

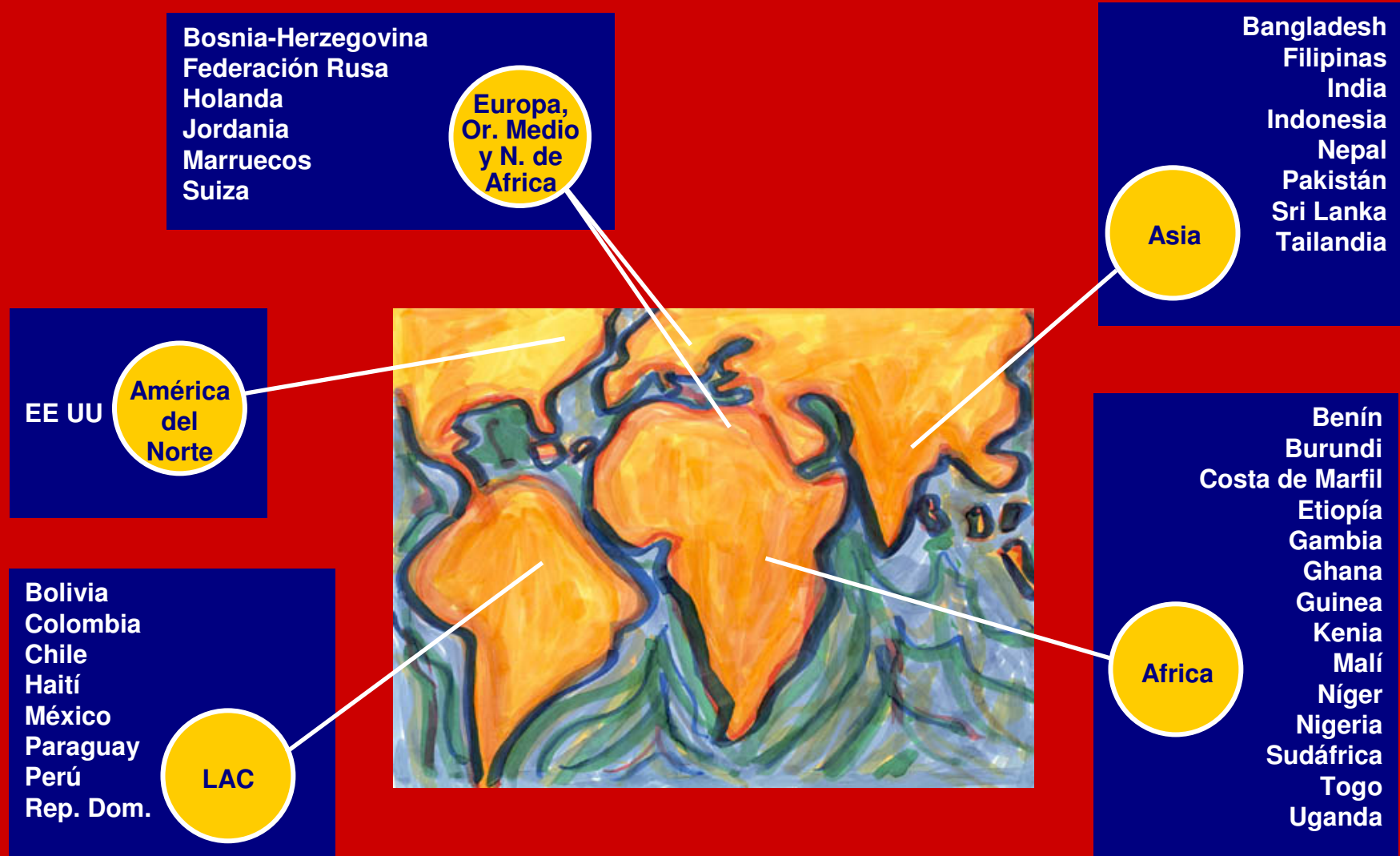


Women's World Banking

**Bancarización para la Mayoría:
Microfinanzas Rentables y Responsables**

Women's World Banking

Las Afiliadas, los Asociados, los miembros de GNBI y AFMIN proveen servicios financieros a más de 18 millones de empresarios de bajos ingresos en alrededor de 40 países



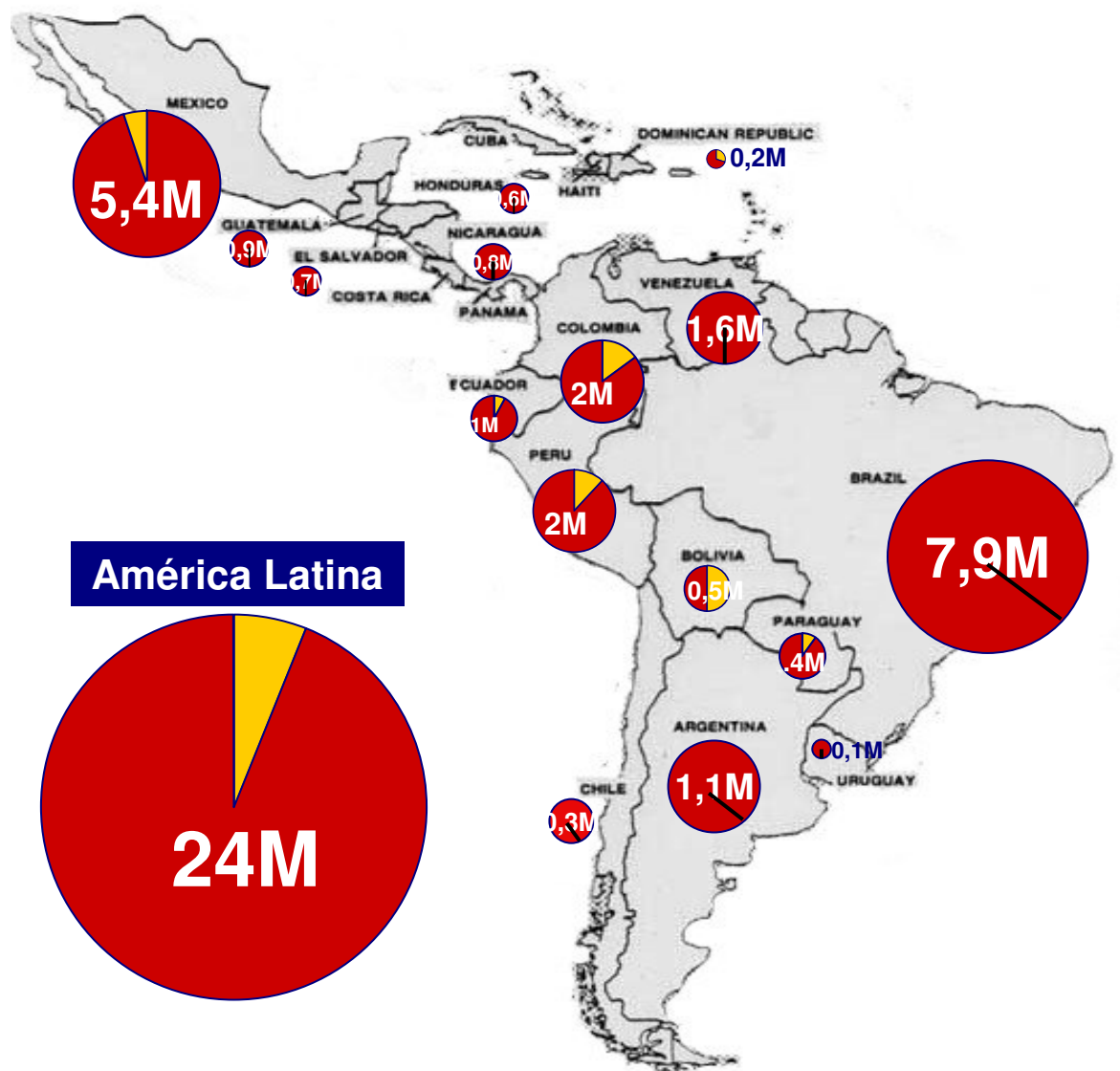
Los Logros más Importantes en las Microfinanzas en los Últimos Diez Años

- **Las mujeres de bajos ingresos** han demostrado que son los mejores clientes del mundo reembolsando sus préstamos y utilizando los servicios financieros para obtener ingresos, crear activos y mejorar el futuro de sus familias.
- **El alcance de los clientes** de bajos ingresos, a través de los servicios financieros, se ha incrementado drásticamente, a nivel global – pero el desarrollo es todavía desigual y concentrado en unos pocos países.
- **Las instituciones microfinancieras y los bancos líderes**, han demostrado que la prestación de servicios financieros para las personas de bajos ingresos, constituye un buen negocio.
- **La gama de instituciones involucradas** en las microfinanzas se ha expandido en muchos países a través de sólidas IMF, bancos y cooperativas

Los Logros más Importantes en las Microfinanzas en los Últimos Diez Años

- **Los actores clave han llegado a un acuerdo acerca de las políticas**, regulaciones y estructuras legales necesarias con los cambios introducidos.
- **Se ha llegado a un acuerdo acerca de los indicadores y estándares** de desempeño clave para las microfinanzas – mediante redes, agencias de calificación especializadas e instrumentos creados para incrementar la transparencia y promover un sólido desempeño.
- **El microcrédito se ha transformado en microfinanzas.** Los actores clave reconocen que las personas de bajos ingresos necesitan el ahorro, el crédito, los seguros y la financiación para la vivienda, para obtener ingresos y crear activos.

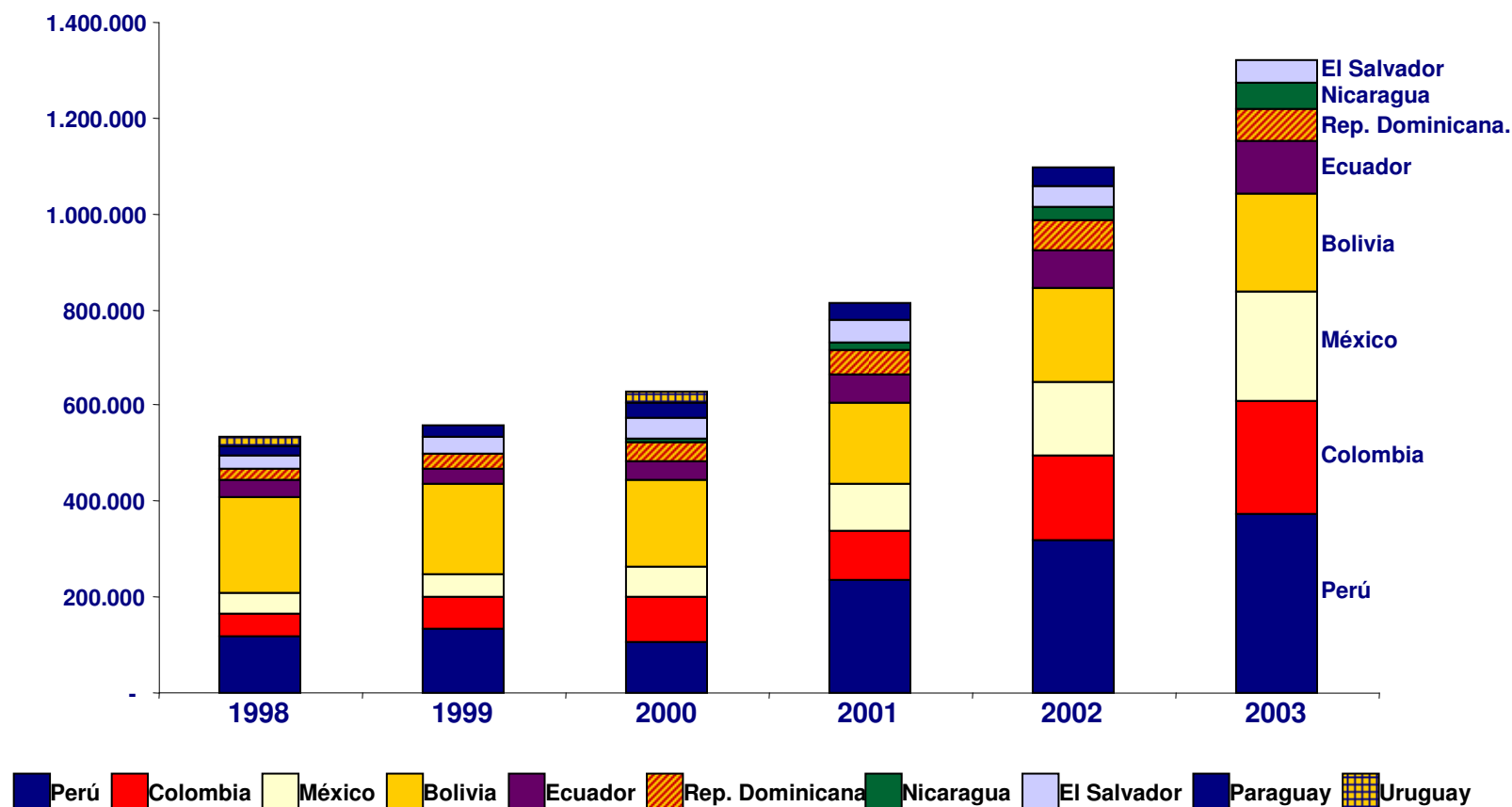
De los 25 millones de unidades familiares de bajos ingresos con una renta per cápita inferior a US\$2 diarios, alrededor de 1,4 millones (o el 6%) tienen acceso a servicios financieros por parte de IMFs reguladas y no reguladas



Cuatro países grandes – Brasil, México, Argentina y Venezuela – con 16M o 60% de las unidades familiares de bajos ingresos, representan una penetración de mercado inferior al 1%

Cuatro países – Perú, Colombia, México y Bolivia – representan más del 70% de los microprestataarios atendidos por las instituciones microfinancieras en América Latina

Número de Prestatarios por País



Fuente: MicroRate 2003

Lo que los Clientes—de America Latina, Asia, Africa y Europa Oriental—Nos Dicen

Los clientes de las microfinanzas desean más servicios, más rápidos y mejores

- **Valoran la rapidez y la comodidad**
- **Desean tener acceso a préstamos de mayores montos**
- **Desean respeto y reconocimiento**
- **Les preocupan las tasas de interés**

Las mujeres y hombres de bajos ingresos dan una definición amplia de las microfinanzas

- **Desean préstamos para sus empresas**
- **Desean poder depositar ahorros voluntarios**
- **Desean préstamos para la vivienda y la educación**
- **Desean seguros de salud y de vida**
- **Están dispuestos a pagar lo que cuestan los servicios sostenibles, que respondan a sus necesidades**

Las personas de bajos ingresos prefieren el préstamo individual al préstamo grupal

- **A medida que aumenta su experiencia, los clientes de préstamos grupales desean obtener préstamos de mayores montos y resienten la necesidad de garantizar el reembolso de los otros miembros del grupo**

Encuesta a clientes sobre el impacto del préstamo

Me siento más seguro acerca del futuro.	90,5%
Tengo mayor poder de decisión.	89,6%
Mi familia está más feliz.	89,6%
Obtengo mayores ingresos para mi familia.	86,7%
Han mejorado las posibilidades para el futuro de mis hijos.	85,4%
He aprendido nuevas y valiosas habilidades.	82,4%
Me he vuelto más activo en la comunidad.	82,0%
Ha mejorado mi posibilidad de cubrir gastos médicos.	79,4%
He podido comprar algunas nuevas prendas de vestir.	77,7%
Puedo pasar más tiempo con mi familia.	69,6%
He realizado mejoras en mi casa.	64,7%

Los microempresarios tienen confianza en su futuro

Cuando hago planes, estoy casi seguro de que puedo llevarlos a cabo.

95%

La única manera de tener éxito en el futuro es realizando sacrificios ahora.

94%

Creo que mi negocio es lo suficientemente grande en este momento.

35%

Dentro de cinco años mi familia estará en una situación mucho mejor que la actual.

90%

Dentro de veinte años mis hijos vivirán de manera similar a como yo vivo actualmente.

33%

Aun cuando tengo deudas, suelo ahorrar una cierta cantidad de dinero al mes.

72%

Las Características Clave del Sector de las Microfinanzas

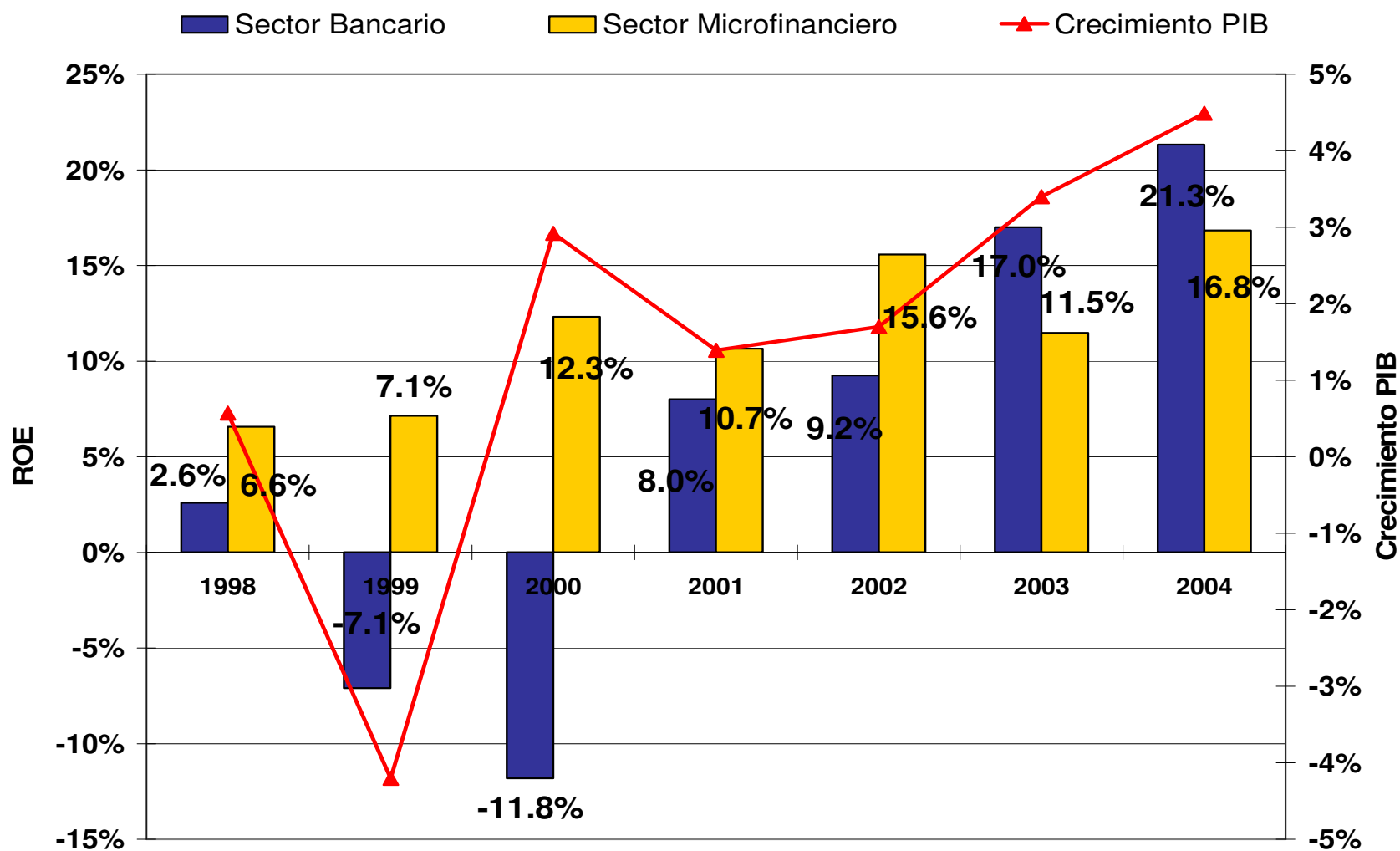
- El sector microfinanciero es un negocio:
 - Sólido
 - De gran rentabilidad
 - Con mayor capacidad para resistir los cambios en las economías que el sector bancario tradicional.
- Requiere atención a la calidad de cartera y a los niveles de gastos operativos.
 - Ambos pueden ser manejados con una tecnología apropiada.
- Tiene necesidades financieras crecientes y cada vez más diversas

Las Microfinanzas Funcionan tanto en los Buenos Tiempos como en los Malos

Factores Clave para el Exito	Algunos Ejemplos		
	WWB Colombia	ASA Bangladesh	BRI Indonesia
Relaciones de confianza y disciplina financiera con clientes	X	X	X
Productos y servicios sencillos y adecuados a las necesidades	X	X	X
Eficientes costos de transacción, precios competitivos	X	X	X
Las personas de bajos ingresos, particularmente las mujeres, pagan sus préstamos	X	X	X
Los sistemas e incentivos se enfocan hacia la eficiencia y el reembolso	X	X	X
Los ahorros voluntarios sirven como reserva para los malos tiempos		X	X
Casi ningún riesgo cambiario	X	X	X

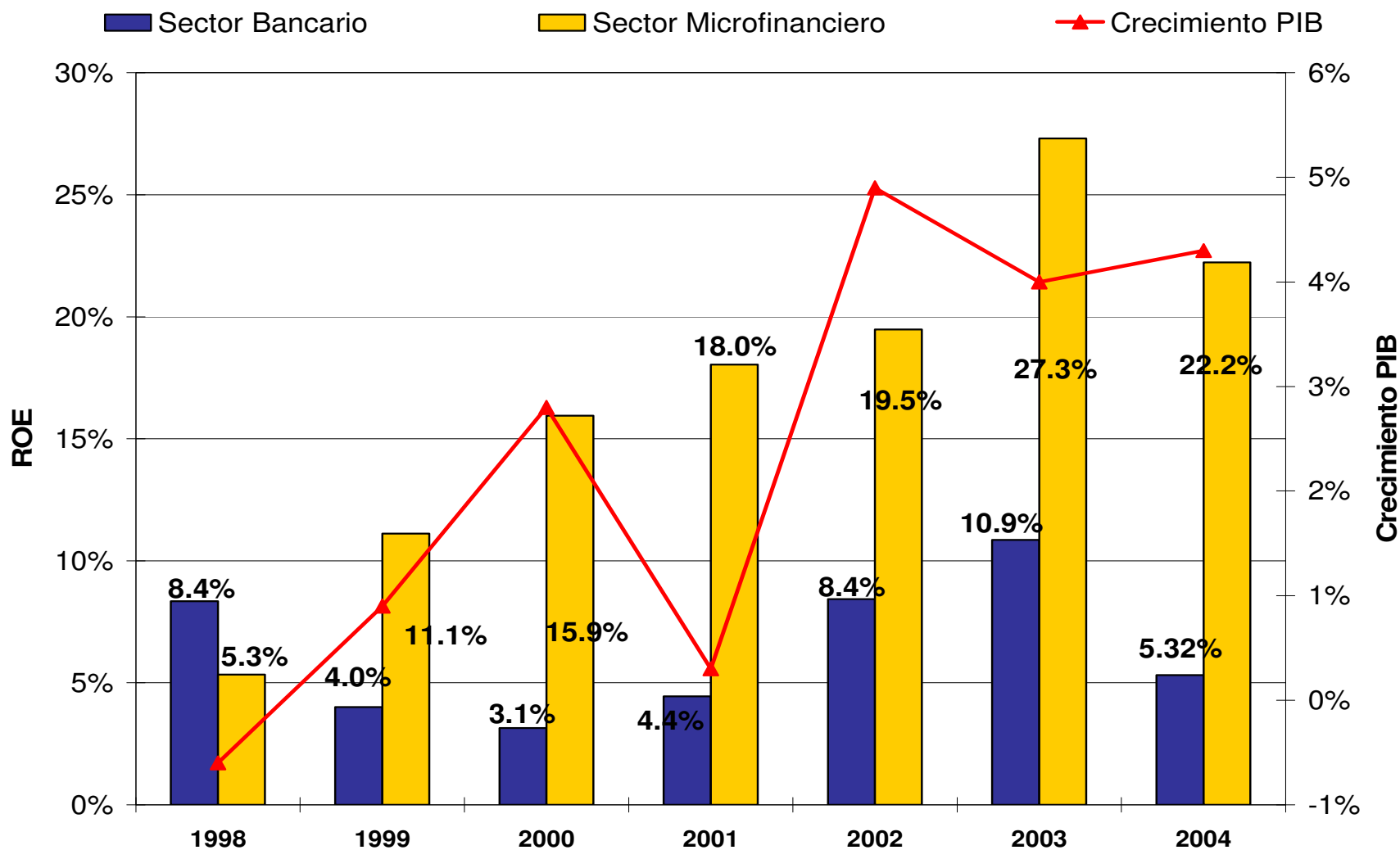
Resistencia a las Crisis Económicas

Sector Bancario vs. Sector Microfinanciero Colombia 1998 – 2004



Rentabilidad a través de Ciclos Económicos

Sector Bancario vs. Sector Microfinanciero Perú 1998 - 2004



Los Bancos Están Entrando en el Mercado de las Microfinanzas

Limitaciones

- Compromiso de la gerencia superior
- Prejuicio cultural contra las transacciones pequeñas y los prestatarios de bajos ingresos
- Carencia de los métodos y de las personas necesarias para los servicios de crédito

Motivacioness

- Algunos bancos y compañías financieras vislumbran un futuro para las pequeñas transacciones

Especial- izacion

- Algunos bancos están creando departamentos separados o subsidiarias

Alianzas

- Numerosos bancos prefieren suministrar fondos de segundo piso o formar alianzas con las instituciones microfinancieras

Motivaciones

- Un nuevo sector de mercado con gran potencial poco atendido y que permite la diversificación del riesgo.
- Con márgenes financieros atractivos y rentables relativos a sectores tradicionales.
- Disponibilidad de metodologías de crédito especializadas exitosas.
- Servicios bancarios ya existentes adaptables a un nuevo mercado masivo.
- Muestra el compromiso de los bancos con el desarrollo económico de sus países.

Bien hecho, se construye una base de clientes leales y con una perfil de riesgo menor al de los clientes tradicionales de la banca.

Ventajas Comparativas de los Bancos

- Capacidad de distribución masiva.
- Recursos financieros amplios para masificar e innovar en las microfinanzas.
- Capacidad de ofrecer paquetes completos de servicios financieros.
- Capacidad de movilizar ahorros de montos individuales bajos que resultan en volúmenes importantes.
- Acceso a clientes micros a través de clientes corporativos.

Capacidad de utilizar el reconocimiento de la marca del banco para mercadear el servicio sin costo adicional.

Capacidad administrativa fuerte ya existentes tales como contabilidad control interno, SIG, auditoria y de evaluación de riesgos.

Claves de éxito

- Obtener el compromiso de la alta gerencia.
- Conocer profundamente al cliente y al sector de mercado.
- Diseñar y adaptar productos y servicios que respondan a la realidad del sector.
- Desarrollar personal, procesos, y una tecnología micro-crediticia adecuada y flexible:
 - Normalmente basada en relaciones directas con los clientes con personal especializado
 - Metodología de evaluación, controles internos adecuados y sistemas informáticos que permitan la oferta del paquete de productos financieros.
- Desarrollar canales de distribución
 - Sucursales existentes de los bancos
 - Puntos de atención de inversión mínima y alianzas.
- Determinar si se necesita una estructura separada o un departamento interno.

Obstáculos y Retos

- Cultura institucional
 - Romper el paradigma del negocio bancario tradicional.
- Curva de aprendizaje
 - Metodología y personal especializado con entrenamiento constante
 - Desconocimiento
 - No conocer el mercado y el negocio

Productos requeridos por los clientes de bajos ingresos

Crédito productivo

Para impulsar el crecimiento de sus empresas, tales como, créditos para capital de trabajo, y para adquirir maquinaria y/o ampliar el local del negocio.

Ahorro

Flexible para aumentar su patrimonio y acceder a sus fondos en caso de necesidad.

Seguros

De vida, accidente y salud con diseños simples y estandarizados.

Créditos pequeños de vivienda

Que permitan el mejoramiento incremental.

Educación

Servicios de ahorro, crédito y seguro que faciliten la educación de los hijos.

Remesas

Movilización de remesas para efectuar inversiones en sus negocios, vivienda o para contrarrestar riesgos.

Servicios transaccionales y derivados

A través de plástico.

Las diferencias claves entre estos dos productos son las siguientes

	Préstamo de Consumo	Microcrédito
Origen del préstamo	En base al salario	En base a la evaluación del negocio y el entorno
Destino del préstamo	Endeudamiento para gasto	Inversión para crear activos e ingreso
Visita al negocio	No	Si
Gestión	De escritorio	En campo
El perfil del solicitante	Asalariado	Auto-empleado
Administración del crédito	Estandarizado	Flexible y personalizado
Objeto del préstamo	Consumo	Empresa familiar
Garantías	Podrían tener	No tradicionales
Plazo	Mediano y largo	Corto y mediano
Escalonamiento	No	Si

Apalancando su red de distribución, su tecnología y su cartera de productos múltiples, Bancolombia ahora tiene:



- **Préstamos promedio de US\$ 900**
- **Cuentas de ahorro promedio de US\$ 125**
- **Venta cruzada de 3,4 productos por cliente**



RIESGO (Saldos x 1000\$)				RECIPROCIDADES (Promedios x 1000\$)		
	Vigente	Vencido	Total		Neto 3 mes	Neto 1 mes
Cr. ML	1,278		1,278	CTE		
Cr. ME	*****	*****	*****	AHO	428	60
CXC	*****	*****	*****	CDT (S)		*****
TDC	*****	*****	*****	DAT (S)		*****
Sbgir	*****	*****	*****	OTRAS RECIPROCI.		Comision
Acp.B	*****	*****	*****	Imptos(S 12m)	*****	*****
Rem.Pen	*****	*****	*****	Comi Reme(Prm)	*****	*****
Total colocaciones			1,278	Otros Neg.(s)	*****	*****
					Mes	Acumulado
Ctg ML	*****	*****	*****	Rentabilidad %	7.90	12.59
Ctg ME	*****	*****	*****	Contr.Fra Neta	10	102
Deu.Ind	*****	*****	*****	Endeud. con Sector Financiero		
Total riesgo		1,278	Multibanca		10,000
				Garantias		*****
Cartera castigada	*****	*****	*****	Garantias en Seguridades	*****	*****
Provisiones	*****	*****	*****	LME		1,276



Banco Santander Banefe utiliza estrategias de mercadeo innovadoras enfocadas en las mujeres empresarias



Campaña Dominó, Mayo 2001 Valores de estilo de atención Banefe

2001

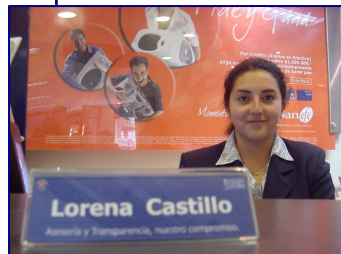


Campaña Cartas del Triunfo, Octubre 2003 1.000.000 clientes



2002

Campaña Refresca, Nov. 2002 Protocolos de estilo de atención Banefe



2003

Premio Nacional Santander Banefe a la Mujer Empresaria, 2005

2005



Modelos de Negocios de Microfinanzas en Perú



	Ejemplos	Rasgos	Características Clave
Instituciones Especializadas	<ul style="list-style-type: none">▶ Mibanco▶ Banco del Trabajo	<ul style="list-style-type: none">▶ Extensa red de ventas▶ Negocios descentralizados▶ “Golpear el pavimento”▶ Un producto	<ul style="list-style-type: none">▶ Rápida toma de decisiones▶ Percepción de un fácil acceso al crédito (monto y requisitos)▶ Mejor productos independientes▶ Micro montos
Ahorros y Préstamos	<ul style="list-style-type: none">▶ Cajas Municipales de Ahorro y Crédito	<ul style="list-style-type: none">▶ Negocios descentralizados▶ Conocimiento del mercado local y base de clientes “leales” provenientes de la tradición local▶ Baja tecnología / simple / se adapta al cliente▶ Expande la base de cobertura	<ul style="list-style-type: none">▶ Rapidez▶ Flexibilidad / acceso▶ Imagen local▶ Micro montos
Full-Service Bank	<ul style="list-style-type: none">▶ Banco de Crédito del Perú▶ BWS	<ul style="list-style-type: none">▶ Dedicada fuerza de ventas apoyada por la red de oficinas▶ Más centralizado▶ Enfoque a la venta cruzada▶ Apoyo de los sistemas CRM	<ul style="list-style-type: none">▶ Amplia oferta de productos▶ Imagen de seguridad▶ “Estatus”▶ Mayores montos – mejores precios

ICICI ha desarrollado innovaciones en Tecnología – Permite el Suministro para cubrir la naturaleza de las demandas de los clientes



Modelo de suministro a través de canales múltiples



Teléfonos Móviles



Banca en Internet



Cajeros Automáticos Rurales/Móviles



Simputers



Tarjetas Inteligentes/ Biometría

Un teléfono móvil con impresora
Aplicaciones:

- Transferencia de fondos de una cuenta a otra
- Pago de facturas de servicios públicos
- Primas de seguros, 'EMI' de préstamos y otras cobranzas
- Otras aplicaciones bancarias
- "on line"

- Bajo costo de capital
- Dispensa de denominación única
- Tecnología contable basada en el "scan" óptico
- Problemas logísticos manejados localmente
- Estilo biométrico de autenticación por refracción de luz

- Facilidad para combinar la biometría con el código de barras basado en la autenticación para mejorar la seguridad.
- Funciona "offline" así como "online"
- Apropiado para clientes analfabetos
- Se pueden cargar múltiples aplicaciones en la misma tarjeta (banca, seguros, cartera electrónica, salud)

Mibanco se transformó de una IMF especializada a un banco comercial que ofrece productos de marca para empresarios de micronegocios



Servicios de Segundo Piso

Servicios Financieros:

- Préstamos y líneas de crédito a la IMF
- Relación de agencia mediante la cual los bancos registran en sus activos los préstamos generados por las IMF
- Compra de cartera de las IMFs.

Todos estos servicios se basan en la capacidad del banco de evaluar el riesgo de las IMFs adecuadamente.

Otras alianzas para:

- La ampliación de los canales de distribución de los productos
- Servicios de tesorería
- Servicios de cobranza a las IMFs

Cuentas de ahorros y seguros

Pagos de servicios públicos e impuestos

Tarjeta de débito

Instrumentos que Integran a las IMF en los Mercados Locales de Capital

- **Movilización de ahorros de amplia base**
- **Préstamos en moneda local a tasas comerciales**
- **Emisiones de bonos**
- **Titularización**
- **Inversión comercial local y de capital social con expectativas de retorno en moneda local**
- **Movilización de remesas**

Creando Sistemas Financieros que Funcionen para la Mayoría de las Personas de Bajos Ingresos



Rol del Gobierno

Lo Que se Debe Hacer

- Promover las microfinanzas como vehículo clave para disminuir la pobreza y como parte vital del sistema financiero
- Crear estructuras políticas, de regulación y legales que estimulen servicios microfinancieros sostenibles y adecuados a las necesidades
- Estimular a una gama de instituciones reguladas y no reguladas que cumplen con los estándares de desempeño
- Estimular la competencia, el desarrollo de capacidades y la innovación para reducir los costos y las tasas de interés en las microfinanzas
- Apoyar estructuras autónomas, de segundo piso

Lo Que No se Debe Hacer

- Que las agencias gubernamentales suministren microfinanzas de primer piso
- Respaldar un modelo
- Establecer topes para las tasas de interés de las microfinanzas

Roles de las Asociaciones

- **Exponer a la alta gerencia** de los bancos, las oportunidades y mejores prácticas del sector.
- **Ayudar a los bancos en el desarrollo** de sus capacidades.
- **Ejercer influencia en las políticas** globales y locales.
- **Analizar la evolución y el desempeño** global y local del sector, promoviendo la transparencia en el sector.

Analizar la posibles negocios para la banca en el sector microfinanciero, ej.
Investigación del mercado meta

Promoción del sector en la banca, desarrollar la comprensión del sector por parte de la banca y hacerla consciente de su existencia y potencial.

El desarrollo de instrumentos orientados a medir la satisfacción del cliente micro con el servicio recibido.

Visión y Acciones

- Foco fuerte en la bancarización y en el incremento del acceso – un incremento masivo de los servicios financieros disponibles para la gente de bajos ingresos la cual la harían independiente de los usureros.
- Integrar a los empresarios de bajo ingreso y sus hogares al sistema financiero formal.
- Incremento masivo en el apoyo del futuro económico del sector. Compromiso con el desarrollo del cliente – con un impacto en el ingreso familiar, educación y calidad de vida del cliente.

Desafíos para Esta Década

Alcance

- Expandir el alcance para llegar a más millones de empresarios de bajos ingresos—elevando la capacidad de las IMF, movilizandocapital y a los bancos tradicionales y creando mercados de capital locales

Activos

- Desarrollar los activos—no sólo deuda—de las personas de bajos ingresos, mediante el ahorro y la financiación para la vivienda

Costos

- Reducir los costos de transacción en las microfinanzas—nuevas tecnologías y canales

Cultura

- Crear una cultura global – local entre las IMF, los banqueros, los gestores de políticas y los donantes, acerca de las microfinanzas—confianza y transparencia, estándares de desempeño compartidos, generosidad para compartir las innovaciones, responsabilidad mutua por los resultados

Sistemas

- Políticas y sistemas financieros que funcionen para la mayoría de las personas de bajos ingresos, local y globalmente