

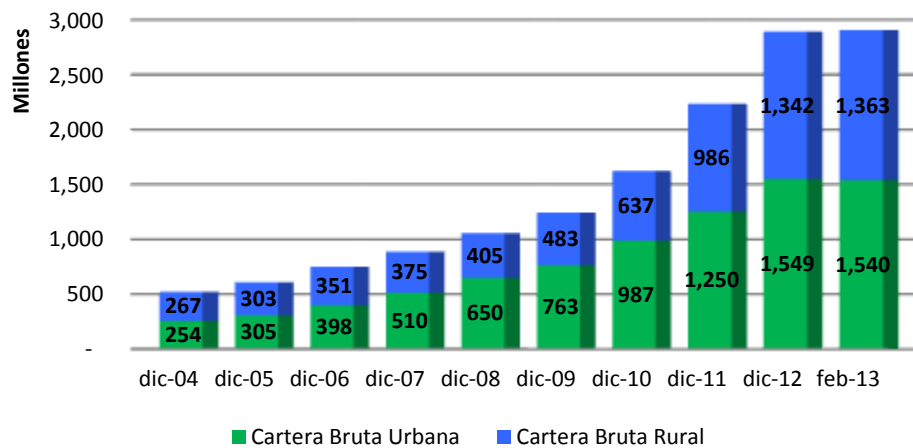
## LAS IFD AL 28 DE FEBRERO DE 2013

- La cartera de las Instituciones financieras de Desarrollo al 28 de febrero de 2013 alcanzó a un total de Bs. 2.903 millones de bolivianos, con una mora de 1.36%. La cartera de las IFD ha beneficiado a un total de 447.153 prestatarios a nivel nacional.
- A esta misma fecha se puede apreciar que la clientela urbana representa el 60%, mientras que la clientela rural representa el 40% del total de clientes atendidos. Vale la pena mencionar que el porcentaje de mujeres atendidas alcanza a un 77%

### Cifras al 28 de febrero de 2013

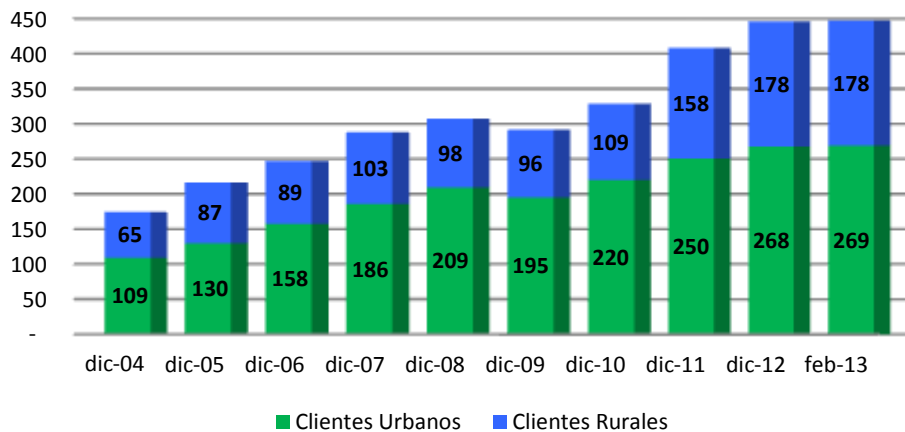
Cartera Bruta (en Bs.)	2,903,116,363.-
% de Cartera Bruta Urbana	53%
% de Cartera Bruta Rural	47%
Total Prestatarios	447,153
% de Prestatarios Urbanos	60%
% de Prestatarios Rurales	40%
% de Mujeres Prestatarias	77%
% de Mora	1.36%
% de Cobertura de Previsiones	236.62%
Nº de Puntos de Atención	369
Nº Puntos de Atención Rurales	183
Nº de Funcionarios	3,293

## Evolución de Cartera Bruta Urbana y Rural (En millones de Bolivianos)



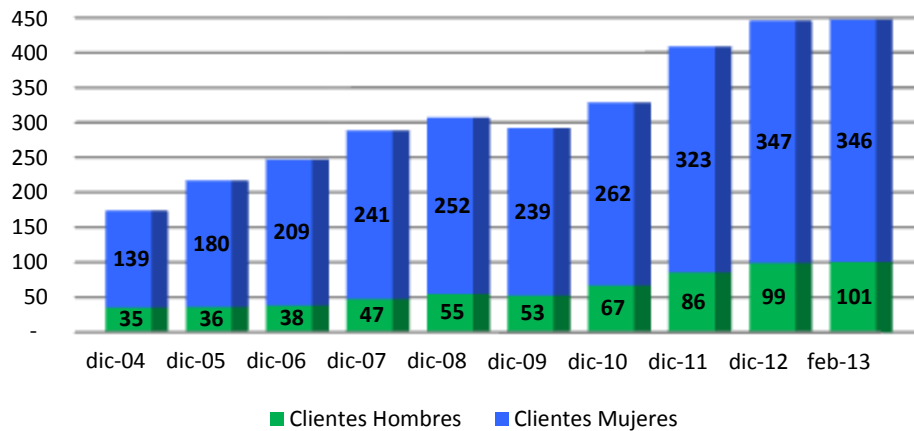
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

## Evolución de Prestatarios Urbanos y Rurales (En miles de Prestatarios)



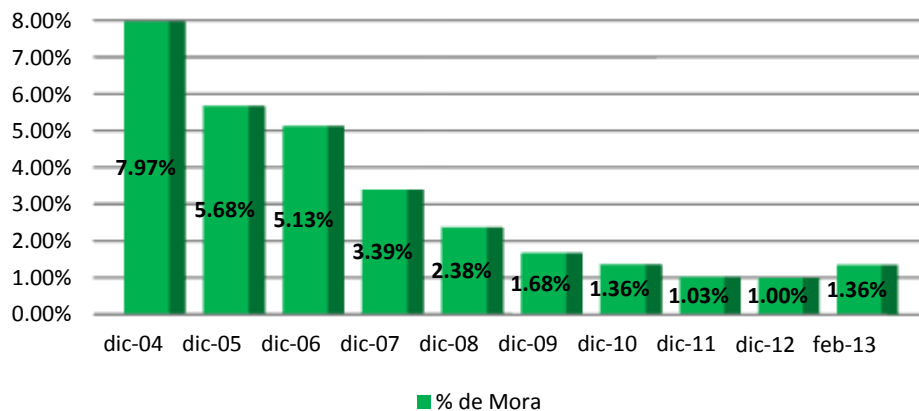
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

### Evolución de Prestatarios por género (En miles de Prestatarios)



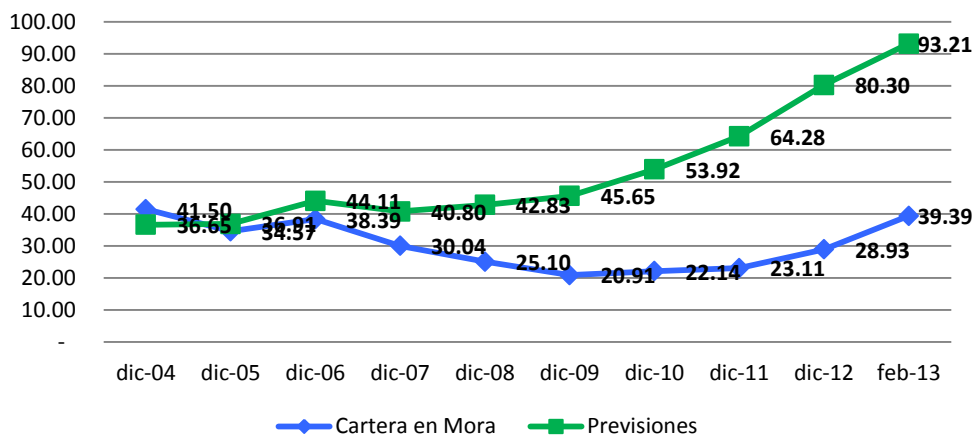
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

### Evolución de % de Mora



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

### Evolución de Cobertura de Mora (En millones de Bolivianos)



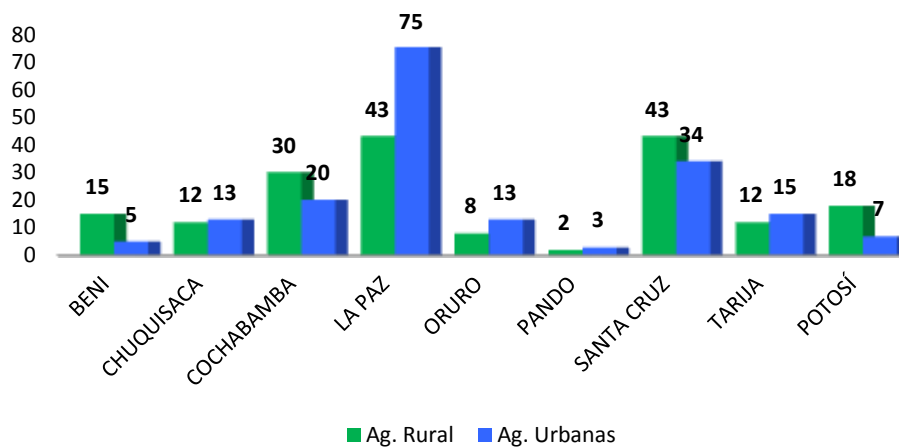
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

### Destino de Cartera Rural



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

### Agencias urbanas y rurales por departamento



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

**NOTA DESTACADA****FINRURAL se encuentra habilitado para realizar evaluaciones de Protección al Cliente utilizando la metodología desarrollada por The Smart Campaign**

A partir del mes de marzo de 2013, y tras un trabajo que se prolongó por aproximadamente 2 años, FINRURAL cuenta con personal plenamente capacitado en aplicar

la metodología de evaluación de protección al cliente desarrollada por la Smart Campaign.

En la terminología de la Campaña, esto significa que FINRURAL cuenta con un Asesor Líder, habilitado para realizar estas evaluaciones tanto en Bolivia como a nivel internacional.

Consideramos que es un logro importante para nuestra institución y para las microfinanzas del país debido a que hasta el momento existen 29 Asesores Líderes a nivel mundial, de los cuales 8 se encuentran en Norteamérica, 1 en Centroamérica y 2 en Sudamérica (Colombia y Bolivia)<sup>1</sup>.

Pero, ¿qué es The Smart Campaign? Esta campaña es fruto de un esfuerzo internacional de diversos líderes y actores de las microfinanzas que intenta mantener a los clientes como motor del sector, generando las herramientas y los recursos necesarios para brindarles servicios financieros transparentes, respetuosos y prudentes.

De acuerdo con la información publicada en el sitio Web<sup>2</sup> de Smart Campaign, esta articulación internacional dio inicio en abril de 2008, cuando el Deutsche Bank reunió a numerosos líderes del sector de las microfinanzas en Pocantico (Nueva York) para tratar el futuro del sector y analizar los riesgos potenciales del crecimiento y éxito en aquel entonces. Sus conclusiones, la Declaración de Pocantico<sup>3</sup>, describen su acuerdo en cuanto a la necesidad de adoptar un código de conducta para todo el sector y la afirmación proactiva de las microfinanzas como un sector con doble balance final.

Durante los dos meses que siguieron a la reunión de Pocantico, el CGAP resumió los códigos existentes de una serie de redes y asociaciones en el sector, extrayendo las principales conclusiones en los Principios básicos de protección al cliente.

El CGAP comenzó sus conversaciones con los inversores en microfinanzas, promoviendo acuerdos para integrar los Principios de Protección al Cliente en sus procesos de inversión. De la misma manera se está desarrollando un proceso paralelo con las organizaciones donantes.

El CGAP, reconociendo el trabajo ya iniciado por el Centro para la Inclusión Financiera con las instituciones en el sector mediante su proyecto “Beyond Codes” (más allá de los códigos), solicitó a este Centro la constitución de una coalición global y diversa de instituciones relacionadas con las microfinanzas, incluyendo redes, asociaciones y otros profesionales que trabajan conjuntamente en el sector, naciendo de esta manera The Smart Campaign, como una iniciativa que articula los esfuerzos de estos actores a nivel mundial en cuanto a la protección al cliente.

El trabajo y los acuerdos alcanzados se encuentran plasmados en la definición de los 7 Principios de Protección al Cliente, aceptados por todas las instituciones asociadas a The Smart Campaign<sup>4</sup> y que se presentan a continuación:

- Diseño y distribución apropiada de productos
- Prevención del sobreendeudamiento
- Transparencia
- Precios responsables
- Trato justo y respetuoso de los clientes
- Privacidad de los datos del cliente
- Mecanismos para resolución de quejas

<sup>1</sup> La lista completa de los Asesores Líderes de The Smart Campaign está disponible en [aquí](#).

<sup>2</sup> La dirección del sitio Web de la Campaña es <http://www.smartcampaign.org>, incluye una versión en español.

<sup>3</sup> Puede acceder a la Declaración de Pocantico siguiendo [este enlace](#).

<sup>4</sup> Revise la lista completa de los socios de la campaña siguiendo [este enlace](#).