de Formation en Management et Développement Organisationnel,  
République Démocratique du Congo  
G3 Microfinanzas, Bolivia  
Graduate College of Aviation, Sierra Leona  
International University of Business Agriculture and Technology (IUBAT),  
Bangladesh  
Máster en Microcréditos para el Desarrollo-Universidad Autónoma de Madrid,  
España  
Point Loma Nazarene University's Microfinance Club, Estados Unidos  
Southern Illinois University, School of Social Work, Estados Unidos  
Yunus Centre for Social Business and Health, Reino Unido

## Consejo de Fundaciones y Filántropos

1to4 Foundation, Suiza  
Citi Foundation, Estados Unidos  
Fondation Sen'Finances, Senegal  
Fundación FIDESMA, Guatemala  
Grameen Crédit Agricole Microfinance Foundation, Luxemburgo  
Kamayo Mindanao Foundation, Inc., Filipinas  
Mulchand and Parpati Thadhani Foundation, Estados Unidos

## Consejo de Partidarios Individuales

Patrick Yankey, Ghana  
Allison Barber, Estados Unidos  
Joanne Sow Hup Chan, China  
Marta García Mandaloniz, Islas Marianas del Norte  
Sheila McLeod Arnopoulos, Canadá  
Francoise Clementi, España

## Consejo de Instituciones Financieras Internacionales

Arab Gulf Programme for Development (AGFUND), Arabia Saudita  
Banco Centroamericano de Integración Económica, Honduras  
International Finance Corporation (IFC), Estados Unidos

## Consejo de Organizaciones No-Gubernamentales (ONG)

Abundant Life Mission, Uganda  
Action Solidaire Pour le Développement Communautaire, Burundi  
Asamblea de Cooperación por la Paz, España  
ASEFED, Camerún  
Banlieues du Monde Mauritanie, Mauritania  
Family Resources Development Motivators, Nigeria  
Forum des Anciens Combattants par la Lutte Contre le SIDA, Amélioration de la  
Santé et de l'Education, Burundi  
Fresh Mercy Ministries, India  
Friends of Farming Association, Uganda  
Fundación Ayuda en Acción, España  
Fundación Habitáfrica, España  
Fundación Iberoamericana para el Desarrollo, España  
Habari Multipurpose Cooperative Society Ltd., Kenia  
Janamangal Sanskrutik Anusthan, India  
Khoson Credit Union, Ucrania  
Liberia Initiative for Community Empowerment Inc.  
Livelihood NGO, Camerún  
Microfinance Information Exchange, Estados Unidos  
New Age Spirit International, Nigeria  
Rural Technology and Management Khadi & Village Industries Samiti, India  
SOTERMUN, España  
Tostan, Senegal  
Visión para el Desarrollo, Perú  
Women Emancipation and Empowering Group, Ghana  
Young Stars Cultural Troupe of Nigeria

## Consejo de Agentes de Microfinanzas

A Self-Help Assistance Program (ASAP) Malawi  
A Self-Help Assistance Program (ASAP) Zimbabwe  
Aakay Ang Milamdec Microfinance Foundation, Inc., Filipinas  
ACCESS Development Services, India  
Ad Jesum Development Foundation, Inc., Filipinas  
Ad-din Welfare Centre-Jessore, Bangladesh  
Addis Credit and Saving Institution, Etiopía  
Adelante Foundation, Honduras  
Adhikar, India  
AGRAGATI, Bangladesh  
Agricultural Science Foundation, India  
AgroAmigo-Banco do Nordeste do Brasil S/A, Brasil  
AgroInvest, Serbia  
Aidez Small Project International, Ghana  
Akhawat, Pakistán  
Al Amal Microfinance Bank, Yemen  
Al Amana Microfinance, Marruecos  
Al Tadamun Microfinance Foundation, Egipto  
Alalay Sa Kaunlaran Sa Gitnang Luzon, Inc., Filipinas  
Albanian Savings and Credit Union, Albania  
Alexandria Business Association-Small and Micro Enterprise, Egipto  
Al-Falah Aam Unnayan Sangstha, Bangladesh  
Alliance de Crédit et d'Épargne Pour la Production, Senegal  
Association for Micro-Entreprise Development (AIAMED), India  
Alternative Development Initiative, Bangladesh  
Amanah Ikhtiar Malaysia  
Ameen s.a.l., Líbano  
Amhara Credit and Savings Institution, Etiopía  
Ananyo Samaj Kallyan Sangostha-Pabna, Bangladesh

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

Ananya Finance for Inclusive Growth Pvt. Ltd., India	Bangladesh Extension Education Services
Angkor Mikroheranhvatho (Kampuchea) Co., Ltd., Camboya	Bangladesh Krishi Bank
Annesha Foundation, Bangladesh	Bangladesh Rural Integrated Development for Grub-Street Economy (BRIDGE)
Ansar–VDP Unnayan Bank, Bangladesh	Bangladesh Rural Development Board (BRDB)
Apoyo Económico Familiar, S.A. de C.V., México	Bank of Agriculture, Nigeria
Arohan Financial Services Pvt. Ltd., India	Banque de l'Union Haïtienne, S. A.–Krédi Popilè, Haití
ASA Afghanistan Ltd.	Banque Tunisienne de Solidarité, Túnez
ASA Bangladesh	Banrural Grameen Microfinanzas, Guatemala
ASA Ghana	BASTOB—Initiative for People's Self-Development, Bangladesh
ASA Initiative, Ghana	Beselidhja–Zavet Micro Finance, Kosovo
ASA International, Bangladesh	Bina Swadaya, Indonesia
ASA International India Microfinance Pvt. Ltd., India	BRAC Bangladesh
ASA Pakistan, Ltd.	BRAC Liberia Microfinance Company Ltd., Liberia
ASA Philippines Foundation, Inc., Filipinas	BRAC Microfinance Afghanistan
Asha Microfinance Bank Ltd., Nigeria	BRAC Microfinance Ltd. Sierra Leone
ASHRAI, Bangladesh	BRAC Pakistan
Asmitha Microfin Ltd., India	BRAC Southern Sudan, Sudán del Sur
Asociación Alternativa para el Desarrollo Integral de las Mujeres, Nicaragua	BRAC Sri Lanka
Asociación Benéfica PRISMA, Perú	BRAC Tanzania
Asociación Costa Rica Grameen, Costa Rica	BRAC Uganda
Asociación de Familia y Medio Ambiente, Honduras	BSS Microfinance (Pvt.) Ltd., India
Asociación de Instituciones Financieras para el Desarrollo Rural (FINRURAL), Bolivia	BURO Bangladesh
Asociación de Mujeres en Desarrollo (MUDE), Guatemala	BWDA Finance Ltd., India
Asociación Fondo de Desarrollo Regional, Perú	Caisse Coopérative d'Épargne et de Crédit Mutuel, Burundi
Asociación NEC RED Rural Sondondo, Perú	Caisse d'Action Mutuelle d'Épargne et de Crédit, República Democrática del Congo
Asociación Nicaragüense de Instituciones de Microfinanzas, Nicaragua	Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Colombia
Asociación para el Desarrollo Integral Comunitario de Honduras	Caja de Crédito de Acajutla, El Salvador
Asociación para el Desarrollo Integral Rural, Guatemala	Caja de Crédito de Jocoro S.C. de R.L. de C.V., El Salvador
Asociación Para Inversión y Empleo (ASPIRE), República Dominicana	Caja de Crédito de San Martín, El Salvador
Asociación Salvadoreña de Extensionistas Empresariales del INCAE, El Salvador	Caja de Crédito de Santiago Nonualco, El Salvador
Asomi Finance Private Ltd., India	Caja de Crédito de Usulután S.C. de R.L. de C.V., El Salvador
ASPADA Paribesh Unnayan Foundation, Bangladesh	Caja de Crédito de Zacatecoluca, El Salvador
Assistance for Social Organization and Development, Bangladesh	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Arequipa, Perú
Association de Microfinance Oued Srou, Marruecos	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo, Perú
Association d'Entraide Professionnelle, Líbano	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Ica, Perú
Association des Caisses de Financement à la Base, Benín	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Maynas, Perú
Association for Realisation of Basic Needs, Bangladesh	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Sullana, Perú
Association for Rural Advancement in Bangladesh	Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Tacna S.A., Perú
Association Nationale des Institutions de Microfinance d'Haïti	CAMEC Nationale, Malí
Association of Asian Confederation of Credit Unions (ACCU), Tailandia	Capital Aid Fund for Employment of the Poor (CEP) - Ho Chi Minh City, Vietnam
Association of Cambodian Local Economic Development Agencies (ACLEDA) Bank Ltd., Camboya	CARD MRI, Filipinas
Association of Development for Economic and Social Help, Bangladesh	CARE International in Ethiopia
Association of Microfinance Institutions of Uganda (AMFIU)	CARE International in Ghana
Association of Productive Entrepreneurship, Ghana	CARE International in Kenya
Association pour le Droit à l'Initiative Économique (ADIE), Francia	CARE International in Lesotho
Association Professionnelle des Institutions de Microfinance (APIM) au Burkina Faso	CARE International in Liberia
Association Professionnelle des Institutions de Microfinance (APIM) du Mali	CARE International in Madagascar
ATMABISWAS, Bangladesh	CARE International in Malawi
Bank Tabungan Pensiunan Nasional Sharia, Indonesia	CARE International in Mali
Banco de Ahorro y Crédito ADOPEM, S.A., República Dominicana	CARE International in Mozambique
Banco de las Microfinanzas Bancamía S.A., Colombia	CARE International in Rwanda
Banco FIE, S.A., Bolivia	CARE International in Sierra Leone
Banco FINCA, Ecuador	CARE International in Tanzania, Tanzania
Banco Solidario, S.A., Ecuador	CARE International in Uganda
Bandhan Financial Services (Pvt.) Ltd., India	Caritas Bangladesh
Bandhu Kallyan Foundation, Bangladesh	CASHPOR Micro Credit, India
Bangladesh Association for Social Advancement	Catholic Relief Services, Estados Unidos
Bangladesh Development Society	Catholic Relief Services Benin
Bangladesh Environment Development Organisation	Catholic Relief Services Burkina Faso
	Catholic Relief Services Burundi
	Catholic Relief Services Cameroon

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

Catholic Relief Services Central African Republic	Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción a la Pequeña y Microem- presa (COPEME) de Perú
Catholic Relief Services Democratic Republic of Congo	Cooperativa de Ahorro y Crédito de Santander Ltda., Colombia
Catholic Relief Services Eritrea	Cooperativa de Ahorro y Crédito Fernando Daquilema Ltda., Ecuador
Catholic Relief Services Ethiopia	Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas (CACMU), Ltda., Tantanakushka Warmikunapak, Ecuador
Catholic Relief Services Ghana	Cooperativa de Ahorro y Crédito UCADE—Padre Vicente Ponce Rubio, Ecuador
Catholic Relief Services Kenya	Cooperativa Multiactiva de Aporte y Crédito para el Desarrollo del Autoempleo, Colombia
Catholic Relief Services Lesotho	Coopérative d'Épargne et de Crédit Bolingo, República del Congo
Catholic Relief Services Liberia	Coopérative d'Épargne et de Crédit pour des Chrétiens Unis, República Democrática del Congo
Catholic Relief Services Madagascar	Coopérative d'Épargne et de Crédit Pour le Développement Kasai Occidental, República Democrática del Congo
Catholic Relief Services Malawi	Coopérative d'Épargne et de Crédit (COOPEC)—TUMAINI, República Democrática del Congo
Catholic Relief Services Mali	Corporación Acción por el Tolima—Actuar Famiempresas, Colombia
Catholic Relief Services Niger	Corporación CORPROEM, Colombia
Catholic Relief Services Nigeria	Corporación Viviendas Hogar de Cristo, Ecuador
Catholic Relief Services Rwanda	Council for Socio Economic Benevolent Action, India
Catholic Relief Services Senegal	COWAN African Responsive Banking Micro Finance Bank, Nigeria
Catholic Relief Services Sierra Leone	CrediAmigo—Banco do Nordeste do Brasil S.A., Brasil
Catholic Relief Services Sudan	CREDIFE Desarrollo Micro Empresarial—Banco Pichincha, Ecuador
Catholic Relief Services South Sudan, Sudán del Sur	Crédit Communautaire d'Afrique, Camerún
Catholic Relief Services Tanzania	Crédit du Sahel S.A., Camerún
Catholic Relief Services Uganda	Credit MFI, Camboya
Catholic Relief Services Zambia	Crédit Rural de Guinée S.A., Guinea
Catholic Relief Services Zimbabwe	Crédito con Educación Rural, Bolivia
CAURIE-Micro Finance, Senegal	Dak Diye Jai, Bangladesh
Cauvery Kalpatharu Grameen Bank, India	Dakahya Businessmen's Association for Community Development, Egipto
Centenary Bank, Uganda	Dedebit Credit and Saving Institution Share Company (DECSI), Etiopia
Central Cresol Baser, Brasil	DevA Access and Empowerment International Ltd./Gtee., Nigeria
Central People's Credit Fund of Vietnam	Development Action for Mobilization and Emancipation (DAMEN), Pakistán
Centre for Action Research-Barind, Bangladesh	Development and Employment Fund—Reyada, Jordania
Centre for Advanced Research and Social Action, Bangladesh	Development Association for Rural Peoples, Bangladesh
Centre for Development Innovation and Practices, Bangladesh	Development Initiative for Social Advancement, Bangladesh
Centre for Grassroots Economic Empowerment, Nigeria	Development Organisation of the Rural Poor, Bangladesh
Centre for Mass Education in Science, Bangladesh	Development Project Service Centre, Nepal
Centre for Micro-Finance, Nepal	Development Promotion Group, India
Centre for Rehabilitation Education and Earning Development (CREED), Bangladesh	Development Support Team, India
Centre for Self-Help Development, Nepal	Développement international Desjardins, Canadá
Centro de Apoyo al Microempresario, I.A.P., México	Dhaka Ahsania Mission, Bangladesh
CF FINAMERICA, S.A., Colombia	Dian Bhuan Lestari Foundation, Indonesia
CF Lanka Microfinance, Sri Lanka	Dunduliza, Tanzania
CHF (ACSI)-Iraq	Dushtha Shasthya Kendra, Bangladesh
CHF International, Estados Unidos	DWIP Unnayan Sangstha, Bangladesh
CHF International ACSI, Líbano	EB-ACCION Microfinance S.A., Camerún
Chhimek Bikas Bank Ltd., Nepal	EC Bangladesh
Chifeng Zhaowuda Women's Sustainable Development Association, China	Eco-Social Development Organisation, Bangladesh
ChildFund Afghanistan Microfinance	Edpyme Proempresa S.A., Perú
ChildFund India	Edpyme Raíz, Perú
China Foundation for Poverty Alleviation, China	Edpyme Solidaridad y Desarrollo Empresarial S.A.C., Perú
Christian Service Society, Bangladesh	enda inter-arabe, Túnez
Coastal Association for Social Transformation (COAST) Trust, Bangladesh	Ensure Development Activities for Vulnerable Underprivileged Rural People (ENDEAVOUR), Bangladesh
Coastal People's Development Association, India	Enterprise Bank Inc., Filipinas
Community Development Society, India	Environment Council Bangladesh, Bangladesh
Community Economic Ventures, Inc., Filipinas	Equipe Pastorale auprès des Enfants en Détresse, República Democrática del Congo
Community Finance Resource Center (CFRC), Vietnam	Equipo de Educación y Autogestión Social, Perú
Community Services Trust, India	Equitas Micro Finance India Private Ltd., India
Community Support Concern, Pakistán	Equity Bank Ltd., Kenia
Community Women Development Centre, Nepal	
Compartamos Banco, México	
Concern for Environmental Development and Research (CEDAR), Bangladesh	
Concern Universal Microfinance Operations, Malawi	
Consorcio de ONGs Promoción de la Mujer y la Comunidad (PROMUC), Perú	

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

ESAF Micro Finance and Investments (Pvt.) Ltd., India	Ghana Microfinance Institutions Network (GHAMFIN)
Esperanza Internacional, República Dominicana	GHASHFUL, Bangladesh
European Microfinance Network, Francia	Global Bahumukhi Sahakari Sanstha (Global Multiple Cooperative Organization) Ltd., Nepal
Express Finance IFN S.A., Rumania	Gono Kallayan Trust, Bangladesh
Faïtière des Unités Coopératives d'Épargne et de Crédit du Togo	Gono Unnayan Prochesta, Bangladesh
Farmers Development Union, Nigeria	GP Finance, Camerún
Fédération Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito, Perú	Gram Unnayan Karma, Bangladesh
Fédération des Caisses Populaires du Burkina (FCPB), Burkina Faso	Gram Utthan, India
Fédération des ONG du Sénégal	Grama Vidiyal Micro Finance Ltd., India
Fédération Nationale des COOPEC du Burundi	Grameen Bank, Bangladesh
Financiera Confianza, Perú	Grameen Development Services, India
Financiera FAMA, Nicaragua	Grameen Financial Services Pvt. Ltd., India
Financiera Mexicana para el Desarrollo Rural, México	Grameen Foundation, Estados Unidos
FINCA Afghanistan	Grameen Jano Unnayan Sangstha, Bangladesh
FINCA Azerbaijan	Grameen Manobik Unnayan Sangstha, Bangladesh
FINCA Guatemala	Grameen Trust, Bangladesh
FINCA Haiti	Grandissons Ensemble ASBL, República Democrática del Congo
FINCA Jordan	Grassroots Health Organization of Nigeria
FINCA México A.C.	Grooming People for Better Livelihood Centre, Nigeria
FINCA Perú	Growing Opportunity Finance Pvt. Ltd., India
FINENZA, España	Guidance Society for Labour Orphans and Women (GLOW), India
Five Talents UK, Reino Unido	Habiganj Unnayan Sangstha, Bangladesh
Fondation Banque Populaire pour le Micro Crédit (FBPMC), Marruecos	Hagdan Sa Pag-Usuwag Foundation Inc., Filipinas
Fondo de Desarrollo Microempresarial, Ecuador	Halley Movement, Mauricio
Fondo para el Desarrollo Social de la Ciudad de México	Harmos Micro Enterprise Development Ltd.– Vision Fund Zambia
Fonds d'Actions Mutuelles, República del Congo	HEED Bangladesh
Fonds d'Appui aux Activités Rémunératrices des Femmes, Burkina Faso	Heifer Project International China, China
Fonkozé–Fondasyon Kole Zepòl, Haití	HFC Boafo Microfinance Services Ltd., Ghana
Fortune Grassroots Development Initiative MFI, Nigeria	Hilful Fuzul Samaj Kallyan Sangstha, Bangladesh
Forum for Rural Women Ardency Development (FORWARD), Nepal	Holy Cross Social Service Centre, India
Foundation for a Sustainable Society Inc., Filipinas	HOPE, Bangladesh
Foundation for Women, Estados Unidos	HOPE Foundation, India
Foundation for Women Liberia	ID Microfinance, Haití
Freedom from Hunger, Estados Unidos	IMF Créa-Sol, Francia
Friends for Community Development and Youth Empowerment, Nigeria	Imo Self Help Organization, Nigeria
Friendship Bridge, Estados Unidos	Institution de Microfinance Hekima, República Democrática del Congo
Friendship Bridge, Guatemala	Institution Marocaine d'Appui à la Microentreprise, Marruecos
Fund for the Encouragement of Self-Reliance, Vietnam	Instituto de Investigaciones Socio-Económicas y Tecnológicas, Ecuador
Fundación Agrocapital, Bolivia	Instituto Hondureño de Estudio y Desarrollo Integral de la Comunidad, Honduras
Fundación BanIgualdad, Chile	Integrated Development Foundation, Bangladesh
Fundación de Asesoría Financiera a Instituciones de Desarrollo y Servicio Social (FAFIDESS), Guatemala	INAFI International, Senegal
Fundación de Asistencia para la Pequeña Empresa, Guatemala	Islami Bank Bangladesh Ltd., Bangladesh
Fundación de Investigaciones Visuales Franco Mattiello, Argentina	Jagorani Chakra Foundation, Bangladesh
Fundación Diaconía–FRIF, Bolivia	Jana Utthan Samudayic Bank Ltd., Nepal
Fundación D-MIRO Misión Alianza, Ecuador	Janodaya Trust, India
Fundación ECOPETROL para el Desarrollo Del Magdalena Medio, Colombia	Jeevan Bikas Samaj, Nepal
Fundación Génesis Empresarial, Guatemala	Jeevankiran, India
Fundación Integral Campesina, Costa Rica	Jinnah Welfare Society, Pakistán
Fundación Mundo Mujer–Popayán, Colombia	Jordan Micro Credit Company (Tamweelcom), Jordania
Fundación para el Desarrollo de Nueva Segovia, Nicaragua	Joypurhat Rural Development Movement, Bangladesh
Fundación para el Desarrollo Integral de Programas Socioeconómicos, Guatemala	Kabaliikat Para Sa Maunlad Na Buhay Inc., Filipinas
Fundación para el Desarrollo Integral Espoir, Ecuador	Kafo Jiginew, Malí
Fundación Unión y Desarrollo de Comunidades Campesinas, Costa Rica	Kamurj Universal Credit Organization, Armenia
Funding the Poor Cooperative (FCP)–Chinese Academy of Social Sciences (CASS), China	Kapitalmujer S.A. de C.V. SOFOM E.N.R., México
FUNED VisionFund OPDF, Honduras	Karnataka Regional Organisation for Social Service, India
Gambia Rural Development Agency	Kashf Foundation, Pakistán
Gasha Micro-Financing S.C., Etiopía	Katalysis Red Microfinanciera Centroamericana, Honduras
Ghana Co-operative Susu Collectors Association Ltd.	Kaunlaran Sa Kabuahayan Microcredit Corporation, Filipinas
	Kazama Grameen Inc., Filipinas
	Kenya Agency for Development of Enterprise and Technology (KADET)

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

Kenya Women Finance Trust–DTM	National Bank of Cambodia
Khushhali Bank Ltd., Pakistán	National Development Programme, Bangladesh
KIEFD, Israel	National Microfinance Bank, Jordania
Konsej Nasyonal Finansman Popile, Haití	National Microfinance Foundation, Yemen
Kraban Support Foundation, Ghana	National Poverty Eradication Programme, Nigeria
Lak Jaya Microfinance Ltd (ASA International), Sri Lanka	National Rural Support Programme (NRSP), Pakistán
LAPO Microfinance Bank Ltd., Nigeria	Nav Bharat Jagriti Kendra, India
Laxmi Microfinance Development Bank Ltd., Nepal	Navachetana Microfin Services Pvt. Ltd., India
LEAD Foundation, Egipto	Negros Women for Tomorrow Foundation, Filipinas
Lebanese Association for Development (Al-Majmoua), Líbano	Nerude Laghubitta Bikas Bank Ltd., Nepal
Liberation Movement for Women, India	Network of Entrepreneurship and Economic Development (NEED), India
Lithuanian Central Credit Union, Lituania	New Life, India
L'Union des Mutuelles du Partenariat pour la Mobilisation de l'Épargne et du Crédit au Sénégal	Nidan Microfinance Foundation, India
Madura Micro Finance, Ltd., India	Nirantara Community Services, India
Mahasemam Trust, India	Nirdhan Utthan Bank Ltd., Nepal
Mahila Arthik Vikas Mahamandal Ltd. (MAVIM), India	Nissi Global Pvt. Ltd., Zimbabue
Malawi Microfinance Network (MAMN)	Nowabenki Gonomukhi Foundation, Bangladesh
Malawi Rural Finance Company, Ltd	NOWZUWAN, Bangladesh
Malawi Union of Savings and Credit Cooperatives (MUSCCO)	OMAKONSULTS Microfinance Institution, Nigeria
MAMATA, Bangladesh	Omo Microfinance Institution S.C., Etiopía
Manabik Shahajya Sangstha, Bangladesh	ONG Espoir de la Famille, Benín
Manidham Grameen Savings cum Credit Services, India	OPP-Orangi Charitable Trust, Pakistán
Manila Community Services Inc., Filipinas	Opportunity International, Estados Unidos
MANUSHI, Nepal	Opportunity International Bank of Malawi (OIBM)
McLevy Institute of Development Services, India	Opportunity Uganda Ltd., Uganda
Mentors Philippines Microfinance Foundation Inc., Filipinas	Organización de Desarrollo Empresarial Femenino, Honduras
Micro Credit Company (MIKROFIN), Bosnia y Herzegovina	Orix Leasing Pakistan Ltd., Pakistán
Micro Start–Action des Femmes pour le Développement, Burkina Faso	Oromia Credit and Saving Share Company, Etiopía
MicroBank, España	Osphen Microfinance Savings and Loans, Ghana
Microcredit Foundation EKI, Bosnia y Herzegovina	Oxfam America, Estados Unidos
Microcrédito Para el Desarrollo, Perú	Oxfam America in Cambodia, Camboya
Microempresas de Antioquia, Colombia	Oxfam America in El Salvador
Microfinance Centre for Central and Eastern Europe and the Near East (MFC), Polonia	Oxfam America in Guatemala
Microfinanzas Arariwa, Perú	Oxfam America in Mali
Microfund for Women, Jordania	Oxfam America in Senegal
Middle East Microcredit Company, Jordania	PADAKHEP Manabik Unnayan Kendra, Bangladesh
Milgree Investments Pvt. Ltd., Zimbabue	PADES Microfinance, Togo
Mitra Bisnis Keluarga Ventura, Indonesia	Pagasa Philippines Lending Company International, Filipinas
Mitra Dhu'afa Foundation (Koperasi Mitra Dhuafa), Indonesia	PAGE Development Centre, Bangladesh
Mitra Usaha Kecil Cooperative (DINARI Foundation), Indonesia	PAHAL, India
Molyn Credit Ltd., Kenia	Palashipara Samaj Kallayan Samity, Bangladesh
Moris Rasik, Timor Oriental	Palli Mongal Karmosuchi, Bangladesh
MOUSUMI, Bangladesh	Palli Progati Shahayak Samity, Bangladesh
Movimiento Manuela Ramos, Perú	Pally Bikash Kendra, Bangladesh
Muslim Aid UK - Bangladesh Field Office (Muslim Aid Bangladesh), Bangladesh	Panyimur Rural Cooperative Savings and Credit Society Ltd., Uganda
Mutuelle d'Épargne et de Crédit des Femmes, Níger	Pashchimanchal Grameen Bikas Bank Ltd., Butwal, Nepal
Mutuelle de Services Financiers pour la Prospérité, Benín	Peermade Development Society, India
Mutuelle d'Épargne et de Crédit d'Appui pour le Développement de la Femme, República Democrática del Congo	People's Bank of Caraga Inc., Filipinas
Mutuelle d'Épargne et de Crédit des Eglises des Assemblées de Dieu de la Patte d'Oie, Burkina Faso	People's Education and Development Organisation, India
Mutuelle des Associations Féminines d'Épargne et de Crédit, Mauricio	People's Institute for Operational Research Training and Development, India
Nabolok Parishad, Bangladesh	People's Multipurpose Development Society, India
Nano Financial Services India Pvt. Ltd., India	People's Organization for Social Transformation, Filipinas
Nari Bikas Sangh, Nepal	People's Oriented Program Implementation, Bangladesh
Naria Unnayan Samity, Bangladesh	PESADA (Sada Ahmo Association), Indonesia
Narowal Rural Development Program, Pakistán	Plan International, Estados Unidos
National Association for Microfinance Institutions in Cameroon (ANEMCAM)	Plan International-Asia Regional Office, Tailandia
National Bank Ltd., Bangladesh	Plan International-Region of Americas and Caribbean, Panamá
	Plan International-Region of East and Southern Africa, Kenia
	Plan International-West Africa Regional Office, Senegal
	Port Sudan Association for Small Enterprise Development, Sudán
	Poverty Eradication and Community Empowerment, Etiopía
	PRIDE Microfinance Ltd., Uganda

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

PRIDE Tanzania	SETU, Bangladesh
PRISM Bangladesh	Sewa Bank, India
Pro Mujer-Argentina	Shakti Foundation for Disadvantaged Women, Bangladesh
Pro Mujer-Bolivia	Shangathita Gramunyan Karnasuchi, Bangladesh
Pro Mujer-México	Share Microfin Ltd., India
Pro Mujer-Nicaragua	Shariatpur Development Society, Bangladesh
Pro Mujer-Perú	Sheva Nari O Shishu Kallyan Kendra, Bangladesh
Pro Mujer – Pro Women International, Estados Unidos	Shishu Niloy Foundation, Bangladesh
Professional Assistance for Development Action (PRADAN), India	Shram Unnayan Sangstha, Bangladesh
PROGRESS (Akti Samaj Unnayan Mulak Sangstha), Bangladesh	Sinapi Aba Trust, Ghana
Projet d'Appui à la Reinsertion Socioéconomique des Groupes Défavorisés, République del Congo	Sindh Agricultural and Forestry Workers Coordinating Organization (SAFWCO), Pakistán
Proshika Manobik Unnayan Kendra, Bangladesh	Sindh Rural Support Organization, Pakistán
Provident México, S.A. de C.V., México	SKS Foundation, Bangladesh
Proyas Manobik Unnayan Society, Bangladesh	SKS Microfinance Ltd., India
PUNDUTSO Micro Finance, Zimbabue	Small Enterprise Development Agency, Tanzania
Quick One Financial Company Ltd., Ghana	Small Farmers Development Foundation, Bangladesh
Rashtriya Seva Samithi, India	S.M.I.L.E. Microfinance Ltd., India
RDRS Bangladesh, Bangladesh	Social Advancement Through Unity (SATU), Bangladesh
Red Argentina de Instituciones de Microcrédito (RADIM), Argentina	Social Development Fund, Gambia
Red Centroamericana de Microfinanzas (REDCAMIF), Nicaragua	Sociedad de Ahorro y Crédito Apoyo Integral S.A., El Salvador
Red Costarricense de Organizaciones para la Microempresa (REDCOM), Costa Rica	Société Financière Africaine S.A., Camerún
Red de Instituciones de Microfinanzas de Guatemala (REDIMIF)	Society Development Committee, Bangladesh
Red de Microfinancieras de Honduras (REDMICROH)	Society for Development Initiatives, Bangladesh
Red Financiera Rural (RFR), Ecuador	Society for Social Service, Bangladesh
Red Latinoamericana para la Justicia de Género y el Derecho al Desarrollo Económico, Perú	Solfi Soluciones Financieras, México
Red Panameña de Microfinanzas (REDPAMIF), Panamá	Solidarity, Bangladesh
Regroupement des Institutions du Système de Financement Décentralisé du Congo, República Democrática del Congo	Somaj O Jati Gathan, Bangladesh
Réseau Binumtontine, Camerún	SOMOKAL, Bangladesh
Réseau des Caisses Communautaires Rurales du Bénin	Sonali Bank, Bangladesh
Réseau des Caisses d'Épargne et de Crédit Nyèsigiso, Malí	Sonata Finance Private Ltd., India
Réseau des Institutions de Microfinance (RIM) au Burundi	South Asia Partnership-Bangladesh
Resource Development Foundation, Bangladesh	South Malabar Gramin Bank, India
Resource Integration Centre, Bangladesh	Spandana Sphoorty Financial Ltd., India
Rural Bank of Montevista, DAVAQ, Filipinas	Sreema Mahila Samity, India
Rural Bank of Pres. M. A. Roxas Inc., Filipinas	Sri Kshetra Dharmasthala Rural Development Project (SKDRDP), India
Rural Community Development Society, Pakistán	Srizony Bangladesh, Bangladesh
Rural Development Bank, Camboya	State Commission for Regulation of Financial Services Market, Ucrania
Rural Microfinance Development Centre (RMDC) Ltd., Nepal	State Ministry of National Family Planning Coordinating Board (BKKBN), Indonesia
Rural Reconstruction Foundation, Bangladesh	Step Ahead Development Foundation, Tailandia
Rural Unit for Health and Social Affairs (RUHSA), India	Sunflower Project (Projet Culture de Tournesol), República Democrática del Congo
Rural Women Development Centre, Nepal	Sungi Development Foundation, Pakistán
Sabalambay Unnayan Samity, Bangladesh	Surigaonon Rural Banking Corp., Filipinas
Sagarika Samaj Unnayan Sangstha, Bangladesh	Surjamukhi Sangstha, Bangladesh
Sajida Foundation, Bangladesh	Swabalamban Laghubitta Bikas Bank Ltd., Nepal
Salaf Albaraka FONDEP, Marruecos	Swadhaar FinServe Pvt. Ltd., India
Salone Microfinance Trust, Sierra Leona	Swanirvar Bangladesh, Bangladesh
Samadhan, Bangladesh	Système Financier Décentralisé ASUSU S.A., Níger
Samannita Unnayan Seba Sangathan, Bangladesh	Talete King Panyulung Kampampangan Inc., Filipinas
Samastha Lanka Praja Sanwardana Mandalaya, Sri Lanka	Thaneakea Phum Cambodia Ltd., Camboya
Samurdhi Authority of Sri Lanka, Sri Lanka	Thardeep Rural Development Program, Pakistán
Sanabel - The Microfinance Network for the Arab Countries, Egipto	The Aspen Institute, Estados Unidos
Sanghamithra Rural Financial Services, India	The First Microfinance Bank Ltd., Pakistán
Santa Fe de Guanajuato A.C., México	The Institute of Rural Development, Bangladesh
Sarvodaya Economic Enterprise Development Services Ltd./Gtee., Sri Lanka	The Small Enterprise Foundation (SEF), Sudáfrica
Self-Reliance Economic Advancement Programme (SEAP), Nigeria	The Society for Development of Human Abilities and Environment (OAZOANE), India
Self-Help and Rehabilitation Programme (SHARP), Bangladesh	Thengamara Mohila Sabuj Sangha, Bangladesh
Serviamus Foundation Inc., Filipinas	Tinh Thuong One-Member Ltd. Liability Microfinance Institution (TYM Fund), Vietnam

**Consejo de Agentes de Microfinanzas , continuación**

Totem Prestamos S.A. de C.V. SOFOM, México  
 TSPI Development Corporation, Filipinas  
 Turame Community Finance S.A., Burundi  
 Turkish Grameen Microcredit Project, Turquía  
 UCPB-CIIF Finance and Development Corporation, Filipinas  
 UGAFODE Microfinance Ltd., Uganda  
 Ujjivan Financial Services Pvt. Ltd., India  
 Unión Católica de Apoyo al Desarrollo Comunitario (UCADE), Ecuador  
 Unión de Cooperativas de Ahorro y Crédito del Centro, Ecuador  
 Union des Baoré Tradition d'Epargne et de Crédit, Burkina Faso  
 Union des Caisses d'Epargnes et Credit des Artisans, Mauricio  
 Union des Clubs d'Epargne et de Crédit du Mayo-Kebbi de Pala, Chad  
 Union des Institutions Mutualiste Communautaire d'Epargne et de Crédit,  
 Senegal  
 Union Nationale des Coopératives d'Epargne et de Crédit (UNCOOPEC) de Côte  
 d'Ivoire, Costa de Marfil  
 Union Régionale des Caisses du Bam, Burkina Faso  
 Union Régionale des Coopératives d'Epargne et de Crédit du Nazino, Burkina  
 Faso  
 United Development Initiatives for Programmed Actions (UDDIPAN),  
 Bangladesh  
 United Nations Development Program Microfinance Project—Pact Institute,  
 Myanmar  
 University of St. Thomas Social Entrepreneurship Program, Pakistán  
 Uttara Development Program Society, Bangladesh  
 Vayalar Memorial Youth Club, India  
 Vietnam Bank for Social Policies (VBSP)  
 Village Education Resource Center (VERC), Bangladesh  
 Village Financial Services Pvt. Ltd., India  
 Viri Microfinance, Zimbabue  
 Vision Fund AzerCredit LLC, Azerbaiján  
 VisionFund, Camboya  
 VisionFund International, Estados Unidos  
 Vivekananda Sevakendra O Sishu Uddyan, India  
 Wasasa Microfinance Institution S.C., Etiopía  
 WAVE Foundation, Bangladesh  
 Widows Organisation International, Nigeria  
 Wisdom Microfinance Institution, Etiopía  
 Women and Associations for Gain both Economic and Social (WAGES), Togo  
 Women and Children of Hope, República Democrática del Congo  
 Women Cooperative Society Ltd., Nepal  
 Women's Finance House-Botswana  
 Working Women's Forum (WWF), India  
 World Concern, Bangladesh  
 World Relief, Estados Unidos  
 World Relief, Honduras  
 Yayasan Bina Kasih Luwuk, Indonesia  
 Young Power in Social Action, Bangladesh  
 Zimbabwe Association of Microfinance Institutions (ZAMFI)

**Consejo de Instituciones Religiosas**

Reformation Glory Ministries, Kenia

Agradecemos el apoyo generoso de los patrocinadores y donantes de la  
Campaña de la Cumbre de Microcrédito.

Patrocinadores:



Citi Foundation



**Diamante:** AECID \*

**Platino:** Citi Foundation \*

**Oro:** Junta de Castilla y León \*

**Plata:** Ford Foundation  
Fundación ICO \*  
Repsol YPF \*

**Bronce:** AGFUND \*  
Freedom from Hunger \*  
Funk Family Philanthropy / Race4Change  
Telefónica \*  
Temenos / Microsoft \*

**Empresario:** Grameen Foundation's Bankers without Borders \*  
IFC \*  
Johnson & Johnson \*

**Amigo:** "Convergences 2015" \*  
Clifford Chance \*  
Craft Silicon \*  
Gene and Carol Ludwig  
Grameen Crédit Agricole \*  
Guitarras Manuel Rodríguez and Sons desde 1905 \*

**Partidario:** Fern Software \*  
Segreteria della Presidenza Ente Nazionale per il Microcredito \*



Citi Foundation



Este informe se hizo posible gracias a una donación generosa de la Citi Foundation.

*Metas para 2015*

Alcanzar a 175 millones de las familias más pobres en el mundo con crédito para el trabajo por cuenta propia y otros servicios financieros y empresariales

Asegurar que 100 millones familias crucen el umbral de US\$1,25 al día

La Campaña de la Cumbre de Microcrédito  
Un proyecto de RESULTS Educational Fund

1730 Rhode Island Avenue, NW  
Suite 400  
Washington, DC 20036  
Estados Unidos de América

teléfono | +1.202.637.9600

[www.microcreditsummit.org](http://www.microcreditsummit.org)  
[info@microcreditsummit.org](mailto:info@microcreditsummit.org)

ISBN: 978-0-9763704-8-2



9 780976 370482