



ANALISIS DE DESEMPEÑO DE MI BANCO

INFORME FINAL

Febrero de 2005

**José M^e Garayzabal
Juan Londoño
Jesús Peña**

ANÁLISIS DE DESEMPEÑO DEL BANCO DE LA MICROEMPRESA MIBANCO

INDICE

Introducción

Objeto y alcance del análisis

I. Análisis del Acuerdo AECI-MIBANCO

- I.1. MIBANCO en el contexto de las microfinanzas en Perú
- I.2. Grado de cumplimiento del Acuerdo AECI-MIBANCO
- I.3. Conclusiones

II. Caracterización y medición de impacto

- II.1. Metodología
- II.2. Opiniones de los principales actores del sector de la microempresa y microfinanzas en Perú.
- II.3. Características de los prestatarios de MIBANCO
- II.4. Grado de satisfacción obtenido, por los clientes de los servicios financieros proveídos por MIBANCO
- II.5. Impacto ó transformaciones provocadas en los clientes de MIBANCO, por la utilización de los servicios financieros suministrados por la institución

III Anexos

III.1. Cuadros estadísticos

- Portafolio de MIBANCO
 - Distribución de la cartera por sectores
 - Evolución de la cartera por productos crediticios
 - Evolución de las colocación Octubre 2003 – Octubre 2004
 - Evolución del número de clientes por segmento empresarial y tipo de crédito
- Base de datos de las encuestas realizadas
- Estadísticas de cartera del Fondo Español
 - Distribución del crédito entre activo fijo y capital de trabajo
 - Por plazo promedio
 - Listado de clientes de activo fijo
 - Listado de clientes de capital trabajo

III.2. Reuniones realizadas

III.3. Resumen de las reuniones de *Focus Group*

III.4. Originales de las encuestas realizadas

III.5. Bibliografía consultada

Introducción

El Fondo Para la Concesión de Microcréditos (FCM) fue creado en 1998 a través de la Ley 50/ 1998 de 30 de diciembre. Su objetivo es colaborar en el fomento de los servicios microfinancieros de los países en desarrollo, de manera que respondan con recursos suficientes y con la calidad requerida a las necesidades de aquellos sectores sociales que carecen de un adecuado acceso a los mismos.

En el mes de diciembre del 2001 se firma un contrato de préstamo entre la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) y el Banco de la Microempresa (MIBANCO) con objeto de otorgar y ejecutar un préstamo reembolsable destinado a facilitar servicios financieros a los empresarios del segmento de la microempresa en Perú. En virtud de ese acuerdo específico se ha puesto a disposición de MIBANCO 3.305.566,57 Euros destinado a la creación del Fondo Español de Microfinanzas de acuerdo con la definición y criterios establecidos en el acuerdo específico.

Los objetivos de este acuerdo son:

- Fomentar una relación financiera adecuada, estable y sostenible en el largo plazo entre MIBANCO y las microempresas peruanas.
- Facilitar la disponibilidad de fondos, para créditos dirigidos al segmento de la microempresa.

En diciembre del 2001 se firma el contrato de préstamo entre el Instituto de Crédito Oficial (ICO) Agente Financiero Español y MIBANCO.

El FCM ha supuesto una novedad en la AOD bilateral financiera española ya que se trata de un instrumento financiero reembolsable, que permite solventar la escasez de recursos existentes para el financiamiento del sector de la microempresa en su conjunto, a través del apalancamiento de entidades con vocación de financiar al sector. Por otro lado, además de las operaciones financieras (fondeo) el fondo desarrolla en los mercados microfinancieros de destino, acciones de asistencia técnica de carácter no reembolsable, con la finalidad de desarrollar, precisamente, aquellas tecnologías y procedimientos que permiten, mejoran y en definitiva colaboran a la sostenibilidad de las Instituciones, que se dedican a intermediar financieramente con el sector de la microempresa.

Objeto y alcance del análisis

MIBANCO es uno de los principales prestatarios del programa de Microcrédito España-Perú, y además el principal prestatario directo del primer piso del Fondo de Microcrédito, (FCM) en dicho país.

Transcurridos tres años desde el desembolso y colocación de dichos recursos, la AECI y más concretamente la subdirección General de Cooperación Multilateral y Horizontal, quiere conocer la incidencia que dicho préstamo está teniendo sobre los microempresarios y poblaciones destinatarios finales de los microcréditos, con objeto de posibilitar la realización de correcciones, ajustes ó modificaciones que incrementen la eficiencia del Fondo.

Las principales respuestas que quiere dar esta consultoría son:

- Cómo son los clientes de MIBANCO
- Qué grado de satisfacción tienen los microempresarios, clientes de MIBANCO, con los servicios financieros suministrados por la institución.
- Qué transformaciones (Impacto) provoca la utilización de los servicios financieros de MIBANCO sobre sus clientes.

Los destinatarios principales del análisis que resulta de esta consultoría son:

- Secretaría de Estado de Cooperación Internacional (SECI)
- Subdirección General de Planificación y Evaluación de Políticas de Desarrollo (SECI)
- Subdirección General de Cooperación Multilateral y Horizontal de la AECI
- MIBANCO

Este documento consta de dos apartados bien diferenciados, y un anexo. En el primer apartado y para introducir el tema, se describen las características institucionales de MIBANCO así como los aspectos más significativos relacionados con su cartera crediticia e indicadores financieros. A continuación y en el mismo apartado se realiza una verificación del grado de cumplimiento de MIBANCO con las cláusulas del convenio firmado con la AECI. A la vista de dicho análisis y del perfil desarrollado por MIBANCO en los últimos años, se presentan una serie de conclusiones y recomendaciones sobre el acuerdo.

El segundo apartado trata las tres cuestiones clave a ser respondidas, y que constituyen el objeto principal de esta consultoría y de los términos de referencia. Estas tres cuestiones son:

- ¿Cómo son los clientes de la entidad microfinanciera? ¿Qué características económicas, financieras y sociales tienen los microempresarios financiados por MIBANCO?
- ¿Qué grado de satisfacción tienen los clientes con los servicios financieros suministrados por MIBANCO.
- ¿Qué transformaciones ó impacto económico-social, provoca la utilización de los servicios financieros proveídos por MIBANCO sobre los clientes de la institución?.

En este apartado, también se describe, en primer lugar, la metodología utilizada para dar contestación a dichas preguntas, y posteriormente, se aborda el análisis y conclusiones sobre las mismas.

En el anexo se presenta toda la información estadística elaborada para realizar los análisis y dar consistencia a las conclusiones de la consultoría. También se presenta una relación de las principales reuniones realizadas, los resúmenes de las reuniones de *focus group*, así como los originales de las encuestas realizadas.

I. Análisis del Acuerdo AECI-MIBANCO

I. 1. MIBANCO en el contexto de las microfinanzas en Perú

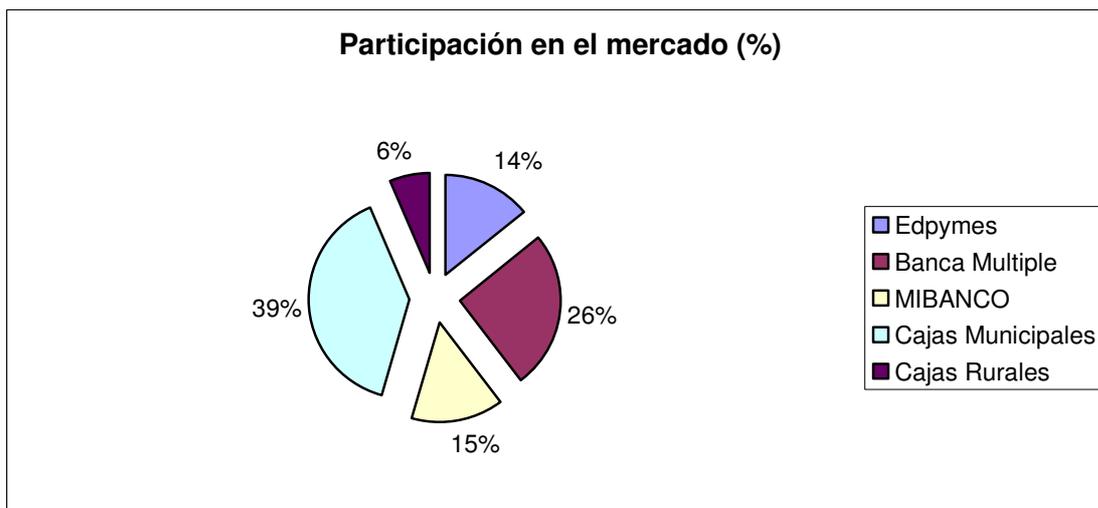
En América Latina, Perú es uno de los países líderes en el financiamiento a la microempresa, así como en la implementación de metodologías apropiadas para la atención crediticia de las mismas.

Actualmente en el Perú los servicios microfinancieros son ofrecidos por las siguientes instituciones bajo la vigilancia de la Superintendencia de Bancos y Seguros del Perú:

- Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC)
- Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRAC)
- Las Entidades para el Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa (EDPYMES)
- Algunos bancos: Banco del trabajo, Banco de Crédito del Perú.
- Un Banco especializado en apoyo financiero a la micro y pequeña empresa: MIBANCO.

Con base en la única fuente de cuantificación algo fiable, la encuesta nacional de Hogares del INEI, se asume en el sector, que en Perú existen unas 3.000.000 de microempresas. Y de este total estarían atendidas crediticiamente alrededor del 20% de las mismas por parte de las entidades anteriormente mencionadas. En este cálculo no se incluyen las ONGs crediticias y de carácter general que en un número importante ofrecen también servicios financieros a la microempresa.

A continuación se presenta un gráfico de la participación en el mercado de las microfinanzas en Perú de las instituciones supervisadas:



Fuente: Superintendencia de bancos y seguros y elaboración propia. Nov. 2004

I.1.A. Orígenes, socios y organización

Orígenes.

El Banco de la Microempresa S.A. – MIBANCO, se constituyó en marzo de 1998 como una entidad regulada y especializada en el apoyo financiero a la micro y pequeña empresa peruana. Esta Institución es una de las primeras entidades financieras privadas en América Latina en enfocar sus operaciones hacia las empresas de menor tamaño, lo cual por lo general era un rol reservado a las ONGs, o a las cajas rurales o municipales en el Perú.

MIBANCO fue la culminación de un proyecto desarrollado por la entidad Acción Comunitaria del Perú – ACP- la cual ha operado en dicho país desde hace 35 años ofreciendo servicios de desarrollo empresarial hacia la microempresa, incluyendo servicios financieros.

Socios

Actualmente MIBANCO cuenta con cinco socios corporativos y un pequeño grupo de socios individuales; la composición accionaria de la entidad a diciembre de 2004 es la siguiente:

Acción Comunitaria de Perú. Es el accionista mayoritario y posee el 63.85% del capital accionario. Como anteriormente se comentó, ACP es una ONG peruana que dio origen a MIBANCO, la cual le entregó la metodología y el conocimiento del mercado, constituyéndose así la base operacional de MIBANCO. Actualmente ACP continúa desarrollando proyectos no financieros con la misión de cooperar con el éxito de la micro y pequeña empresa.

Accion Investment in Microfinance. Esta es una entidad formada por Acción Internacional, la cual participa como el Fondo de inversiones de dicha entidad. Actualmente cuenta con el 8.98% del capital accionario de MIBANCO.

Acción Internacional. Es una ONG estadounidense especializada en el apoyo institucional a entidades microfinancieras, ha sido uno de los accionistas fundadores de MIBANCO y su participación accionaria es del 6.33%

Stiching Hivos – Triodos Found. Ambos fondos fueron establecidos en *joint venture* entre Triodos Bank y fundaciones privadas; dichos fondos operan a nivel mundial y tienen su sede en los Países Bajos, la participación accionaria en MIBANCO es del 5.22%.

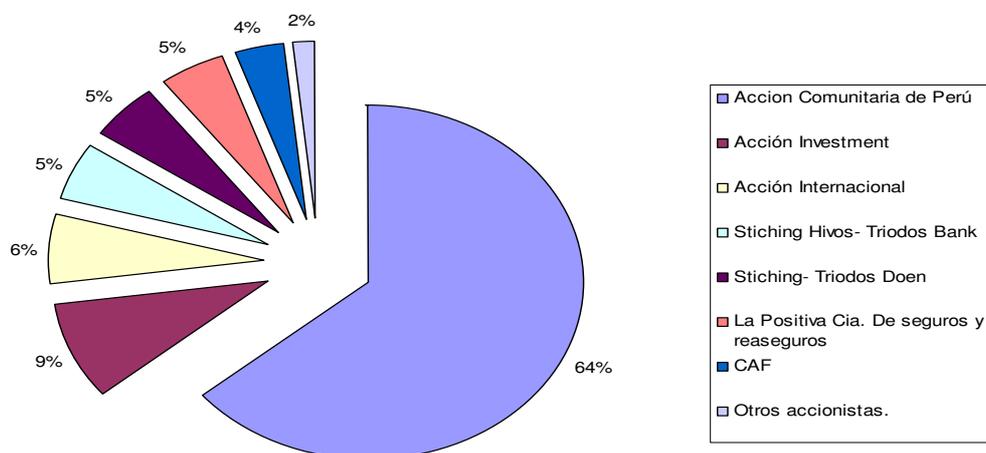
Stiching Triodos Doen. Esta entidad funciona con recursos del Triodos Bank y actualmente cuenta con el 5.22% de la participación patrimonial de MIBANCO.

La Positiva. Compañía de Seguros y reaseguros. Esta compañía de seguros opera en Perú desde 1937 y actualmente cuenta con accionistas locales y colombianos. A partir de diciembre de 2004, la compañía adquirió una participación accionaria del 5.02% de MIBANCO.

Corporación Andina de Fomento (CAF). Esta es una entidad financiera multilateral cuya misión es apoyar el desarrollo sostenible de sus países accionistas y la integración regional. La CAF está conformada por quince países de América latina y el Caribe. Su sede esta en Caracas, Venezuela. Actualmente esta Corporación cuenta con una participación del 3.82% del capital accionario de MIBANCO.

Otros accionistas. Por otra parte, MIBANCO cuenta con personas individuales como accionistas, los cuales han adquirido el 1.56% del capital accionario de la entidad.

**Participación accionaria de los socios de Mibanco
a diciembre de 2004**



Organización.

Directorio. MIBANCO cuenta con un directorio en el cual se encuentran representados todos los accionistas de la entidad, para noviembre de 2004, este se encontraba formado así.

Presidente	Oscar Rivera Rivera
Vicepresidente	Luis Derteano Marie
Directores propietarios	Alvaro Quijandría Fernández
	Alfredo Llosa Barber
	Juan Carlos Pereira del Vecchio
	Rita de Boer
	Mariana Rodriguez Risco
	María Otero
Directores suplentes	Fortunato Quesada Lagarrigue
	Santiago Ribadeneira Troya
	Miguel Pinasco Limas
	Alejandro Silva Arguello
	César López Arana
	Juan Otero Steinhart

Gerencias.

Por su parte, MIBANCO cuenta con una plana gerencial que le permite ejecutar de manera efectiva las direcciones provenientes del Directorio, los principales funcionarios del banco son:

Gerente General	Rafael Llosa Barrios
Auditor interno	Dante Torres
Contador General	José Castillo Deza
Gerente de Finanzas	Ricardo Gordillo Uribe
Gerente de Negocios	Jesús Ferreyra Fernández
Gerente de Operaciones	Eduardo Franco Aguila
Gerente de Riesgos	José Delgado Contreras
Gerente de Administración	Segundo Gallardo Bazán
Gerente Legal	Ramiro de la Cuba Restani
Gerente de Desarrollo	José Agios Barbier
Gerente de Marketing	Fernando Balbuena Favarato

Es de mencionar que el Gerente General asumió su cargo a partir de enero de 2004; mientras que el Gerente de Recursos Humanos renunció en el mes de noviembre de 2004, estando su plaza vacante a la fecha.

En su totalidad, MIBANCO contaba a noviembre de 2004 con 11 gerente y miembros de staff; 43 funcionarios con mandos medios (incluyendo 32 Jefes de agencia) y 812 empleados.

I.1.B. Formación de su patrimonio, pasivos y el área de negocios

Patrimonio

El patrimonio neto de MIBANCO, incluyendo capital social, reservas y las utilidades respectivas, ha presentado un aumento constante, así de diciembre de 2001 a septiembre de 2004, este ha tenido un aumento nominal del 66%, producto de aumentos en el capital social y la capitalización anual de utilidades.

Evolución del patrimonio neto de MIBANCO.

Dic. 2001 – Sep. 2004

Período	Dic. 01	Dic 02	Dic 03	Sep. 04
Patrimonio (cambio 3.3 soles x USD)	USD 20.7	USD 26.6	USD 35.2	USD 34.5
Crecimiento anual	-.-	29%	32.3%	-0.02*

* No incluye el último trimestre del año

Fondeo

Como toda entidad financiera, MIBANCO ha buscado la diversificación de fondos para cubrir la demanda de crédito de sus clientes, a continuación presentamos un análisis de cada tipo de fondeo:

Depósitos. Desde el año 2001, MIBANCO ha venido incrementando la participación de los depósitos, siendo la principal fuente de fondeo de la entidad. De esta forma, a septiembre de 2004, los depósitos representaron el 65% del total de fondeo de la entidad; de ese total de depósitos, el 72% corresponden a depósitos a plazo.

Del total de depósitos a plazo, el 34% corresponden a captaciones de entidades públicas y empresas privadas. A nivel general, los depósitos a plazo están distribuidos en un 63% en moneda nacional y 37% en moneda extranjera.

Adeudos. Para septiembre de 2004, MIBANCO contaba con adeudos compuestos básicamente por líneas de crédito del exterior, con entidades tales como: CAF (Venezuela), Stichting Triodos Doen (Holanda), IFC (E.U), F.M.O (Holanda), ICO (España) y una línea de Cofide, la cual es una institución de segundo piso en Perú.

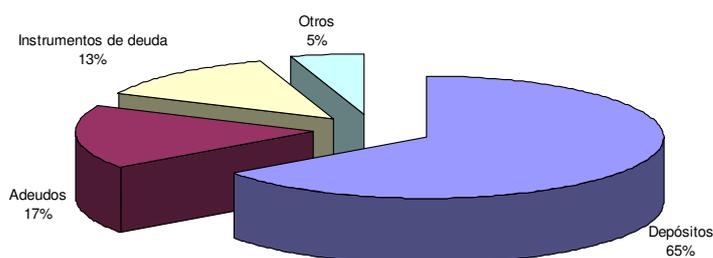
Instrumentos de deuda. En la búsqueda de otras fuentes de fondeo que permitan cubrir o ampliar las operaciones crediticias de MIBANCO, la dirección de la entidad aprobó desde el año 2002 la emisión de bonos corporativos, de los cuales hasta la fecha se han realizado tres emisiones con las características siguientes:

Primera emisión: diciembre de 2002, con un plazo de dos años y una tasa de interés del 12% anual, la emisión fue por USD 6.1 millones, es decir 20 millones de soles al tipo de cambio de 3.3 soles por USD y garantizados en un 50% por USAID.

Segunda emisión: septiembre de 2003, con un plazo de 27 meses y una tasa de interés del 5.75%, la emisión fue por USD 6.1 millones, es decir 20 millones de soles al tipo de cambio de 3.3 soles por USD y garantizados en casi un 30% por la CAF.

Tercera emisión: octubre de 2003, con un plazo de 18 meses y una tasa de interés del 5.75%, la emisión fue de USD3.05 millones, es decir 10 millones de soles al tipo de cambio de 3.3 soles por USD y garantizados por el patrimonio de la entidad.

Fuentes de fondeo de Mibanco. A septiembre de 2004.



Tipos y volumen de negocios

Operaciones activas. Como cualquier entidad financiera, MIBANCO ha desarrollado servicios con una marca que los identifica o diferencia de los que ofrece la competencia; de esta forma, dentro de las operaciones activas diseñadas especialmente para la micro y pequeña empresa, los tipos de productos que presenta son:

- **Micapital:** consiste en crédito para la compra de mercancías, insumos o materias primas (Capital trabajo)
- **Miequipo:** este producto tiene como finalidad, financiar la compra o renovación de equipos en industrias o negocios en general, con un plazo que permite amortizar adecuadamente dichas inversiones.(Activo fijo)
- **Mifacilidad:** estos son préstamos personales que pueden ser utilizados para cualquier tipo de necesidades familiares de los empresarios.
- **Milocal:** mediante este tipo de créditos se facilita a la micro y pequeña empresa la compra de locales comerciales, así como ampliar o modificar los mismos.
- **Mivivienda:** Es una línea de crédito con recursos provenientes del Estado, específicamente del Fondo Mivivienda, para el cual MIBANCO es una ventanilla donde sus clientes pueden comprar o construir una vivienda.
- **Micasa:** con ese producto, MIBANCO financia la ampliación, remodelación o modificación de la vivienda de los empresarios.
- **Mihipoteca:** Es una línea de crédito para adquirir vivienda.
- **Proyectos especiales:** es un producto financiero mediante el cual MIBANCO otorga apoyo crediticio a grupos asociativos, especialmente comerciantes, con los cuales se financian mercados o centros comerciales privados, en los cuales los microempresarios son los dueños de los mismos.

Operaciones pasivas. Como todo banco la principal fuente de fondeo de MIBANCO la constituye los depósitos del público; por ello con el objetivo de captar recursos tanto de empresarios como de Instituciones, MIBANCO cuenta con los siguientes productos de pasivo:

- **Miahorro:** es una cuenta de ahorro que paga intereses desde un sol y no tiene costo de mantenimiento de la misma para el cliente.
- **Mirenta:** es la marca que identifica los depósitos a plazo de los clientes.
- **Michequera:** marca que identifica los depósitos en cuenta corriente.

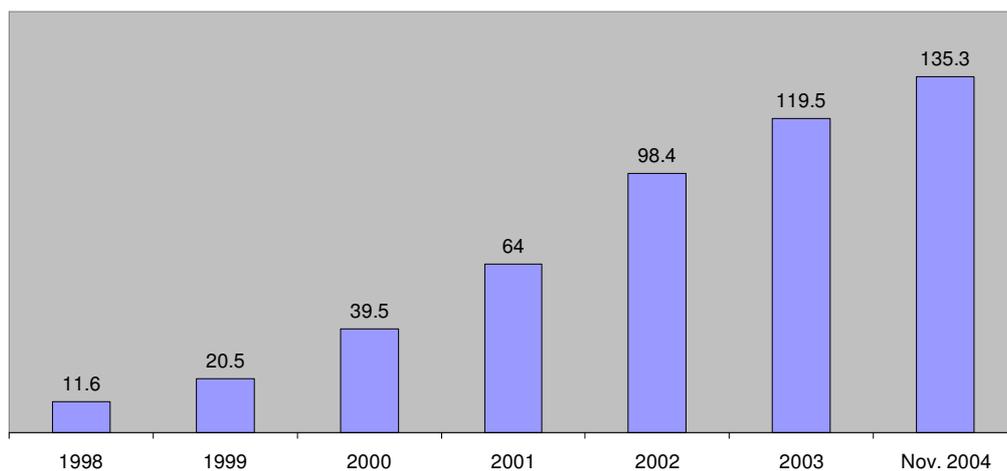
Otros servicios. MIBANCO también ofrece servicios financieros complementarios a los productos que tiene a la disposición de sus clientes, estos son:

- Micajero: consiste en una red de cajeros automáticos a nivel nacional, en alianza con la empresa VISA.
- Tarjeta de debito MIBANCO Visa Electrón: tarjeta que permite debitar las cuentas de sus clientes, por compras en los establecimientos afiliados a Visa.
- Micambio: servicio de cambio de dólares
- Migiro: servicio de remesas a cualquier parte del mundo.
- Capacitación: MIBANCO ofrece cursos de capacitación empresarial a sus clientes, a fin de apoyarlos en su desarrollo.
- Asesoría: todo cliente que solicita crédito recibe la asesoría necesaria para el trámite y buen uso del mismo.

Evolución de los negocios.

Evolución de la cartera. A partir de 1998, año de la creación de MIBANCO, la entidad ha ido aumentando constantemente sus servicios crediticios hacia la micro y pequeña empresa peruana. Según los datos presentados en su memoria del año 2003 y complementados con informes proporcionados por la gerencia financiera a noviembre de 2004, en estos siete años, la cartera ha crecido de USD 11.6 millones a USD 135.3 millones, lo cual demuestra un crecimiento muy acelerado.

**Mibanco: evolución de la cartera de préstamos
1998 - nov. 2004
En millones de USD**

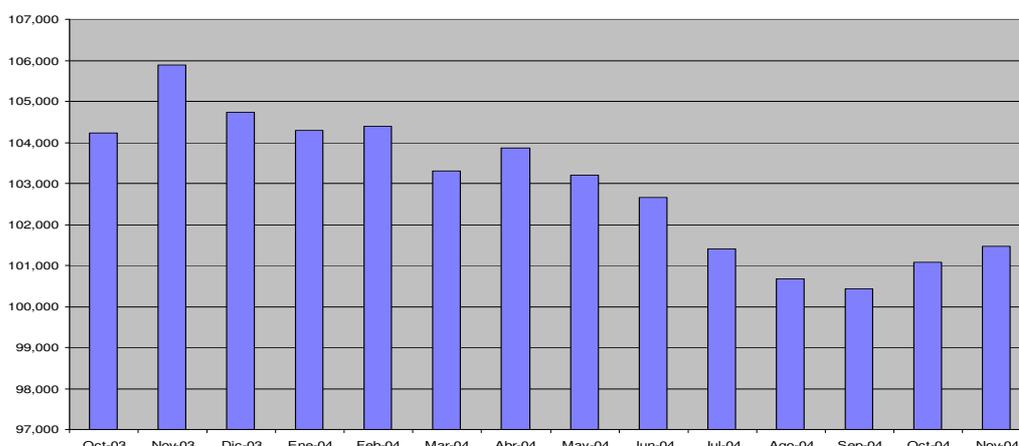


Fuente. Memoria Mibanco 2003. Tipo de cambio 3.3 soles por dólar

Evolución de los clientes. En cuanto a la evolución del número de clientes, la información estadística proporcionada por la entidad para el período octubre de 2003 y noviembre de 2004, presenta una tendencia a la baja en el número de clientes. El máximo de clientes se presentó en noviembre de 2003 con un total de 105,880 clientes; mientras que para septiembre de 2004 se registro el más bajo número de clientes vigentes que fue de 100.487.

Al respecto, la dirección de la entidad ha observado dicha situación, por lo que están iniciando un programa de créditos para comunidades rurales, en las cuales se implementara una metodología grupal que permitirá crecer en número de clientes.

Mibanco: Evolución del número de créditos.
Octubre 2003 - noviembre 2004



Puntos de atención. En la creación de MIBANCO, se presento la estrategia de crecimiento de cartera con énfasis en la ciudad de Lima, ya que en dicha ciudad la oferta de microfinanzas era deficiente, pues entidades como las Cajas Municipales y las Cajas Rurales atendían prioritariamente los mercados crediticios de las provincias.

Por ello, gran parte de la red de agencias de MIBANCO se encuentra localizada en la ciudad de Lima; no obstante desde el año 2003 se ha iniciado un programa de expansión geográfica de los puntos de atención, especialmente en las provincias del Perú.

Para noviembre de 2004, MIBANCO contaba con 31 agencias, las cuales se distribuyen así:

Lima

Cono sur

- Surquillo
- Villa Maria
- San Juan de Miraflores
- San Borja
- Pardo
- Chorrillos
- Villa El Salvador

Cono norte

- Cercado
- Rimac
- San Martín de Porres
- Comas
- Independencia
- Centro Histórico
- Los Olivos
- Puente Piedra

Cono oeste

- Faucett
- Saenz Peña
- Ventanilla
- Carabayllo

Cono este

- Gamarra
- Cto. Grande
- Huaycán
- Santa Anita
- Chosica
- Próceres
- Zárate

ICA
Chincha
Junin
Huancayo

Arequipa
Arequipa

Lambayaque
Chiclayo

Trujillo
Trujillo

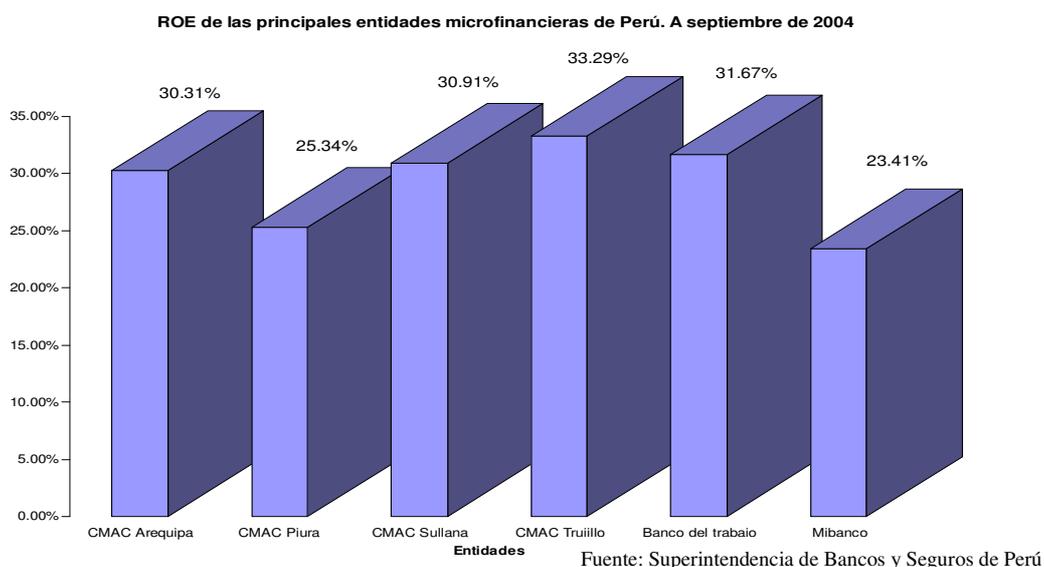
I.1.3 Situación financiera e indicadores de gestión.

Rendimiento sobre el patrimonio (ROE).

El rendimiento sobre los activos (ROE), es un índice que mide la rentabilidad que una entidad financiera obtiene por cada unidad de valor invertida en la misma por sus propietarios en un período determinado.

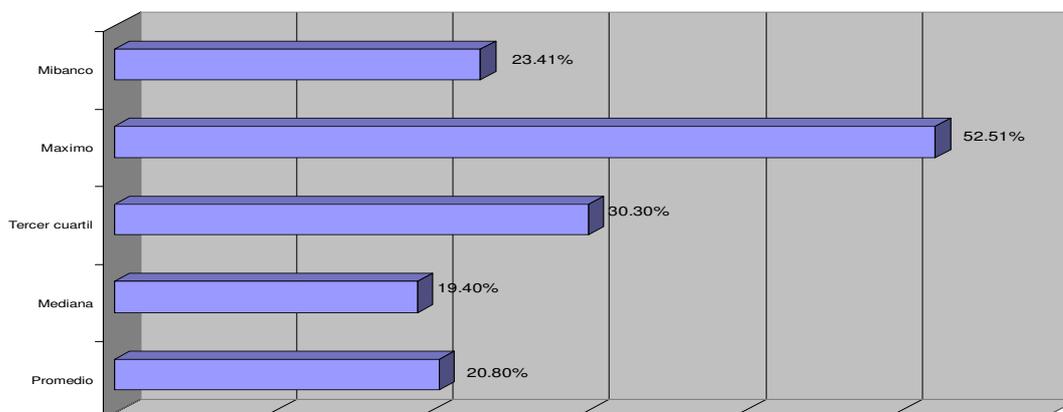
Según los datos obtenidos, MIBANCO presenta un crecimiento constante de su rendimiento sobre patrimonio, así, en diciembre de 2001 presentaba un ROE del 17.4%, pasando a septiembre de 2004 a 23.4%, todo ello producto de un mejor desempeño en sus ingresos financieros y relativo decrecimiento de los costos operativos de la entidad.

No obstante lo anterior, MIBANCO continúa presentando un ROE relativamente más bajo que el de otras entidades microfinancieras peruanas, según se presenta en el gráfico siguiente.



No obstante, aunque MIBANCO obtiene mejores rendimientos sobre el patrimonio que las entidades de banca múltiple, aún presenta rezagos respecto a las entidades microfinancieras especializadas; sin embargo, se encuentra con un rendimiento similar al que presentan en promedio las entidades líderes en microfinanzas en América Latina, según *Microrate*, institución especializada en recopilación de información financiera y de desempeño de las entidades microfinancieras.

ROE de las entidades líderes en microfinanzas en América Latina. 2003 - 2004



Datos de Microrate a dic/2003 y Mibanco sep/2004

Rendimiento sobre los activos (ROA)

Este indicador permite conocer la rentabilidad que una entidad obtiene sobre el total de su inversión en un período determinado y se calcula dividiendo el rendimiento neto con el activo promedio.

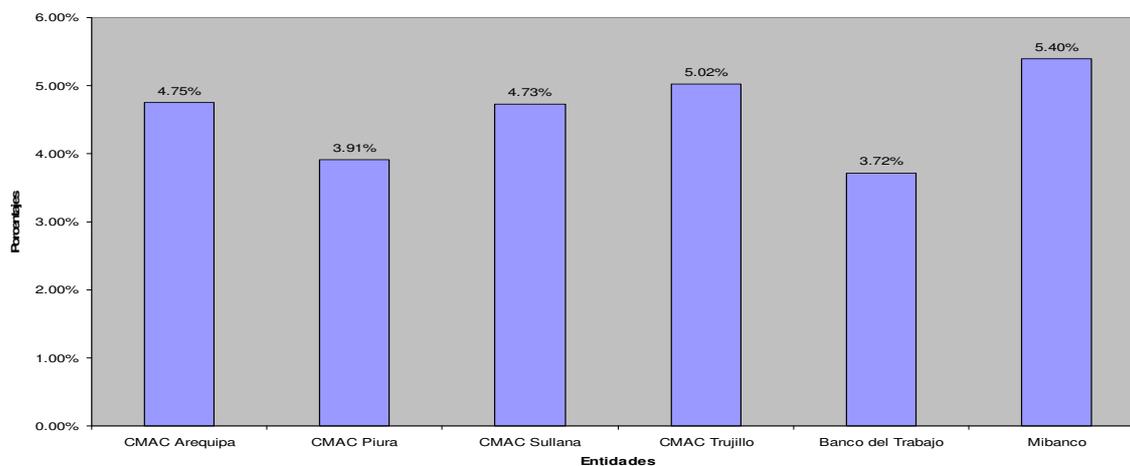
El ROA de MIBANCO presenta una tendencia al crecimiento especialmente durante los años 2001, 2002 y 2003, manteniéndose constante para septiembre de 2004, según los datos presentados en el cuadro siguiente.

MIBANCO: evolución del ROA . Periodo dic-2001 / sep 2004

Año	Dic. 2001	Dic. 2002	Dic. 2003	Sep. 2004
ROA	4.36%	5.17%	5.4%	5.4%

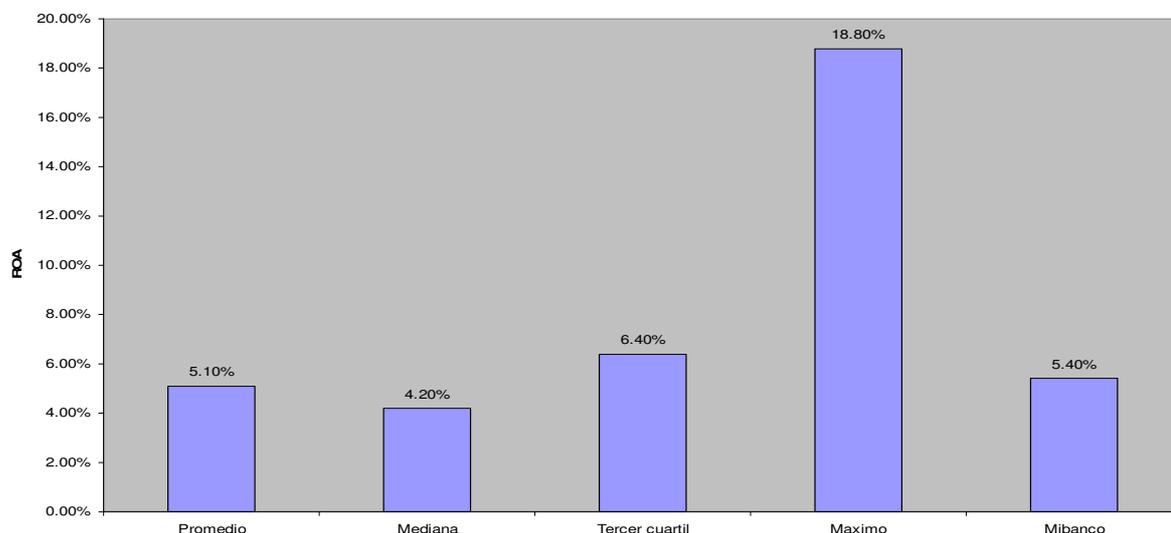
La evolución anterior del ROA ha permitido que MIBANCO sea la entidad que presenta un mejor indicador entre todas las entidades microfinancieras líderes del Perú, lo que se puede observar en este gráfico.

ROA de la entidades líderes en microfinanzas en Perú



Si se compara el desempeño de MIBANCO con respecto a las entidades líderes en América Latina, esta institución presenta un ROA superior al promedio de las misma, pero aún muy alejado de la entidad con mejor desempeño, según los datos recolectados por *Microrate*.

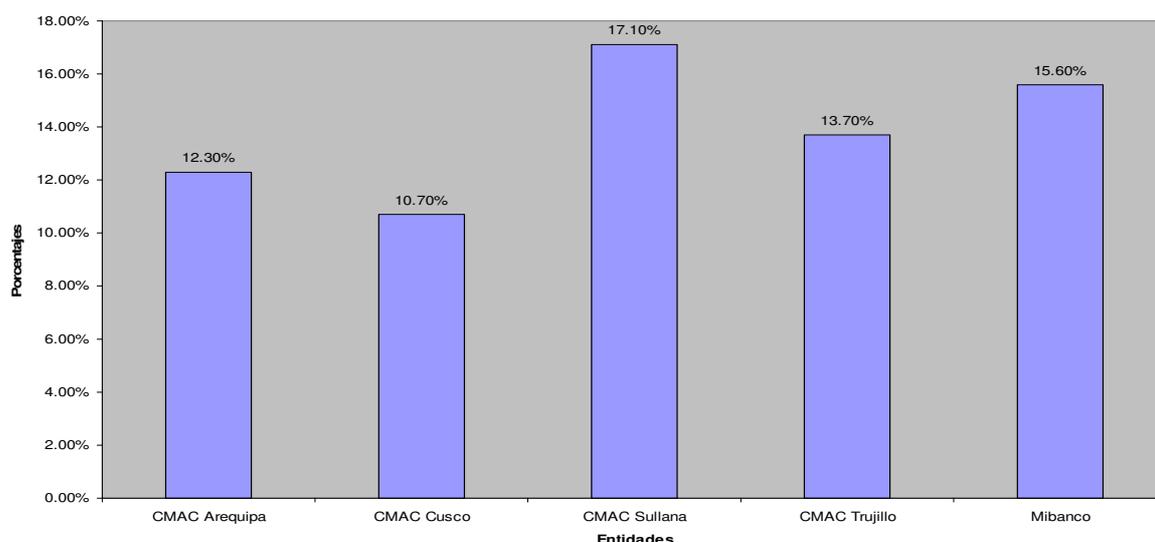
ROA de las entidades líderes en microfinanzas en América Latina. Dic 2003-sep 2004



Eficiencia administrativa.

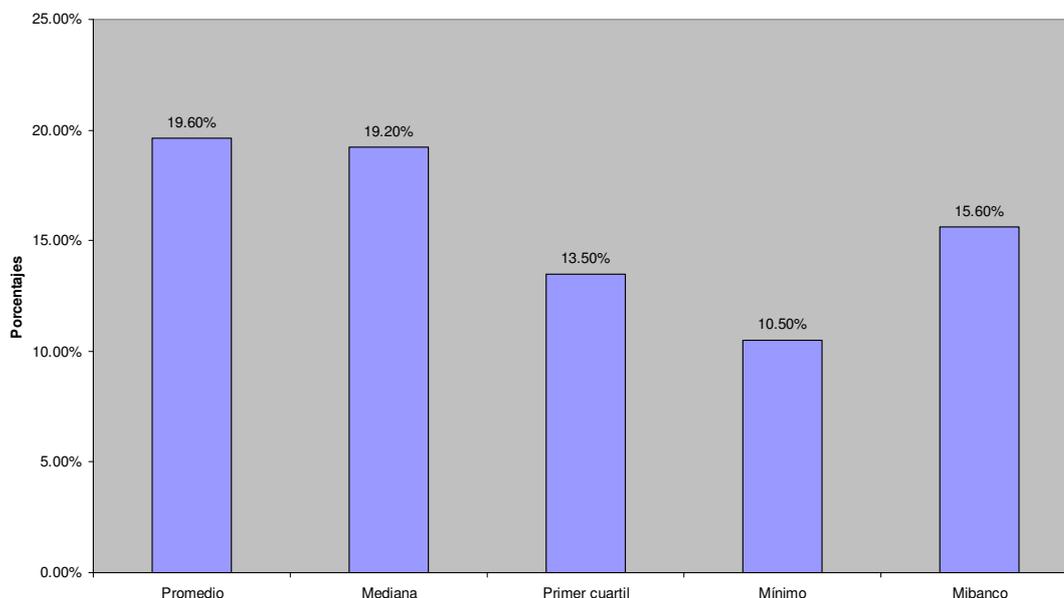
Este indicador nos muestra la relación de los costos operativos y la cartera bruta en un período determinado; la relación nos indica el costo de operación que tiene una entidad por cada cien unidades de valor de cartera. Cuanto más bajo es el porcentaje, la entidad presenta relativamente un mejor indicador. Al respecto, el cuadro siguiente permite que observemos que MIBANCO aún requiere desarrollar una estrategia que permita disminuir dicho indicador, a fin de mejorar su competitividad en la industria microfinanciera peruana.

Eficiencia administrativa de las entidades líderes en microfinanzas en Perú



Si comparamos a MIBANCO con el promedio de las entidades microfinancieras líderes de América Latina, si bien la entidad se encuentra abajo del promedio de estas, aún se encuentra muy por arriba de la entidad con el mejor indicador, según la información presentada por *Microrate*.

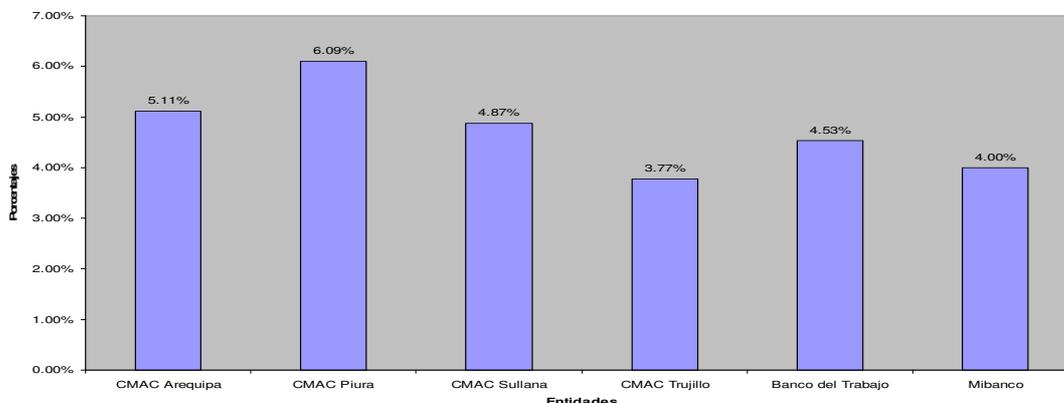
Eficiencia administrativa de las entidades microfinancieras líderes en América Latina.
Diciembre 2003 - septiembre 2004



Calidad de la cartera

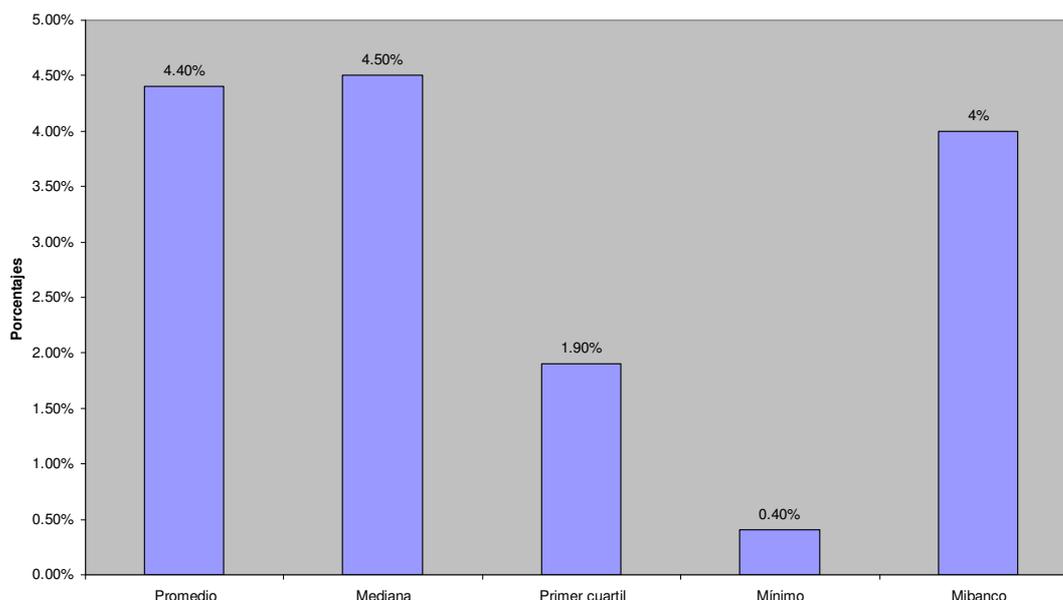
La calidad de la cartera se mide relacionando la cartera en riesgo con la cartera bruta, cuyo resultado permite conocer que porcentaje de la cartera tiene problemas de mora. En lo que respecta a MIBANCO, si bien los indicadores de mora se han deteriorado, pasando del 2.8% en diciembre de 2001 a 4.0% en septiembre de 2004, aun presenta niveles aceptables. Si relacionamos el índice de calidad de la cartera de MIBANCO para septiembre de 2004, con los de otras entidades líderes del Perú en crédito a la microempresa, puede observarse que MIBANCO presenta el indicador de mayor sanidad de cartera, según se aprecia en el cuadro siguiente.

Porcentaje de mora en las entidades líderes de microfinanzas del Perú.
Septiembre de 2004



Respecto a las mejores prácticas de América Latina, MIBANCO presenta indicadores cercanas al promedio de entidades, sin embargo, su índice de calidad de cartera está muy deteriorado con respecto al primer cuartil de entidades líderes, así como con respecto a la entidad que presenta el mejor índice.

Calidad de cartera de las entidades líderes en microfinanzas en América Latina.
Diciembre 2003 - septiembre 2004



I.2. Grado de cumplimiento del Acuerdo AECI- MIBANCO

La Agencia española de Cooperación Internacional (AECI) y MIBANCO suscribieron el 13 de diciembre de 2.001 un acuerdo específico para el otorgamiento y la ejecución de un préstamo reembolsable destinado a facilitar servicios financieros a los empresarios de la microempresa peruana. Este acuerdo, se compone de catorce cláusulas que contemplan diferentes aspectos relativos a los objetivos del programa, grupo meta, características de la cartera generada con los recursos del fondo, visibilidad del fondo, seguimiento etc. A continuación, se analiza el grado de cumplimiento por parte de MIBANCO de dichas cláusulas.

Cláusula 1. Corresponde a los objetivos generales del Programa y se concretan, básicamente, en el Fomento de una adecuada, estable y sostenible relación financiera, entre MIBANCO y el sector de la microempresa peruana.

En este sentido hay que señalar que:

- La tecnología crediticia de MIBANCO persigue precisamente, establecer una relación adecuada, estable y de largo plazo con el microempresario, con objeto de incrementar la información sobre el mismo, evaluar en el tiempo su moral de pago y en definitiva reducir el riesgo crediticio, de un sector tan atípico desde el punto de vista financiero como es el de la microempresa.

- Más del 60% de la cartera del banco, otorgada con recursos del Fondo, se compone de clientes que tienen una antigüedad de más de tres años con la institución y cuyo plazo promedio del crédito no supera los 12 meses.

Cláusula 2; Se refiere al grupo meta. MIBANCO debe otorgar con los recursos del Fondo, préstamos a empresarios del segmento de la microempresa, entendiendo por microempresa aquella unidad económica que no exceda de diez trabajadores incluyendo el propietario. Se priorizará así mismo aquellos microempresarios que no tienen acceso a los servicios financieros de las entidades supervisadas.

Los prestatarios de la cartera total de microempresa de MIBANCO, y por tanto, los financiados por el Fondo tienen en sus negocios un promedio de dos empleados. Además en este tipo de empresas el propietario también trabaja directamente en la empresa.

En general, los clientes, microempresarios de MIBANCO, son sujetos de crédito, pero no reúnen los requisitos exigidos por la banca tradicional. Por ello, la mayoría de los clientes nuevos, del banco no han sido atendidos anteriormente por bancos de tipo tradicional. Sin embargo, en el último año, se está produciendo un incremento en la oferta de crédito por parte de nuevas instituciones reguladas (Bancos, Edpymes, Cajas). Ello provocará y de hecho ya se está detectando, una significativa competencia por atraer a clientes de MIBANCO a estas instituciones.

Cláusula 3. Establece que los criterios para la selección de clientes del sector de la microempresa con recursos del Fondo, son los establecidos en MIBANCO en sus políticas reglamentos y procedimientos.

La consultoría ha comprobado que no existe ninguna indicación ni procedimiento especial en las Agencias, para promover y seleccionar a los clientes del Fondo. Los clientes del Fondo son promovidos y seleccionados con los procedimientos generales del banco.

Cláusula 4; Determina:

a) El destino de los créditos otorgados con recursos del Fondo:

- Capital trabajo
- Adquisición de activos fijos y mejora y/o adquisición de locales comerciales y vivienda productivas

Los destinos de los créditos otorgados por el Fondo corresponden a capital trabajo (97%) y activo fijo (3%). En el concepto activo fijo se incluyen también préstamos destinados a la compra ó mejora de locales comerciales y vivienda productiva.

b) Montos máximos y promedios de los créditos: El convenio determina :

- Monto de endeudamiento máximo establecido por microempresa en 10.000 USD
- Monto promedio máximo de cartera no podrá exceder
- Capital trabajo y capital de inversión hasta 3.000USD
- Adquisición ó mejora de viviendas productivas ó locales comerciales hasta 6.000 USD

En la cartera del Fondo no existe ningún préstamo de monto superior a los 10.000USD. Los montos promedio de los préstamos del Fondo se sitúan en:

- **Monto promedio capital trabajo: 640 USD**
- **Monto promedio activo fijo: 1.500 USD (Incluye compra ó mejora de local comercial ó vivienda productiva)**

c) Plazos: En cuanto a plazos el Convenio determina:

- Capital trabajo : Plazo hasta un año
- Capital fijo ó de inversión :Plazo hasta tres años
- Adquisición de vivienda productiva ó local comercial :Plazo hasta veinte años

La situación del Fondo al respecto es:

- **Plazo promedio de préstamos para capital trabajo: 8 meses**
- **Plazo promedio de préstamos activo fijo (Incluye compra ó mejora de local comercial ó vivienda productiva) fijo:13 meses**

d) Tasa de interés: Se establece que las tasas de interés deben de ser suficientes para asegurar la rentabilidad de la operación crediticia y sostenibilidad de la institución.

Las tasa de interés y comisiones que aplica MIBANCO a los préstamos otorgados con recursos del Fondo son las mismas que aplica al resto de la cartera de microempresa.

Las tasas de interés aplicadas cubren los costos financieros y operativos de MIBANCO. El rendimiento, en el año 2004, obtenido por MIBANCO en relación con su patrimonio es de 23,4%

En el siguiente cuadro se muestra una comparación de las condiciones de esta Cláusula con la situación del Fondo y del total de la cartera de MIBANCO

CUADRO COMPARATIVO CLAUSULA 4

Clausula 4 del Convenio AECI-MIBANCO	Situación del Fondo en relación con la cláusula 4	Situación de la cartera total de microempresa de MIBANCO en relación a la cláusula 4
<u>Destino:</u> -Capital trabajo -Activos fijos -Mejora y/o adquisición de locales comerciales y viviendas productivas	<u>Destino:</u> -Capital trabajo: 97% -Activo fijo: 3%	<u>Destino:</u> -Capital trabajo: 58% -Activo fijo: 8% -Proyectos especiales: 0,2% -Linea de crédito: 9,6% -Crédito rural: 0,3% -Crédito personal: 13,2% -Vivienda: 9,9% -Mi vivienda: 0,04% -Refinanciados: 0,3%
<u>Montos</u> Monto máximo: 10.000 USD Monto promedio: -Capital trabajo, activo fijo: 3.000USD -Adquisición de viviendas productiva ó local comercial: 6.000USD (correspondería a activo fijo,	<u>Montos</u> Monto máximo: 10.000 USD Monto promedio: -Capital trabajo: 640 USD -Activo fijo: 1.500 USD En activo fijo se incluyen algunos créditos para adquisición yó mejora de vivienda productiva ó local	<u>Montos</u> Monto máximo: 20.000 (aproximado) Monto promedio -Capital trabajo: 619USD -Activo fijo: Muebles: 1.758 USD Inmuebles 2.312 USD -P.Especiales: 5.418 USD

bienes inmuebles)	comercial.	-Línea de crédito: 713USD -Crédito rural: 850 USD -Personal: 484 USD -Vivienda: 1.260 USD -Mi vivienda: 17.295 USD -Refinanciados: 1.738 USD
<u>Plazos</u> -Capital trabajo: hasta 12 meses: -Capital fijo: hasta 36 meses -Vivienda productiva ó local comercial : 20 años	<u>Plazos</u> -Capital trabajo : 8 meses -Activo fijo: 13 meses	<u>Plazos</u> -Capital trabajo : 12 meses -Activo fijo Muebles36-60 meses Inmuebles: 36-60 meses -Personal 24 meses -Mivivienda.20 años -Micasa:20 años
<u>Tasas de interés</u> Las establecidas por MIBANCO, siempre que garanticen la sostenibilidad de la institución	Capital trabajo: Soles 50% USD: 30% Activos fijos Soles: 45% USD: 25% Micasa: Soles: 40% USD: 25%	Capital trabajo: Soles: 50% USD: 30% Activos fijos Soles: 45% USD: 25% Micasa: Soles: 40% USD: 25%

Fuente: MIBANCO y elaboración propia

Cláusula 5. Esta cláusula se refiere a varios aspectos como son:

- Monto del préstamo: 3.305.566,57 EUR
- Condiciones de desembolso:
 - Moneda : USD
 - Forma : de una vez
 - Costos para MIBANCO: Tasa de interés: 0,5% anual sobre el capital desembolsado pendiente de devolución.
 - Comisión para cooperación técnica: 6% anual sobre el capital desembolsado pendiente de devolución.
 - Abono de intereses: El pago de intereses se realizará al ICO con periodicidad trimestral
 - El pago de la comisión para cooperación técnica se realizará igualmente con periodicidad trimestral.
- Condiciones de reembolso
 - Moneda: El reembolso se realizará en USD
 - Plazo: cuatro años desde la firma del contrato
 - Periodo de gracia:1 año
- Colocación de los recursos:
 - La totalidad de los recursos deberán estar colocados en créditos a la microempresa antes de finalizar el segundo año, de acuerdo al siguiente calendario.
 - Al final del primer año: El 50 %
 - La totalidad al final del segundo año.

Esta cláusula, de acuerdo a información suministrada por la gerencia de finanzas, ha sido cumplida en su totalidad y así figura en las actas correspondientes. Por lo que se refiere a los plazos, en la colocación de los recursos, hay que señalar que la totalidad de los mismos fueron colocados en un mes.

Cláusula 6. Regula las características y condiciones de la asistencia técnica cuyo objetivo es reforzar la existencia de intermediarios financieros supervisados.

La asistencia técnica será cofinanciada por la AECI hasta un máximo del 80%, y la entidad solicitante de la misma que aportará el 20% restante.

MIBANCO, hasta la actualidad, no ha utilizado recursos de asistencia técnica Sin embargo, tanto el gerente de negocios como el gerente financiero, manifestaron que habían solicitado la utilización de la asistencia técnica, para elaborar un plan piloto con objeto de incursionar en el crédito agrícola, cuya oferta es muy limitada en el país. Los gerentes manifestaron que no habían tenido hasta el momento contestación por parte de la AECI. Además, tienen planificado iniciar un estudio sobre la demanda de crédito de la microempresa, inexistente en Perú, y así mismo iniciar algún proyecto piloto de medio ambiente y responsabilidad social laboral. Para la realización de estos proyectos les gustaría contar con la ayuda de la asistencia técnica de la AECI.

Cláusula 7. Determina que el 30 % de los créditos otorgados anualmente con recursos del Fondo, se destinen a clientes nuevos de crédito, entendiéndose como tal aquel microempresario del segmento objetivo, que no ha tenido ningún préstamo con la entidad financiera de la que percibe los fondos.

Anualmente el 30% de los clientes del fondo son clientes nuevos como se establece en esta cláusula

Cláusula 8. Estipula el compromiso de MIBANCO para mantener la visibilidad del Fondo en documentos oficiales, no oficiales y siempre que sea pertinente.

El Fondo Español de Microfinanzas, tiene visibilidad en la memoria anual que publica la Institución. Sin embargo, el Fondo no aparece visible en la página Web de la Institución. El gerente de finanzas comunicó a los consultores la próxima visibilidad del fondo en la página web.

Cláusulas 9 a 14. Estas cláusulas se refieren a básicamente a :

- Seguimiento del Acuerdo, en donde se establece el Comité Mixto para realizar dicha labor, sus responsabilidades, composición, esquema de decisión, frecuencia de sesión.

Los Comités se han realizado con menor frecuencia de la establecida. Son valorados positivamente por la gerencia de MIBANCO. Sin embargo existen varias actas que no han sido firmadas por la AECI

- Documentación que debe mantener MIBANCO durante la vigencia del Acuerdo.

La gerencia financiera de MIBANCO mantiene todos los registros e información sobre los clientes del Fondo (ver anexo)

- Condiciones para modificar el Acuerdo.

No se han hecho modificaciones (solo un addendum al contrato con el ICO)

- Fecha de entrada en vigor y plazo de vigencia del Acuerdo.

Nada que comentar

- Causas de rescisión del acuerdo.

Nada que comentar

- Unidad de documento

Nada que comentar

I. 3. Conclusiones

Por lo que se refiere al grado de cumplimiento de MIBANCO del Acuerdo firmado con la AECI, se pueden obtener las siguientes conclusiones:

- Mi banco ha cumplido con la totalidad de las cláusulas del Convenio.
- MIBANCO se ha consolidado como una institución especializada en financiar al sector de la Microempresa peruana, fundamentalmente en el área de Lima.
- Los montos promedio para capital trabajo, activo fijo y adquisición de vivienda productiva ó local comercial establecidos en el Acuerdo del Fondo, son significativamente superiores a los montos promedio de la cartera de microempresa de MIBANCO en los mismos conceptos. Lo mismo ocurre con la cartera generada con recursos del Fondo. Se puede, por tanto, equiparar los montos promedios establecidos en el Convenio, con los promedio del sector y de la cartera de MIBANCO.
- El número y monto de los préstamos para activo fijo, es notablemente inferior al de los préstamos destinados a capital trabajo. Esto se observa tanto en la cartera general de microempresa del banco, como en la cartera del Fondo(ver cuadro comparativo).
- Promocionar el crédito destinado a activo fijo, a través del Fondo, podría suponer el inicio de un cambio en esta situación.
- Las tasas de interés son altas (50%-60%) fundamentalmente para los préstamos de activo fijo. Sin embargo, el incremento de la competencia y de la oferta de crédito a la microempresa por parte de instituciones financieras reguladas(Cajas Edpymes, Banca Comercial) que se está produciendo en el último año, esta provocando una paulatina reducción de las tasas de interés .Esta tendencia tenderá a aumentar en el futuro próximo. No obstante podría estudiarse algún sistema de subvención transparente a determinados colectivos que el Fondo esté interesado en financiar (Crédito rural, Agrícola, Microempresa de subsistencia.)
- MIBANCO tiene proyectado desarrollar, en el corto plazo, algunos proyectos de interés como son:
 - Crédito agrícola.
 - Nuevos productos financieros a la microempresa.
 - Componente de medio ambiente vinculado a los créditos a la microempresa.Para ello, MIBANCO solicitará la asistencia técnica de la AECI
- Los comités de seguimiento no se realizan con la frecuencia establecida en el Convenio.

II. Caracterización y medición de impacto

II. 1. Metodología

Para la realización de la consultoría y la obtención de sus resultados y conclusiones se ha utilizado la metodología que se describe seguidamente:

II.1.A. Reuniones con Organismos Internacionales e Instituciones de apoyo al sector de las microempresas.

Se seleccionaron aquellos Organismos e Instituciones que tienen relación con el sector, y especialmente, aquellos, más orientados hacia los aspectos relativos al financiamiento del mismo.

También se mantuvieron reuniones con algunos centros de estudios e investigación, reconocidos por la calidad de los trabajos realizados sobre la microempresa.

En todas las reuniones se plantearon y analizaron las cuestiones fundamentales a responder por la consultoría sobre los clientes de MIBANCO.

Las Instituciones consultadas fueron:

- Comisión de la Unión Europea.
- Cooperación Técnica Alemana. (GTZ)
- Banco Inter-Americano de Desarrollo. (BID)
- Banco Mundial. (BM)
- Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo. (PNUD)
- Programa de la Comisión de la Unión Europea (Propoli)
- Consorcio de Organizaciones Privadas de Promoción al desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa.(COPEME)
- Latin American Challenge Investment Fund S.A (LA-CIF)
- Corporación Andina de Fomento. (CAF)
- Corporación Financiera de Desarrollo. (COFIDE)
- Federación Peruana de Cajas Municipales de Ahorro y Crédito. (FEPCMAC)
- Consorcio de Investigación Económica y Social (CIES)

II.1.B. Documentación MIBANCO.

Se analizaron dos tipos diferentes de información:

a) Documentación relativa a las políticas, reglamentos y procedimientos de crédito, utilizados por el banco para promover, desarrollar y administrar su cartera de créditos, tanto general como del Fondo.

b) Expedientes de crédito de clientes de MIBANCO

Se analizaron 100 expedientes de crédito tomados al azar. De ellos, el 50% correspondían a clientes nuevos que solicitaban por primera vez un crédito, y el resto a clientes con varias experiencias de crédito en la institución.(3-5 créditos)

c) Realización de un número significativo encuestas a prestatarios de MIBANCO.

Distribución geográfica de las encuestas. Se eligieron dos zonas de la periferia de Lima, denominadas Cono Norte y Cono Sur, en donde la presencia de MIBANCO es significativa, tanto por el número de agencias, como por el de clientes. Las agencias cuyos clientes fueron encuestados son:

- Cono Norte:
 - Agencia de Puente de Piedra.
 - Agencia de Comas.
 - Agencia de Ventanilla.
- Cono Sur:
 - Agencia Villa el Salvador.
 - Agencia Villa Maria.
 - Agencia San Juan de Miraflores.

Las características de las conos y de las agencias, son muy parecidas entre si y representativas de las zonas en donde realiza su actividad crediticia MIBANCO. Son zonas denominadas de asentamientos humanos, cuyo origen es la emigración campesidad que se está produciendo en Perú desde hace 15 años. . El 60% de los habitantes de los Conos son provincianos y el 40% restante, hijos de emigrantes del interior de Perú.

Las viviendas donde viven, fueron construidas por emigrantes, que ocupaban los terrenos en donde se ubican las casas. En los asentamientos en donde se realizaron las encuestas, existen zonas de una gran pobreza, como el asentamiento de puente de Piedra en el Cono Norte de Lima.

En estas zonas están abriendo agencias, otras entidades especializadas en las microfinanzas como son Cajas Municipales y diferentes Edpymes. También se observa la apertura de pequeñas oficinas de bancos regulados como el Banco del Trabajo.

El número de créditos de las oficinas que atienden a los clientes encuestados asciende en promedio a los 7.000créditos y su crédito promedio es de 600 USD.

d) Tipo de cliente.

Los clientes fueron tomados al azar y las encuestas se realizaron a clientes nuevos, que acuden al banco a solicitar su primer crédito, como a prestatarios con varios años de experiencia de crédito con el banco.

II.1.C. Características de la muestra.

En vista que se hace necesario en el presente estudio de impacto, conocer alguna información socioeconómica de los clientes de MIBANCO, se ha determinado realizar una encuesta a una muestra de clientes de la entidad, la cual ha sido calculada con los parámetros siguientes:

Debido a que la población es finita, es decir, se conoce el total de la población y se desea saber cuántos del total se requiere estudiar, la fórmula a utilizar será la siguiente:

$$n = \frac{[N * Z_{\alpha}^2 * p * q]}{[d^2 * (N-1) + Z_{\alpha}^2 * p * q]}$$

Donde:

- N = Total de la población = 114,000 clientes de MIBANCO
- Z_{α} = Nivel de confianza de la prueba o grado de confianza que generaliza los resultados de la muestra hacia toda la población. Usualmente es del 95%, cuyo valor de probabilidad (en tablas de distribución normal) es 1.96.
- p = Proporción esperada de eventos de éxito = 0.5
- q = Proporción esperada de eventos de fracaso: $1 - p = 1 - 0.5 = 0.5$
- d = Precisión o grado de error = 0.1. Este ha sido considerado en vista que habrá información obtenida de *focus group* y de las bases de datos de MIBANCO que complementarían el estudio de impacto.

Operando los datos tenemos:

Dados:

Si d = E = 10%:

N =	114,000.00
Z =	1.96
$Z^2 =$	3.84
p =	0.50
q =	0.50
d = E =	0.10
$d^2 = E^2 =$	0.01
p*q =	0.25
$Z^2 * p * q =$	0.96
N - 1 =	113,999.00
$d^2 * (N-1) =$	1,139.99
$N * Z^2 * p * q =$	109,485.60

Resultado 95.96 encuestas

II.1.D. Realización de reuniones de *Focus –Group*.

Con objeto de profundizar en las características, impacto del crédito y grado de satisfacción del grupo meta, se realizaron dos reuniones de focus group en las agencias de Mibanco situadas en Comas (Cono Norte) y San Juan de Miraflores (Cono Sur).

Asistieron 15 clientes de Mibanco, de los cuales la mitad eran clientes nuevos del banco, y la otra mitad clientes con varias experiencias crediticias. Las reuniones tuvieron una duración aproximada de tres horas, y los consultores tuvieron oportunidad de hablar y profundizar con los clientes sobre numerosos aspectos relevantes para la obtención de los resultados de la consultoría.

A todos los participantes se les solicitó su opinión sobre aspectos relativos a:

- Su historia y experiencia como microempresarios
- Características de su negocio
- Su experiencia y características crediticias
- Finalmente se les realizó la encuesta.

En anexo se presenta un resumen con los resultados del *Focus Group*

II.2. Opiniones de los principales actores del sector de la microempresa y microfinanzas en Perú.

Durante la misión, se realizaron reuniones con una selección de Instituciones públicas y privadas, así como algunos organismos de cooperación bilateral y multilateral, que tienen un reconocido protagonismo en el apoyo de las microempresas, fundamentalmente con servicios financieros.

En dichas reuniones, se plantearon y analizaron a fondo los tres temas fundamentales, objeto de esta consultoría; Quiénes son los clientes de MIBANCO, grado de satisfacción con los servicios proporcionados y finalmente impacto económico-social de los créditos suministrados por MIBANCO. Así mismo, expresaron su opinión sobre otros aspectos relevantes del banco.

A continuación, se realiza una síntesis de las opiniones que sobre estos temas, dieron la mayoría de las instituciones consultadas. También se detallan, algunas opiniones específicas manifestadas por determinadas entidades.

En síntesis, las opiniones que se expresaron sobre los diversos aspectos mencionados son:

II.2.A. Percepción general sobre MIBANCO.

a) MIBANCO, tiene un generalizado reconocimiento por su solidez económico-financiera, así como por su institucionalidad.

b) Las tasas de interés son altas en comparación con el financiamiento a otros sectores. Sin embargo, la competencia está motivando una reducción paulatina de las mismas.

c) Grupo meta de MIBANCO

MIBANCO es reconocido no solamente en Perú, sino en toda la región, como uno de los pocos bancos especializados en atender financieramente al sector de micro y pequeña empresa.

Sus clientes de microempresa, son en gran parte microempresarios del sector comercio, que acceden por primera vez al crédito otorgado por una institución regulada.

El segmento social que atiende MIBANCO a través de su cartera de de microempresa, abarca desde el segmento denominado de subsistencia hasta el denominado de acumulación ampliada.

La microempresa de subsistencia supone el 30% de la microempresa urbana. Fundamentalmente se dedica a la actividad del comercio. Sus ingresos anuales son menores a USD10.000 y es importante, en este segmento, la participación de la mujer empresaria.

La microempresa de reproducción simple, no acumulan excedentes, representa el 40% de la microempresa. Sus ingresos anuales son inferiores a los USD 20.000. La mujer microempresaria también tiene una representación importante en este segmento. Las actividades desarrolladas son; comercio servicios, industria.

La microempresa de acumulación ampliada se la puede considerar como en transito hacia la pequeña empresa. Sus ingresos anuales alcanzan los USD 35.000 y son fuente de generación numerosos empleos.

MIBANCO solamente llega a financiar a la extrema pobreza con un 4% de sus créditos y a través de la tecnología de grupos solidarios.

d). Grado de satisfacción de los clientes de MIBANCO.

- Los productos crediticios son adecuados al sector.
- Los Reglamentos y Procedimientos son adecuados y contemplan las características de la demanda de crédito del sector.

e.) Impacto económico -social de los créditos otorgados por MIBANCO.

- Dificultad de medir el impacto ya que no se realiza un seguimiento sistemático del mismo.
- El impacto a nivel macroeconómico de MIBANCO, es el de desarrollar el mercado financiero de Perú, pilar básico del desarrollo económico de cualquier país.
- En general los efectos del crédito, a medio plazo, sirven para mejorar y diversificar el negocio. A medio largo plazo, tienen efecto en el grado de bienestar de la familia.

f) A continuación se detallan algunas opiniones expresadas por algunas Instituciones más específicas sobre distintos aspectos de MIBANCO.

Banco Mundial:

- Actitud muy positiva hacia la institución.
- La eficiencia del Banco debe de mejorar
- Van a proporcionar fondos a MIBANCO, a través de la Corporación .

Latin American Challenge Investment fund S.A (LA-CIF):

- MIBANCO debe de mejorar su eficiencia.
- MIBANCO financia a niveles emergentes de la microempresa, que son los que generan desarrollo económico.

Banco Interamericano de Desarrollo.(BID):

- Impresión muy positiva sobre las actividades de MIBANCO.
- En los próximos meses financian un proyecto piloto con Acción Perú, con objeto de ofrecer diferentes tipos de seguros a los clientes de MIBANCO.
- MIBANCO juega un destacado papel en el incremento del mercado financiero peruano.

Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo(PNUD)

- Participaron en la creación del banco, identificando a los principales accionistas
- Los tipos de interés son altos pero los créditos son de gran utilidad para el microempresario.
- La extrema pobreza no tiene como necesidad primordial el crédito. Sus necesidades son otras.
- Las instituciones de microcrédito, incluyendo MIBANCO, figuran en las estrategias de lucha contra la pobreza del PNUD

Corporación Andina de Fomento (CAF)

- Son accionistas aunque ahora no están en el Directorio por política de la misma CAF
- Para ellos es una institución líder en microfinanzas en América Latina
- Has servido, además de ser accionistas, de aval para la reciente emisión de bonos, los cuales los consideran un éxito como alternativa de fondeo de MIBANCO

II.3. Características de los prestatarios de MIBANCO

II.3. A. El Contexto peruano

Con un PIB per cápita aproximado de 1.960 USD en el 2002, una tasa de inflación de 1.7 por ciento y una estabilidad económica por encima de muchos de los países de América Latina, luego de una recesión de cuatro años, Perú continua presentando indicadores de desempleo y subempleo que afectan la calidad de vida de más del 60 % de la población.

Del total de 28 millones de ciudadanos, más del 73% vive en zonas urbanas de los cuales más de 8 millones habitan en Lima, producto de las continuas migraciones desde el campo por violencia y pobreza.

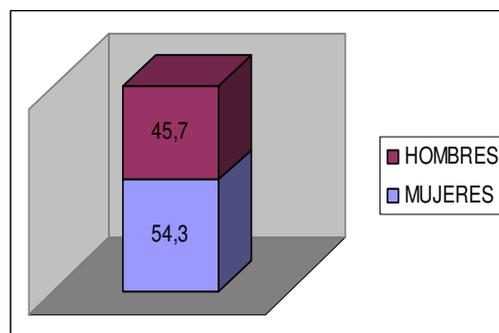
En su mayoría estos pobladores inmigrantes poseían bajos niveles de educación y escasas habilidades para los trabajos urbanos. Ante las pocas ofertas de trabajo, debido a la reducción del tamaño del Estado y al poco crecimiento del empleo formal del sector privado, la microempresa y el autoempleo se convirtieron en la única alternativa para generar ingresos y mejorar su calidad de vida.

Según datos del Estudio Nacional de Hogares de 1996, más del 66% de la población de las áreas urbanas había trabajado en una microempresa. Esta última definida como una unidad económica de menos de 10 trabajadores.

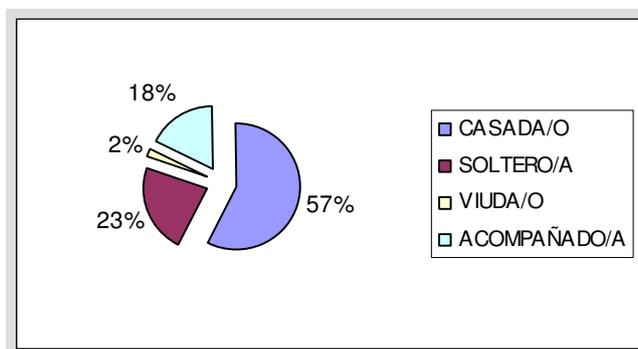
II.3.B. Perfil de los clientes de MIBANCO

Según se describió en la metodología, para la presente evaluación se ha realizado una encuesta a un total de 192 clientes microempresarios de MIBANCO de los cuales se han procesado 96. A continuación presentaremos los resultados y haremos referencia a otros estudios e información comparable con la población meta de la misma.

De acuerdo con nuestra muestra y encuesta en su mayoría los clientes de MIBANCO son mujeres que han emigrado desde la provincia a Lima, que habitan en la actualidad asentamientos que van logrando una consolidación urbanística y económica. Del total de encuestados, un 54% son mujeres siendo la edad promedio 42.5 años.



Según el estudio realizado para COFIDE¹, la presencia de mujeres en el total de clientes de MIBANCO calza con los resultados del presente estudio: 54.4% mujeres y 45.6% hombres. Al considerar el total de los usuarios del FCM de COFIDE, según en mismo estudio, que incluye Cajas Municipales y Edpymes, la presencia femenina es un poco mayor con porcentajes respectivos de 56.9% y 43.1%.

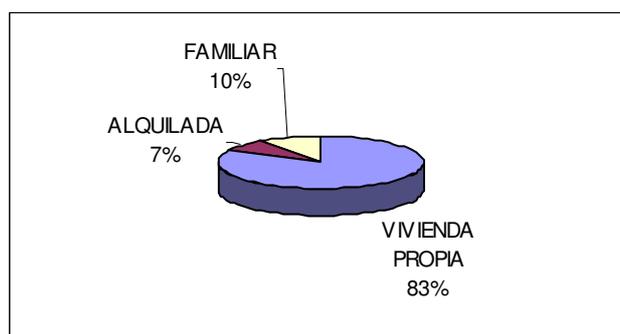


Fuente: Encuesta y elaboración propia.

Según los resultados de la encuesta aplicada los clientes de MIBANCO en su mayoría están casados, siendo una cuarta parte de ellas/os solteras/os. Este hallazgo es muy similar al que presenta el estudio anterior realizado para COFIDE resaltando un mayor porcentaje de clientes solteros en el caso de MIBANCO que en las otras instituciones de Microfinanzas de Perú (Cajas y EdPymes).

Los hallazgos del presente análisis coinciden con los de otros estudios como el de Acción Internacional. La mayoría de los clientes de MIBANCO posee casa propia, lo cual combinado con la antigüedad del negocio declarado en la encuesta (más de 11 años) habla de clientes con un nivel alto de consolidación tanto de residencia en el barrio como de dedicación a su actividad económica .

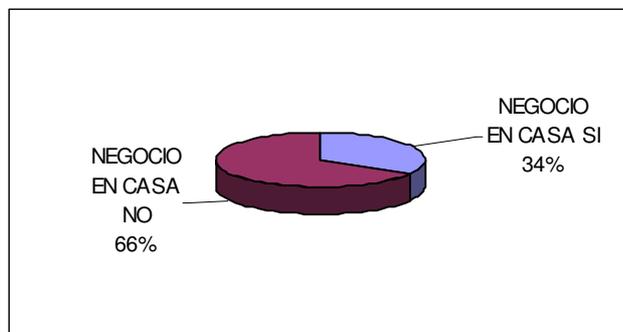
El tamaño promedio de la vivienda arrojado por las encuestas es de 131 M2, siendo significativo el alto nivel de propiedad de las mismas. El 100 % de los encuestados manifestó tener acceso a electricidad y agua potable con un bajo porcentaje que no tiene acceso a alcantarillado.



Fuente: Encuesta y elaboración propia

¹ Evaluación expost del Programa de micro crédito hispano peruano de Javier Porticarrero y Juan Nanura de Agosto de 2004.

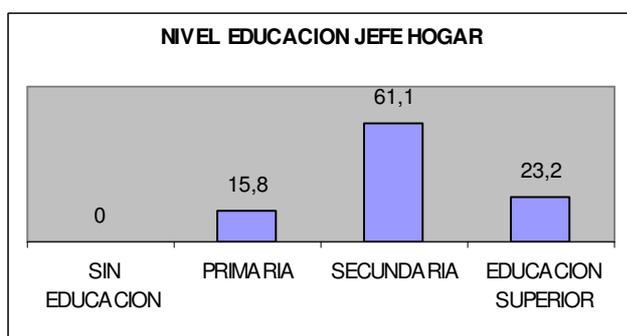
Del total de los encuestados el 66% tiene el negocio en su propia casa.



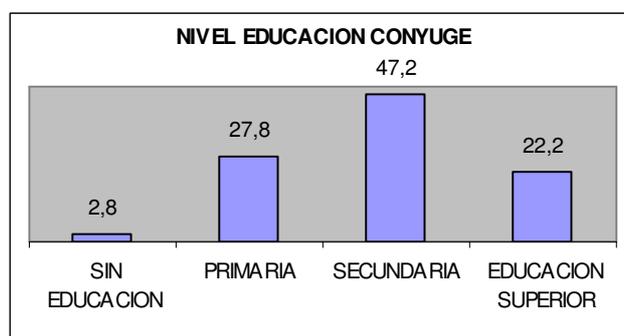
Fuente: Encuesta y elaboración propia

La unidad familiar está compuesta por 4.9 miembros en promedio que según un estudio de Acción Internacional al que haremos referencia más adelante, llega a 6.6 miembros por familia en el estrato más pobre de los clientes de MIBANCO. Este índice sigue siendo alto; según este estudio existe una correlación inversa entre tamaño de la unidad familiar y nivel de ingreso per cápita. .

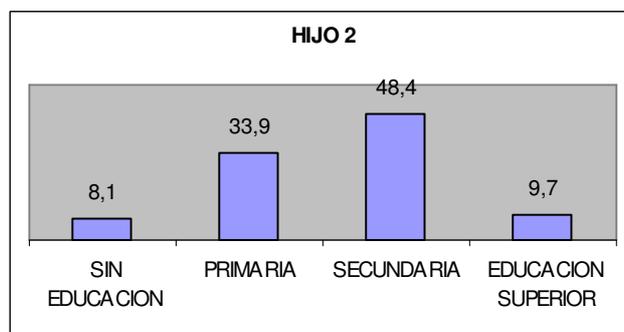
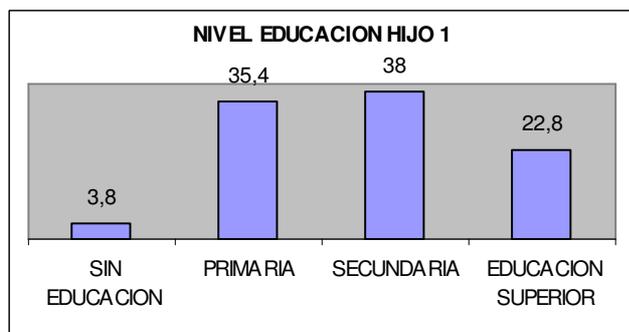
Las/os clientes de MIBANCO y sus cónyuges básicamente tienen un nivel de educación secundaria. El analfabetismo es mínimo.

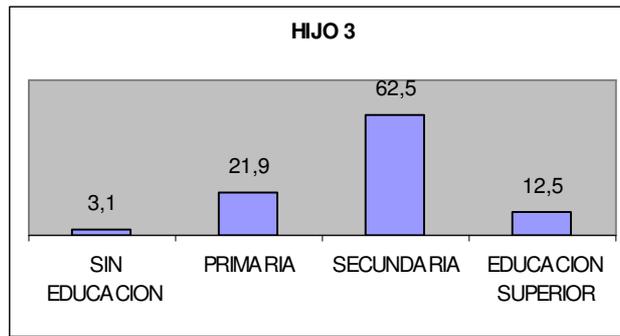


Fuente: Encuesta y elaboración propia



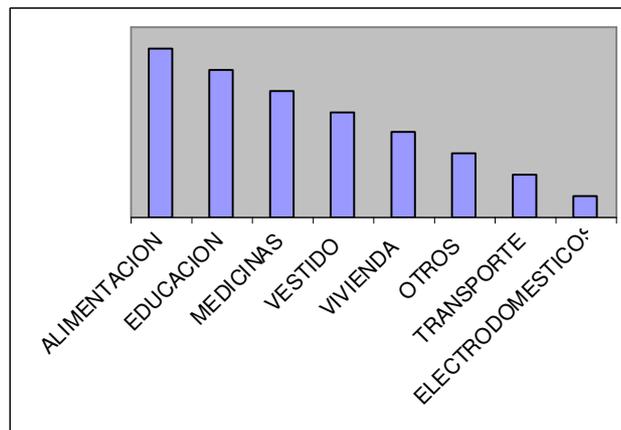
De otro lado, según la encuesta, los hijos/as de los clientes de MIBANCO están alcanzando niveles de educación superior al de sus padres como se puede observar en los gráficos siguientes:



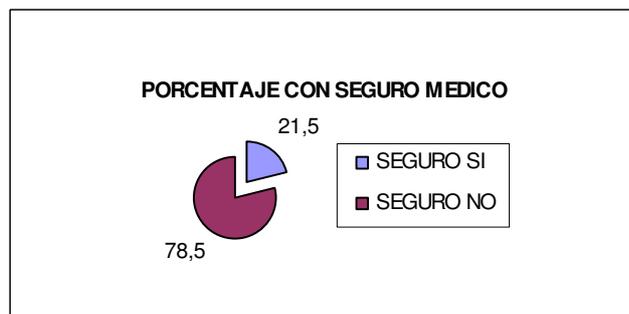


Fuente: Encuesta y elaboración propia

Lo anterior se puede explicar pues la educación es la segunda prioridad del gasto familiar, según se puede observar en el siguiente gráfico de elaboración propia de acuerdo con las respuestas de las/os encuestadas/os como orden de prioridad al momento de realizar gastos al interior de la familia.



De acuerdo con lo arrojado en la encuesta, la cobertura de salud sigue siendo baja a pesar de ser la tercera prioridad en el gasto familiar.



II.3.C. Indicadores de pobreza y actividad económica.

A continuación se presentan los resultados de la encuesta realizada. Para el presente análisis tendremos en consideración la línea de la pobreza utilizada internacionalmente.²

² En el análisis de los datos de Mibanco, evaluamos los niveles de pobreza absoluta comparando el consumo (ingreso y gasto) con varias líneas fijas de pobreza: la línea de pobreza nacional del Perú, la línea de pobreza metropolitana de Lima, y las líneas de pobreza internacionales de 1 USD /día y 2 USD /día. Las líneas de pobreza que teóricamente representan el costo de consumir una canasta de alimentos básicos y de necesidades no alimenticias, provienen de una variedad de fuentes y varían considerablemente. La línea de pobreza nacional empleada es la línea de pobreza nacional oficial que usa el gobierno peruano. Se basó en una encuesta de hogares en 1997 y es aproximadamente la mediana de varias líneas de pobreza alternas.

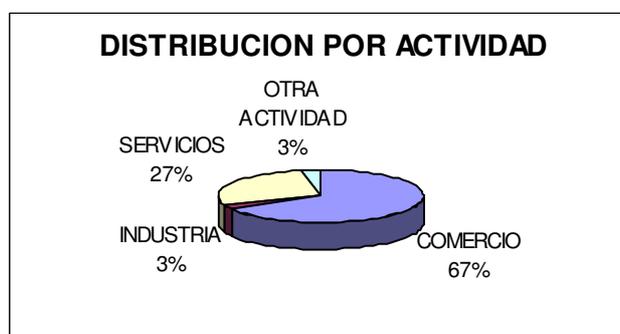
Según los resultados del análisis de nuestra encuesta, los clientes de MIBANCO comparten un perfil de pobreza similar con los de otros estudios. Comparando los resultados de la encuesta realizada para el presente estudio con los del Estudio de Acción Internacional “*Finding & análisis. Mi Banco PERU*”, se puede hablar de una consistencia en nuestras observaciones al afirmar que MIBANCO está atendiendo a los pobres de Perú.

Según el estudio de Acción Internacional se puede observar que un alto porcentaje de los clientes de MIBANCO está por debajo de la línea de la pobreza a Nivel Nacional y especialmente en Lima.

Muestra de población	Porcentaje por debajo de la Línea de pobreza Nacional	Porcentaje ajustado para la Línea de pobreza de Lima ³
MIBANCO ⁴	27	49
Lima	22	40
Perú	52	66

En Lima, donde se concentran mayoritariamente los créditos de MIBANCO uno de cada dos clientes (49%) está por debajo de la línea de la pobreza.

Tal como se ilustra en la tabla anterior, que casi la mitad (un 49 por ciento) de los clientes de MIBANCO se les considera pobre, comparados con un 40 por ciento de la población de la muestra de Lima. Veintisiete por ciento de los clientes de MIBANCO también se encuentran clasificados como pobres con base en la línea más baja de pobreza nacional, comparada con sólo un 22 por ciento de la muestra de Lima.



Fuente: Encuesta y elaboración propia

De acuerdo con lo arrojado por la encuesta, los clientes de MIBANCO se dedican en un gran porcentaje (67%) al comercio, seguidos por un 27% por aquellos que brindan servicios.

³ La línea de pobreza de Lima es igual a USD 1.029 en términos de ingreso per cápita anual en el 2000. La línea de pobreza nacional es igual a USD 755 en términos de ingreso anual en el 2000. Las líneas de pobreza de 1 USD /día y 2 USD /día son esencialmente irrelevantes en el contexto del área metropolitana de Lima, debido a un costo de vida urbano más alto.

⁴ En la muestra utilizada por Acción Internacional hay 7,206 clientes, aproximadamente siete por ciento de los clientes activos totales de Mibanco. En este estudio se compara el nivel de pobreza y las características demográficas de los clientes de Mibanco con una muestra nacional y una muestra de población limitada a Lima.

Nivel de pobreza ⁵	Género			Actividad económica		
		Mi Banco	Lima		MIBANCO	Lima
1	Mujer	71	27	Producción	10	7
	Hombre	29	73	Servicio	8	56
				Comercio	82	37
2	Mujer	68	21	Producción	10	11
	Hombre	32	79	Servicio	15	47
				Comercio	78	52
3	Mujer	63	18	Producción	11	10
	Hombre	37	82	Servicio	15	47
				Comercio	74	44
4	Mujer	57	21	Producción	9	11
	Hombre	43	79	Servicio	20	47
				Comercio	71	44
5	Mujer	53	23	Producción	12	11
	Hombre	47	77	Servicio	23	57
				Comercio	65	35

Si observamos el cuadro anterior podemos observar que disminuye el porcentaje de la actividad comercial a medida que disminuye el nivel de pobreza. Esto coincide con los estándares internacionales según el cual la microempresa de subsistencia prácticamente es de carácter comercial y requieren poca mano de obra y capital de trabajo.

II. 3.D. Tamaño de la microempresa e ingresos familiares

Según la encuesta procesada para el presente estudio, las ventas promedio son de 2.313 USD /mes y la utilidad media del negocio de 588 USD /mes.

Esto habla de la existencia de una margen que permite una reinversión en el negocio, es decir MIBANCO está atendiendo a un gran porcentaje de microempresas que aún estando en situación de pobreza les permite generar excedentes.

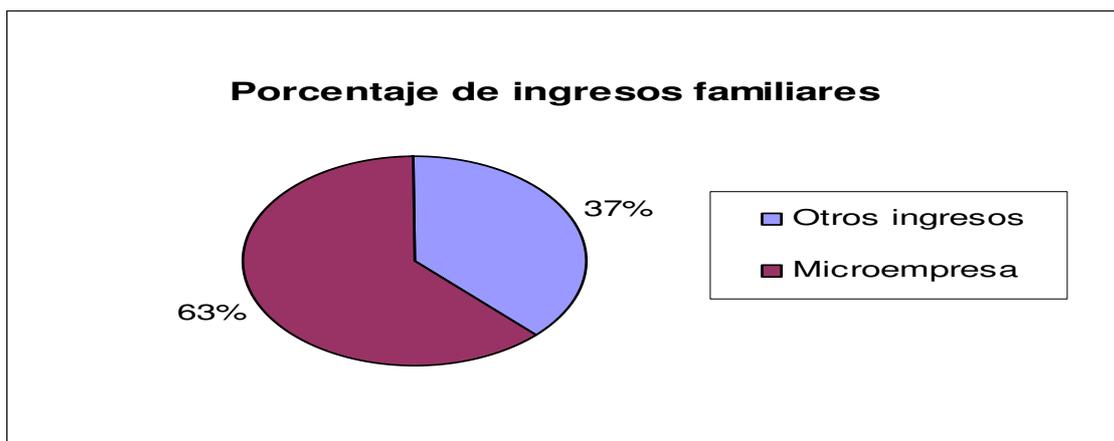
Se puede hablar de que los clientes de MIBANCO son Microempresas de acumulación simple. El margen respecto de las ventas es alto 25.4%. Tienen capacidad de generar excedente y en algunos casos pueden diversificar la inversión realizando integraciones verticales. El resultado del presente estudio es similar a otro estudio realizado para el FCM con COFIDE que arrojan un margen de utilidad para las microempresas del 26.3% El comercio es la principal actividad pues tiene la facilidad de no requerir inversión en

⁵ Acción Internacional ha creado cinco categorías basadas en la línea de pobreza de Lima. El Nivel 1 incluye todos los hogares con niveles de ingreso per cápita de 0-50 por ciento de la línea de pobreza de Lima; El Nivel 2 incluye los hogares con un ingreso igual a 50-75 por ciento de la línea de pobreza; El Nivel 3, 75-100 por ciento; El Nivel 4, 100-120 por ciento, y el Nivel 5, más del 120 por ciento. Por consiguiente, los niveles 1-3 representan todos los hogares por debajo de la línea de pobreza de Lima y los niveles 4 y 5 incluyen los hogares casi pobres y los no pobres.

activos fijos. Cumplen un papel fundamental en la distribución de productos en los pueblos jóvenes.

Según lo manifestado en la encuesta, los ingresos promedio de la familia no provenientes del negocio son 351.5 USD/Mes.

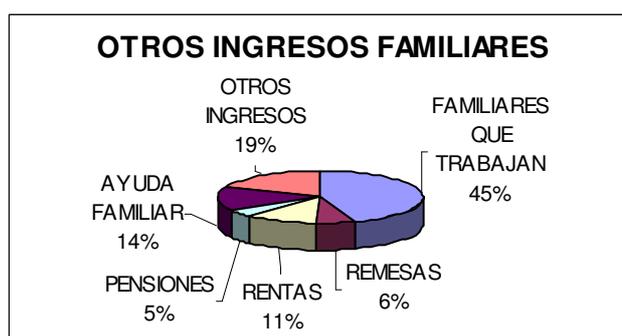
El total de ingresos familiares es de 939.5 USD / Mes (del cual el 63% proviene de la microempresa).



Fuente: Encuesta y elaboración propia

Del cuadro anterior se puede deducir que la microempresa es la fuente principal de ingresos para los clientes de MIBANCO. Los ingresos adicionales de la familias clientes de MIBANCO representan el 37.4% según lo manifestado por las/los encuestadas/os.

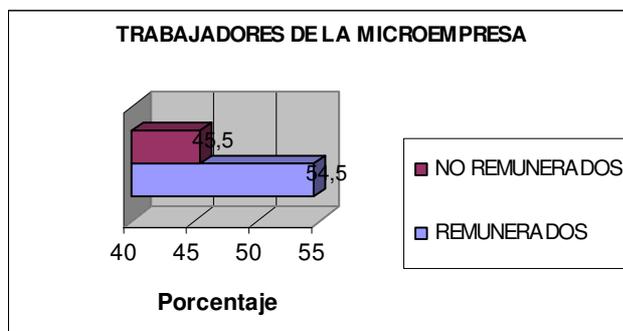
En el estudio realizado por Portocarrero y Nunura, el nivel de ingreso familiar total es similar, pero el porcentaje de ingresos debido a la microempresa es la mitad del total. En el mismo se hace mención al total sin discriminación para Cajas Municipales, Edpymes y MIBANCO, por lo que una comparación no es estrictamente posible.



Fuente: Encuesta y elaboración propia

Según el estudio de Acción Internacional, al examinar la contribución de la microempresa al ingreso del hogar, se encuentra que los hogares con ingresos más altos tienen un mayor porcentaje de ingreso atribuible a la microempresa que los hogares más pobres. Una posible hipótesis al respecto es que a medida que aumentan los ingresos de la microempresa, los miembros de la familia dedican más tiempo a la misma con lo cual el porcentaje de dependencia de los ingresos por la actividad microempresarial aumenta.

II.3.E. Composición del empleo al interior de las microempresas atendidas por MIBANCO



Los encuestados manifiestan que el número de empleos que generan sus microempresas es de 2.1 incluido el propietario, lo cual nos habla de que la microempresa cliente de MIBANCO genera pocos empleos adicionales al del propietario y en su mayoría son miembros de su propia familia. Este nivel de generación de empleo es inferior al que reportan otros estudios efectuados para las Cajas de Ahorro Municipales de Perú.

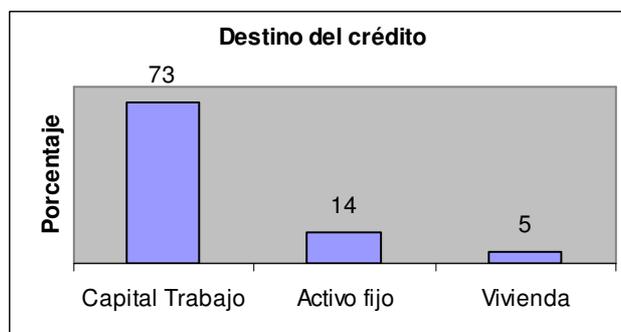
II.3.F. Préstamos de MIBANCO. Relación crediticia. Ahorro

En microfinanzas, el monto del préstamo puede utilizarse como una variable para indicar el tamaño de la microempresa. Una pregunta importante para el campo de las microfinanzas en conjunto tiene que ver con la relación entre el tamaño del préstamo y la pobreza, es decir para indicar la profundidad del alcance de una institución de microfinanzas (IMF). En MIBANCO se utiliza el ingreso familiar para determinar el monto del préstamo, lo cual es una práctica aceptable. De acuerdo con esta consideración, si tomamos el monto promedio de MIBANCO para capital de trabajo (619 USD) podemos corroborar que esta IMF está llegando a los más pobres de Perú y en especial de Lima.

Los créditos promedio de MIBANCO son:

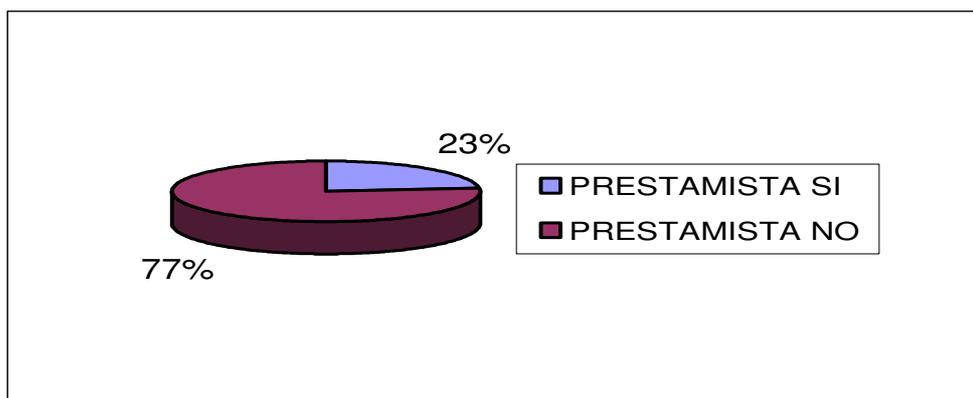
- Capital de Trabajo: 619 USD
- Activos Fijos: 1.758 USD
- Vivienda: 2.312 USD

La distribución en porcentaje de dichos créditos se presenta a continuación:

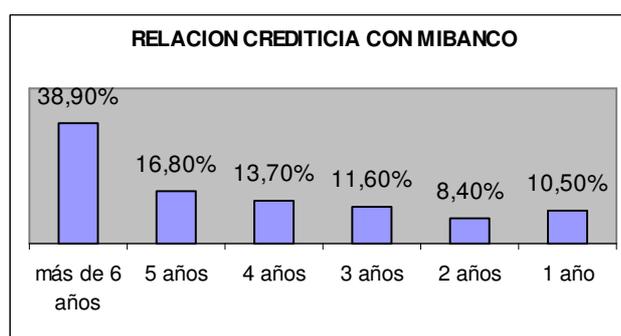


Según el estudio de Acción Internacional, los clientes más pobres reciben préstamos más pequeños que los clientes con ingresos más altos.

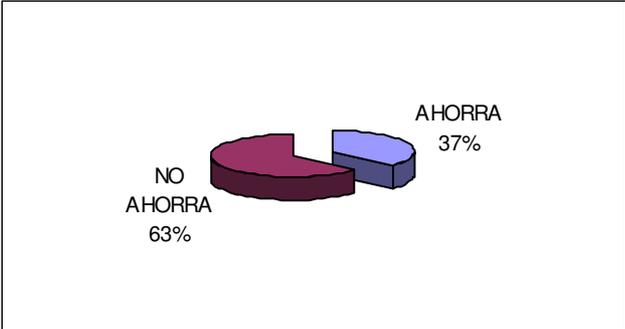
Respecto a la relación crediticia, en el pasado algunos clientes de MIBANCO han recurrido a prestamistas y ahora se puede afirmar que son clientes del sistema financiero formal. En este aspecto MIBANCO ha tenido un papel protagónico en la bancarización de microempresarios cuya demanda de microcrédito se encontraba insatisfecha.



Se puede observar en el gráfico siguiente, según las respuestas de los clientes de MIBANCO encuestados, que estos mantienen una relación crediticia con la institución que se concreta en montos crecientes de crédito y diversificación de productos financieros (Capital de trabajo, activos fijos, mejora del local y vivienda), que si lo relacionamos con estudios similares, indican que la relación crediticia de largo plazo mejora los niveles de ingreso familiar. Según el estudio de Portocarrero y Nanura, los microempresarios del sector productivo y servicios tienen mayor experiencia crediticia que los de comercio. De nuestra observación (ver *Focus Group*) podemos inferir que una relación crediticia que se concreta en montos crecientes permite consolidar oportunidades de negocio y estrategias de integración vertical en los microempresarios.



Finalmente, es importante indicar que el 37% de los microempresarios manifiesta que ahorra. Del total solo el 10.4% del total encuestado ahorra en MIBANCO. Los encuestados manifiestan que el excedente lo reinvierten en el negocio. La promoción del ahorro como producto financiero es un objetivo importante para MIBANCO



II.4. Grado de satisfacción obtenido por los clientes de los servicios financieros ofrecidos por MIBANCO.

Para conocer el grado de satisfacción de los clientes microempresarios, con los servicios crediticios proporcionados por MIBANCO, se han utilizado dos procedimientos. Por un lado se han comparado, las características de la demanda de crédito de los microempresarios, con los Reglamentos y procedimientos del banco, para comprobar si estaban en consonancia con dicha demanda. Por otro lado, en las encuestas realizadas y reuniones de *focus group*, con los microempresarios, se incluyó una serie de preguntas sobre su grado de satisfacción con los productos crediticios y servicios en general que ofrece MIBANCO.

Las características de la demanda de crédito por parte del sector de la microempresa son:

- Financiamiento permanente.
- Rapidez y oportunidad.
- Simplicidad en el trámite.
- Proximidad geográfica.
- Garantías no tradicionales.
- Productos adecuados a las necesidades del microempresario.
- Al más bajo costo posible.

A continuación se analizan cada uno de estos elementos poniéndolos en relación con la situación de MIBANCO.

II.4.A. Financiamiento Permanente.

El microempresario, necesita créditos de bajo monto pero de forma permanente para solucionar su necesidad, principal, de capital trabajo y pequeños montos de inversión. Un microempresario podrá necesitar dos ó tres pequeños créditos a lo largo de un año. La estacionalidad que incide en la microempresa (navidades, fiestas patronales, temporada escolar) le obliga a solicitar financiamiento en dichas épocas de manera especial. Las instituciones financieras que atiendan eficientemente a la microempresa, tienen que conocer y articular toda una serie de productos financieros para satisfacer adecuadamente esta necesidad de los microempresarios.

En este sentido MIBANCO dispone de productos crediticios y procedimientos pensados en satisfacer, de forma permanente, la necesidad de crédito, fundamentalmente de capital trabajo, que tienen los microempresarios.

El segundo crédito que se le concede a un microempresario, se denomina crédito retorno y se puede desembolsar el mismo día en que termina de pagar el primer crédito. Además, el cliente de acuerdo a su capacidad de pago y su evaluación crediticia, podrá tener como máximo cuatro créditos simultáneos, siempre y cuando uno de ellos sea de vivienda ó personal; y como máximo dos créditos del mismo producto.

También existe la posibilidad de financiar simultáneamente al cónyuge, siempre y cuando el giro del negocio sea distinto y la unidad familiar, tenga la suficiente capacidad de pago.

La tecnología de crédito utilizada está diseñada para mantener una relación de largo plazo con el cliente. De esta forma se incrementa la información de la institución sobre el

microempresario y se evalúa su voluntad de pago. Ello permite otorgar sucesivos créditos de montos más elevados.

Empíricamente se observa que MIBANCO mantiene una relación de largo plazo con los microempresarios ya que el 70% de los mismos ha tenido más de tres experiencias crediticias con la institución.

II.4.B. Rapidez y oportunidad.

Las compras e inversiones que realicen las microempresas no están demasiado planificadas. La posibilidad de comprar mercadería a buen precio aparece y desaparece para el microempresario rápidamente. Por ello la rapidez y oportunidad en la concesión de un crédito es la cualidad más importante de un crédito hacia la microempresa. Hay experiencias de instituciones que no se adecuan a la necesidad del microempresario, tardando más días que el prestamista o el usurero, que se caracterizan por altas tasas de interés pero una “oportuna” oferta.

Esta característica de la demanda obliga a las instituciones a tener trámites cortos que permitan el desembolso del crédito rápidamente.

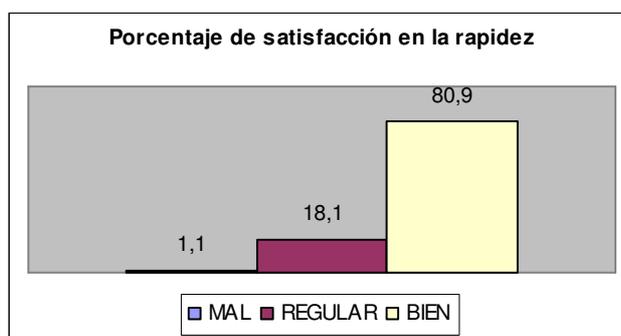
En el caso de MIBANCO, los procedimientos están diseñados para que el primer crédito para clientes nuevos, se desembolse en un plazo que oscila de dos a cinco días y para clientes recurrentes, que han demostrado una buena voluntad y puntualidad en el pago de las cuotas, el nuevo crédito se les puede desembolsar el mismo día en que cancela la última cuota del crédito anterior.

Los procedimientos del banco para la aprobación y desembolso de los créditos esta muy descentralizado. La práctica totalidad de los créditos a la microempresa son aprobados y desembolsados en la Agencia en donde se realizó la solicitud.

Los comités de crédito se realizan todos los días .Además, el número de asesores de crédito por agencia, es adecuado a la demanda de las zonas así como el número de clientes por asesor (300 créditos por asesor)

Por lo que se refiere a la oportunidad, MIBANCO comercializa un tipo de crédito denominado de temporada, cuyo objeto es facilitar al microempresario la compra de mercadería en determinadas fechas en que se incrementa la demanda general (Navidades, Semana Santa) ó de un sector en particular (inicio del curso escolar)

Los microempresarios entrevistados, tanto nuevos como recurrentes del banco, manifestaron, en un 81%, su satisfacción por la rapidez en el otorgamiento de créditos.



II.4.C. Simplicidad en el trámite y atención adecuada.

Estamos hablando de financiar un sector que, en términos generales, tiene un nivel cultural bajo. Ello hace que si se les solicitan cuestionarios largos y con cierto nivel de dificultad; el microempresario opte simplemente por no hacerlos y acudir a su proveedor habitual, que desgraciadamente es el prestamista, y que cobrándole tasas de interés de hasta un 10% diario, no le solicita dichos trámites. Por tanto la información que la entidad requiera para dar un crédito debe de ser clara y sencilla, debiendo ser el oficial de crédito quien se encargue de obtenerla en una entrevista con el microempresario.

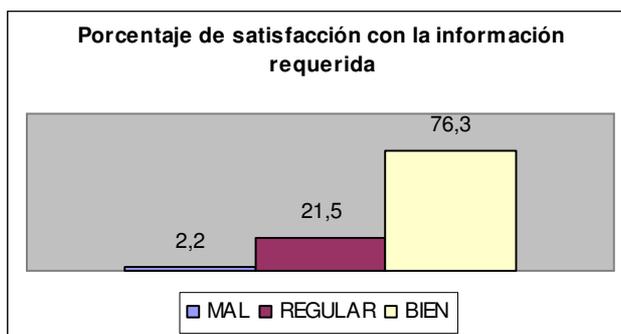
En el caso de MIBANCO, esta condición también se cumple. El cliente es recibido en la agencia por el asistente de negocios que procede a rellenar la solicitud de crédito del microempresario. Si reúne los requisitos mínimos, dicha solicitud se pasa al asesor de crédito que será el encargado de evaluar y dar seguimiento al préstamo.



Los documentos requeridos para iniciar el trámite son:

- Cualquier documento de identificación del solicitante ó de su cónyuge.
- Si tiene casa propia: Copia de una constancia de posesión.
- Si es inquilino: Copia del contrato de alquiler.
- Si es alojado en asentamiento humano: Constancia de residencia otorgada por asociación de vecinos u organización similar.

En las encuestas realizadas el 73% de los microempresarios manifestaron que la información requerida por el banco, les parecía adecuada y no les ocasionaba problemas el conseguirla.

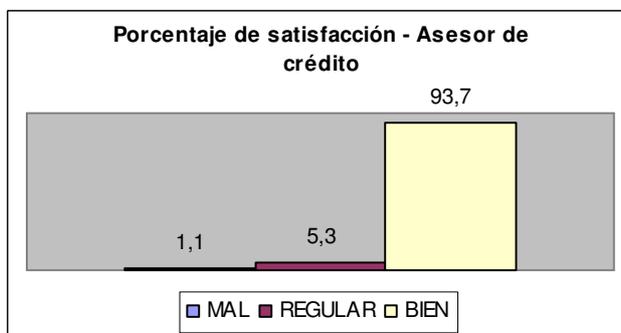


Por otro lado el microempresario requiere de una atención adecuada y diferente a la de otro segmento crediticio. El personal del banco debe de atender al cliente microempresario con “sencillez”, tratando de adecuarse a su nivel cultural y sensibilidad. Además, debe de realizar su trabajo, no en la oficina, sino en las zonas donde se ubica el grupo meta, realizando evaluaciones de prestatarios ó haciendo seguimiento de la morosidad. En definitiva, este personal, además de estar capacitado en la tecnología crediticia, debe de estar muy motivado e incentivado.

MIBANCO tiene una política de personal adecuada. Además de realizar cursos de capacitación permanentemente, les otorga incentivos como becas de estudio en economía y finanzas. También se benefician de préstamos a tasa de interés preferentes.

Su remuneración se compone de una parte fija y una parte variable. La parte variable esta en función del número de colocaciones y del índice de morosidad. Todo ello hace que el personal de MIBANCO, de las agencias visitas, mostrara un alto grado de entusiasmo y compromiso con el trabajo que realizaban con el sector.

En las encuestas realizadas entre los usuarios de crédito, el 94% mostró un alto grado de satisfacción por la atención recibida por el asesor de crédito.



II.4.D. Proximidad geográfica.

La proximidad geográfica de la entidad ó de sus sucursales a zonas donde se concentran los microempresarios (Mercados, ciertas calles en donde operan determinados gremios), facilita mucho la administración de los créditos, fundamentalmente en lo que se refiere a pago de cuotas y por tanto al control de la morosidad. El microempresario no tiene demasiados empleados y tiene dificultad en cerrar su negocio y desplazarse durante horas para hacer una gestión de crédito.

A este respecto la estrategia de MIBANCO consiste en ubicar sus agencias en las zonas de mayor concentración del grupo meta.



La mayoría de sus agencias están ubicadas en las proximidades de los asentamientos humanos donde viven y realizan su actividad productiva los microempresarios. En Lima dispone de 26 Agencias. Recientemente el banco ha iniciado su expansión por el resto del país y en estos momentos tiene agencias, de las mismas características de las de Lima, en Ica, Lambayeque, Junín, Arequipa y Trujillo.

Los horarios de atención a los clientes son adecuados a los requerimientos de los microempresarios (8h a 18,30 de forma permanente y los sábados de 8h a 13h) En épocas en donde aumenta la demanda de créditos (Navidades, Semana Santa) el horario se aumenta hasta las 20horas.

Cada Agencia realiza la promoción de sus productos en sus respectivas zonas de influencia. Los medios de promoción son los adecuados a las características y perfil del microempresario, siendo los más usuales: Publicidad en las radios de los mercados y asentamientos, charlas en los mercados, hojas volantes y promoción incentivando el boca a boca (obsequian con un regalo al microempresario que recomienda a un amigo)

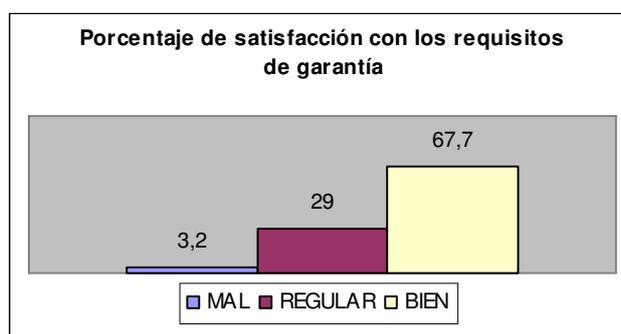
II.4.E. Garantías no tradicionales.

El microempresario en general, tiene capacidad de pago para hacer frente a un pequeño crédito, en función de su capacidad de pago. Sin embargo, no tiene las garantías tradicionales que la banca suele exigir para otorgar un crédito y respaldar el valor económico del mismo. Por ello, es necesario utilizar una tecnología de crédito no tradicional, que se centre más en la medición correcta de la capacidad de pago que en la existencia de garantías tradicionales.

MIBANCO tiene establecida su tecnología crediticia en el documento: Normativa de otorgamiento de créditos, y está incluida dentro de los procedimientos del banco. En líneas generales, la tecnología utilizada por el banco es apropiada a las características del sector.

Concretamente, en los “Principios de la tecnología crediticia”, para micro y pequeña empresa, incluidos en el procedimiento de créditos , existe un apartado relativo a capacidad y voluntad de pago, en donde se establece que : “El análisis de crédito se centra en la evaluación del negocio ,los estados financieros y los flujos de ingresos y egresos del mismo, así como en la situación de la unidad familiar, para de esta forma determinar, de manera integral, la capacidad y voluntad de pago del cliente. A continuación establece: “Las garantías constituidas, son una cobertura complementaria del riesgo, pues las mismas tienen un carácter de subsidiarias. Las garantías son necesarias para un determinado monto y plazo del crédito. Las **garantías no constituyen un elemento decisivo en el otorgamiento del crédito**, pues las mismas solo contribuyen a generar incentivos para que el deudor pueda cumplir con el pago del mismo.”

Por otro lado en la encuesta realizada a los microempresarios, el 68% de los mismos manifiestan su grado de satisfacción por los requisitos de garantía, exigidos por el banco.



II.4.F. Productos crediticios adecuados a las necesidades del microempresario

La existencia de productos financieros acordes con las necesidades sentidas por los microempresarios, será un índice de satisfacción de los clientes de la Institución.

En este sentido se puede decir que MIBANCO, también cubre las necesidades del grupo meta



Además del crédito para financiar el capital trabajo y los activos fijos, (Micapital y Miequipo) hay que destacar la existencia de:

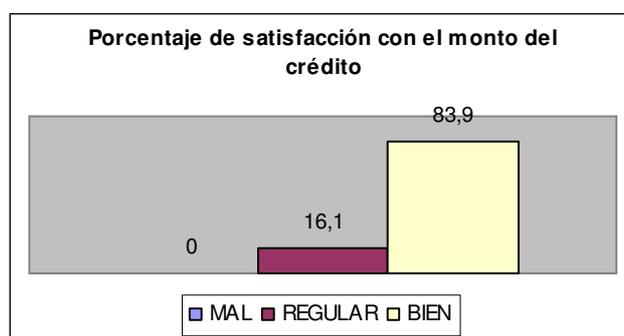
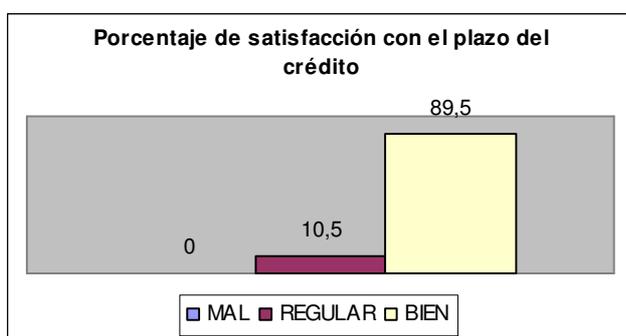
- Crédito estacional para una campaña determinada.
- Crédito para la remodelación del negocio y/o vivienda. Dicho crédito, dependiendo del monto, puede ser asimilado a la modalidad activo fijo, bienes inmuebles.
- Crédito para proyectos especiales : Se trata de un crédito que se otorga a un grupo de microempresarios con objeto de que puedan ejecutar algún proyecto de interés común (compra de puestos en el mercado, equipos de utilización conjunta.)
- Cuota móvil: Se aplica a los créditos de capital trabajo y supone la posibilidad de diferir el pago de una cuota, un mes más. La vulnerabilidad económica de los microempresarios (enfermedad de familiares, reducción temporal de las ventas....) hace que esta opción sea muy valorada por el grupo meta.

Hay que destacar que MIBANCO ofrece créditos para la adquisición de vivienda con hipoteca y sin hipoteca, dependiendo del valor de la misma. En ambos casos los procedimientos para el otorgamiento de los mismos se ajustan a las características de sector. Los microempresarios consultados en las encuestas, así como en las reuniones de focus group, manifestaron haber utilizado dichos préstamos para la adquisición de su vivienda.

Por lo que se refiere a los montos promedio de los créditos de MIBANCO, en su cartera de microempresa, (USD 798) hay que señalar que son adecuados a la realidad del sector, y se encuentran en unos valores similares a los de otras instituciones especializadas en el sector, tanto nacionales como internacionales. El crédito promedio en la cartera de capital trabajo, es el más bajo de todo el portafolio de la cartera del banco, situándose, tan solo, en USD619

Los plazos también se ajustan a las características del sector. Para el capital trabajo, el plazo oscila entre los nueve y diez meses. Para activo fijo no supera los 24 meses.

Los microempresarios entrevistados sobre los montos y plazos, manifestaron un alto grado satisfacción (84% y 90% respectivamente)



MIBANCO también ofrece servicios de ahorro, cuenta corriente, tarjeta de débito, así como la posibilidad de utilizar cajeros automáticos durante las 24 horas.

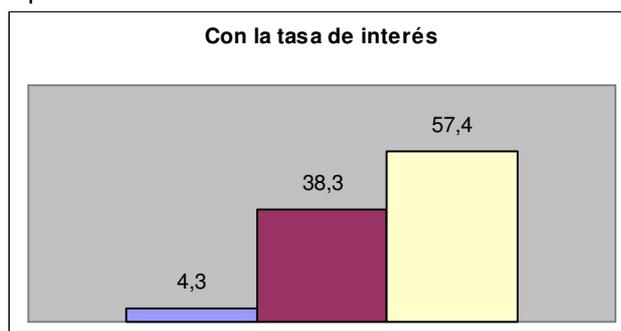
Así mismo hay que mencionar dos productos muy utilizados por el sector como son:

- Migiro: Para enviar remesas a cualquier parte del mundo.
- Micambio: Para realizar cambio de moneda.

II.4.G. Al más bajo costo posible.

El microempresario está acostumbrado a pagar altas tasas de interés por los créditos otorgados por prestamistas. La concesión de créditos por entidades financieras a costos reales (incluyendo costos financieros y costos operativos) significa una reducción del costo para el microempresario.

Las tasas de interés, para créditos de capital trabajo y activo fijo de MIBANCO, oscilan del 40% al 50% en soles, y del 25% al 30% en dólares. Estas tasas, debido al incremento de la competencia, están experimentando una paulatina reducción. La tendencia para los próximos años es que las tasas de interés experimenten una significativa reducción. El 57% de los microempresarios encuestados manifestaron estar satisfechos con dichas tasas.



II.5. Impacto o transformaciones provocadas en los clientes de MIBANCO por la utilización de los servicios financieros suministrados por la institución.

En la generalidad de los casos cuando se trata de investigar el impacto que una entidad de microcrédito tiene sobre sus clientes, nos remitimos a tratar de conocer como el grupo familiar que este forma, ha mejorado su nivel de vida o ingresos.

No obstante, que lo anterior es necesario conocer cómo las entidades de microfinanzas modifican el entorno financiero en el cual se desarrolla toda la actividad económica de la microempresa. Es por tanto necesario conocer el impacto tanto a nivel macro como a nivel meso y micro en los servicios suministrados por la institución a sus clientes, aspectos que trataremos de estudiar en el presente acápite.

II.5.A Impactos a nivel de bancarización e intermediación financiera.

En Perú de acuerdo a la encuesta realizada por el INDEI en el año 2002, existían un total de 3,080,000 unidades empresariales catalogadas como microempresas, es decir con menos de 10 empleados. Estas unidades generaban empleo a casi un 76% de la Población Económicamente Activa (PEA) del país, contribuyendo a cerca del 40% del Producto Interno Bruto.

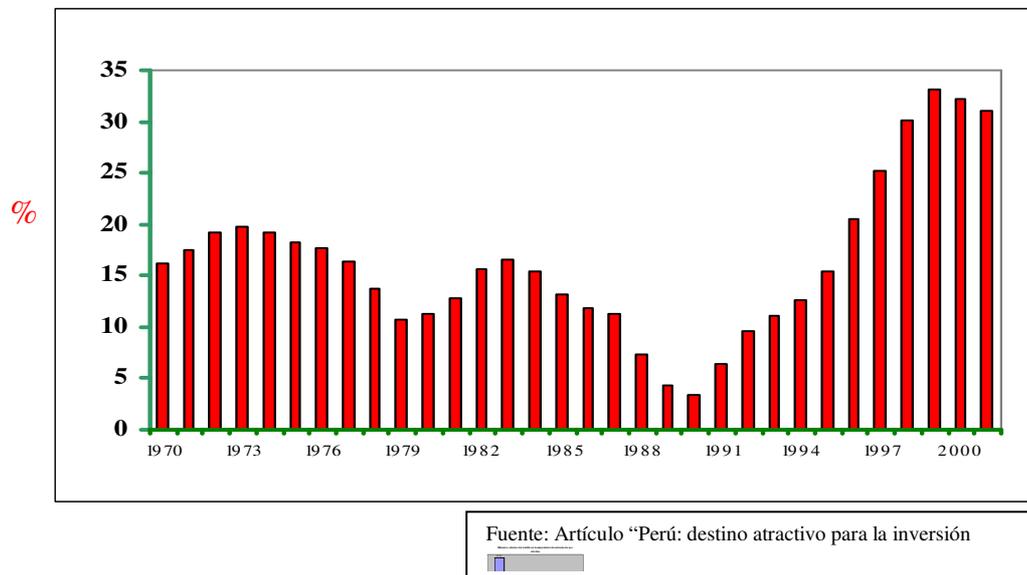
Por lo general, los estudios y justificaciones sobre la existencia de entidades microfinancieras se fundamenta en los supuestos de que sus clientes son personas de bajos ingresos que no suelen acceder al crédito formal y que están representados por mujeres, campesinos, empresas de bajo crecimiento, etc.

No obstante la gran heterogeneidad de sujetos que existen en ese segmento de la economía denominado microempresa, parece existir un común denominador el cual consiste en que estos no cuentan con acceso a servicios financieros en las entidades financieras tradicionales por diferentes razones, tales como falta de garantías reales y el alto riesgo de las actividades económicas que realizan.

Como se mencionaba en el apartado I.1., se estima por la encuesta de hogares del INEI que en Perú existen unas 3.000.000 de microempresas y que estarían atendidas por el sistema financiero (sin contar las ONGs) alrededor del 20%.

La participación de MIBANCO, así como de otras entidades de microfinanzas en el espectro financiero del Perú, ha favorecido un mayor grado de intermediación en la economía del país, siendo uno de los principales factores que han permitido hacer crecer el mercado financiero al incorporar nuevos clientes en el sistema, lo cual influye en el crecimiento del crédito colocado por el sistema financiero regulado por la SBS tal como lo demuestran las estadísticas del cuadro siguiente.

Desarrollo financiero del Perú: Crédito como porcentaje del PBI



El impacto a nivel meso importante de comentar, se encuentra en el hecho de que en la actualidad la microempresa peruana cuenta con una serie de entidades que haciendo frente a la competencia, han mejorado su atención al sector, haciendo posible desarrollar productos adecuados, así como también propiciar disminuciones de la tasa de interés.

Los resultados del *Focus group* realizado en esta evaluación, así como las estadísticas obtenidas reflejan una enorme competencia de las entidades por captar más clientes llevándolas a ser más eficientes, a fin de poder ofrecer reducciones de la tasa de interés como un instrumento para aumentar su cartera de clientes y su penetración geográfica.

Casi en su totalidad, los clientes de MIBANCO que fueron entrevistados en el *Focus Group*, manifestaron que las entidades de la competencia les ofrecen créditos a menores tasas de interés (cuotas más bajas), aunque en su mayoría manifestaron ser leales a MIBANCO. En algunos casos la institución ha reducido sus cuotas con buen historial crediticio.

Otro aspecto importante es el hecho que la competencia no solo se realiza entre MIBANCO, las Edpymes, las CMAC Y las CRAC, sino también que se comienza a apreciar una fuerte apuesta de entidades de banca tradicional tales como el Banco del Trabajo y el Banco de Crédito del Perú, por hacerse con una cuota de mercado en el negocio de las microfinanzas. ⁶

⁶ Según la última evaluación realizada por Equilibrium (calificadora de riesgos), en diciembre de 2004, el Banco de Crédito del Perú y el Banco del Trabajo, ocupan el primer y segundo lugar de monto de créditos otorgados a la microempresa, relegando a Mibanco al tercer lugar, aunque este último tiene la mayor cantidad de clientes atendidos. Ver: www.equilibrium.com.pe

II.5.B Impacto a nivel micro en la clientela de MIBANCO.

En la encuesta realizada a los clientes de MIBANCO, se les solicitó su opinión sobre diversos aspectos en los cuales la teoría crediticia considera que pueden existir efectos directos o indirectos pero de fácil apreciación, los aspectos considerados fueron los siguientes⁷:

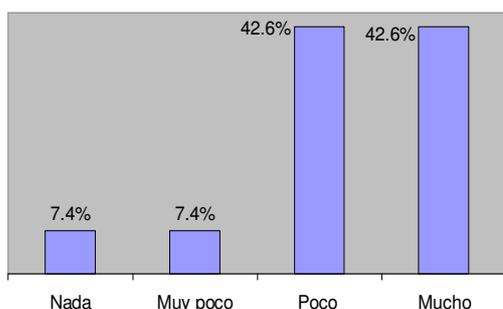
- ¿Amplio volumen de ventas?
- ¿Aumentaron sus ganancias?
- ¿Aumento el capital de trabajo?
- ¿Compro o mejoro el local del negocio?
- ¿Aumento otros activos?
- ¿Amplio o mejoro su vivienda?
- ¿Adquirió aparatos electrodomésticos?
- ¿Aumento el número de trabajadores?
- ¿Compro vehículo?

Para efectos de análisis de los resultados obtenidos, se consideró las respuestas nada y muy poco como efectos nulos en cada aspecto a analizar; mientras que las respuestas poco y mucho como efectos positivos en los mismos.

Los resultados obtenidos han sido los siguientes:

a) Efectos del crédito sobre el volumen de ventas.

Mibanco: efecto del crédito en el volumen de venta de sus clientes



Las microempresas son demandantes de créditos para capital de trabajo debido a que en su mayoría son empresas comerciales de alta rotación de sus inventarios o empresas industriales con limitado capital de trabajo para hacer frente a los pedidos de sus clientes.

La situación anterior permite en teoría deducir que un crédito para capital de trabajo, debería presentar un efecto positivo en el volumen de venta de las microempresas.

En efecto, los resultados de la muestra tomada de los clientes de MIBANCO muestran que el 83,2% de los encuestados lograron efectos positivos en sus ventas al utilizar el crédito, mientras que el 14,8% considera un efecto nulo o ninguno en ese aspecto.

⁷ Las interrogantes realizadas en la encuesta a los clientes de Mibanco, también van relacionadas con las elaboradas en otras evaluaciones realizadas por otras consultorías a los recursos de ICO administrados por otras entidades del Perú, lo cual nos ha permitido comparar los resultados obtenidos.

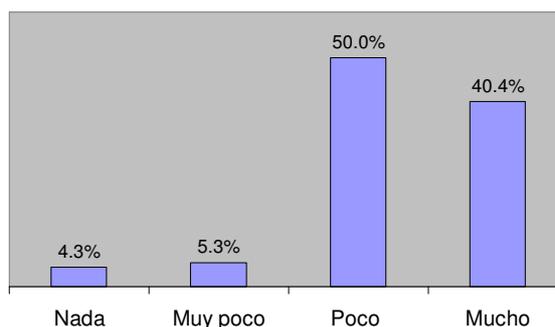
Obviamente, un aumento en las ventas de las microempresas llevaría consigo efectos en otras variables del negocio.

b) Efectos del crédito sobre las ganancias.

El aumento declarado de las ventas como efecto del crédito, obviamente propicio que las ganancias, ya sea absolutas (como efecto de un mayor volumen de ventas) o relativas (como efecto de una mayor eficiencia por compras a escala), se hayan incrementado de acuerdo a la percepción de los empresarios encuestados.

Al respecto, la encuesta presenta que el 90.4% de los empresarios consideran que sus ganancias aumentaron como efecto del crédito; mientras el 9.6% no observó mejoras en ese aspecto.

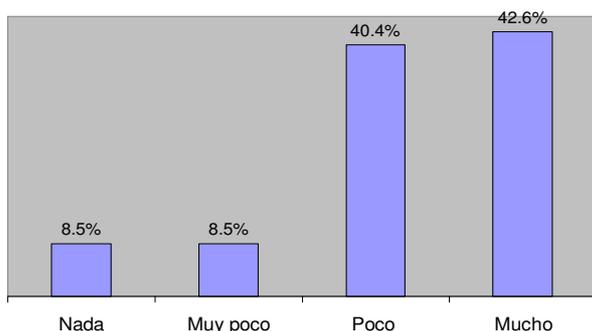
Mibanco: efecto del crédito en las ganancias de sus clientes



Estos resultados son importantes en nuestra evaluación de impacto, puesto que el aumento de las ganancias llevaría a un mayor desarrollo o crecimiento de la empresa financiada ó en otro caso mejores ingresos para los miembros del grupo familiar, propiciando mejores niveles de vida a estos.

c) Efecto del crédito sobre el capital de trabajo.

Mibanco: efecto del crédito en el capital de trabajo de sus clientes



Las encuestas presentan con claridad un efecto positivo en el aumento del capital de trabajo de las microempresas como efecto del crédito.

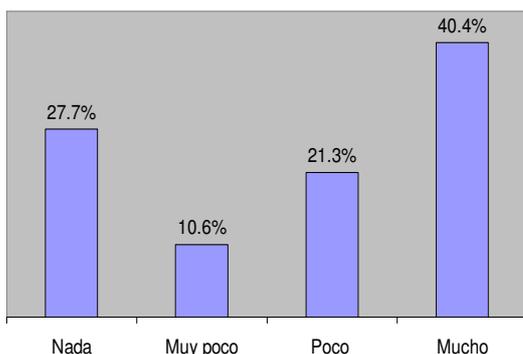
El 83% de los encuestados consideraron que con el crédito su capital de trabajo aumentó; mientras que solo el 17% expresó no haber tenido efecto alguno en dicho aspecto, como consecuencia de haber obtenido crédito en Mibanco.

Esta percepción del cliente de haber incrementado su capital de trabajo, también ha sido corroborada en las reuniones de *focus group*, en donde los clientes al hacer una descripción de sus inicios como empresarios, recuerdan sus bajos niveles de activos con

los que contaban, así como el bajo monto de crédito recibido, los cuales guardan cierta relación al momento de realizar un análisis crediticio.⁸

d) Efecto sobre el local del negocio

Mibanco: efecto del crédito en el local del negocio de sus clientes



Respecto al efecto que el crédito propicio en la mejora del local, las encuestas muestran que el 61.7% de los entrevistados han tenido mejoras en su local; mientras que el 38.3 % consideran que el crédito no les ayudo a mejorar el mismo.

En este aspecto, las encuestas comienzan a dar un cambio a dar un cambio en cuanto al efecto positivo más palpable, que se presenta en los aspectos anteriores (ventas, ganancias y

Resulta importante poder deducir las situaciones que pueden haber presentado un relativo menor efecto del crédito en la mejora del local, estos pueden ser:

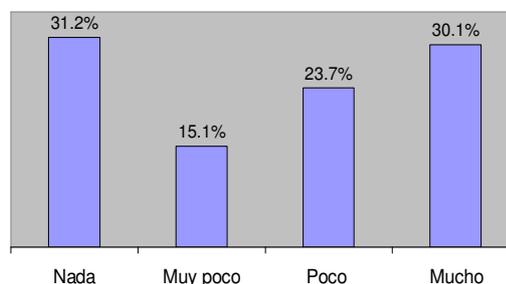
- La mayor cantidad de clientes demandan principalmente capital de trabajo, lo cual presentaría mejoras en inventarios y no tanto en inversión fija o mejoras de local.
- Algunas actividades comerciales se realizan en locales alquilados, lo cual limita la inversión de los empresarios en los mismos.
- Otras empresas se localizan en las mismas viviendas, por lo cual no se requiere hacer mejoras significativas en las mismas para funcionar.

e) Efecto sobre otros activos

Al igual que el aspecto anterior, de nuevo se observa un efecto relativamente moderado del crédito sobre inversiones en otros activos.

Como se observa, el 53.8% expresó que obtuvo un aumento en sus otros activos, aunque en la encuesta no fue preciso establecer de que tipo, esto pueden estar relacionados con la adquisición de la mobiliario,

Mibanco: efecto del crédito en el aumento de otros activos de sus clientes



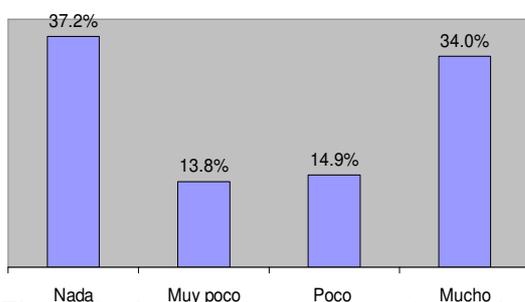
⁸ Las reuniones de *Focus Group* permitieron conocer el éxito de los empresarios de Mibanco; muchos de ellos se iniciaron con ventas ambulantes y en la actualidad cuentan con un local de atención a su clientela, así como con una mayor la diversificación de sus ventas.

derechos de traspaso y demás instrumentos utilizados para el mejor desempeño de los negocios.

Es de hacer notar que el 46.3% de los entrevistados no perciben un aumento en sus otros activos como efecto del crédito recibido por MIBANCO⁹.

f) Efecto sobre la ampliación o mejora de la vivienda

Mibanco: efecto del crédito en la ampliación o mejora de vivienda de sus clientes



En cuanto a los efectos del crédito en la ampliación o mejora de la vivienda de los clientes de Mibanco, los entrevistados manifestaron en un 48.9% que el crédito le permitió ampliar o mejorar la vivienda, aunque un 51% consideró lo contrario.

El resultado por el cual ese 48.9% de los encuestados manifestó haber mejorado su vivienda pudo haber sido influenciado por dos aspectos:

- Un 5% de los clientes de la muestra han obtenido crédito para mejora o adquisición de vivienda
- Si bien la mayor demanda de crédito es para capital de trabajo para el negocio, hay que recordar que existe una relación mutua entre la empresa y la familia, por lo que en la práctica muchos empresarios pudieron haber trasladado parte del crédito o de los excedentes de sus ventas hacia la mejora de su vivienda.

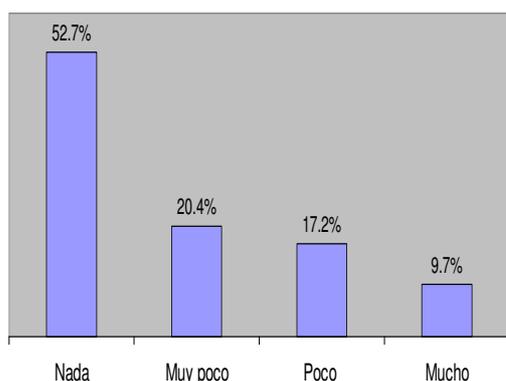
Por otra parte, el que un buen porcentaje (51.1%), de los encuestados considera que no fue afectado por el crédito en la mejora de su vivienda, puede explicarse por que:

- Un 17% manifestó que su casa es un bien familiar o alquilada
- La forma como se adquiere las propiedades en los barrios nuevos de Lima, en donde la organización de la comunidad con el apoyo de las Alcaldías y entidades del Estado, permiten el mejoramiento de los asentamientos y de las viviendas de los habitantes de las mismas.

⁹ En el capítulo I.2. Grado de cumplimiento del acuerdo se señala ese aspecto y se indica alguna alternativa al respecto

g) Efecto en la adquisición de aparatos electrodomésticos

Mibanco: efecto del crédito en la adquisición de electrodomésticos de sus clientes



Otro aspecto en el cual las evaluaciones de impacto hacen hincapié, es en conocer como la calidad de vida de las personas objeto del estudio ha mejorado. Para ello se toma como uno de los parámetros principales, la adquisición o utilización de electrodomésticos en el hogar.

Obviamente, la lógica podría mencionar que el contar con acceso al crédito en la microempresa y por la fungibilidad del mismo en el negocio y el grupo familiar, este pueda tener un efecto positivo en la adquisición de electrodomésticos en los hogares.

No obstante, la anterior aseveración, los resultados de las encuestas presentan que un 73.1% de la muestra consideran que el crédito no ha tenido efecto sobre la adquisición de electrodomésticos; por su parte el 26.9% manifestó lo contrario. Sin embargo, hay que manifestar que en su mayoría los clientes entrevistados presentan características de ingresos, nivel educativo, promedios de crédito entre otras, que inducen a pensar que cuentan con aparatos electrodomésticos en sus viviendas. Este resultado coincide con otros estudios en Perú. Además en las encuestas los empresarios situaron como su última prioridad la adquisición de electrodomésticos.

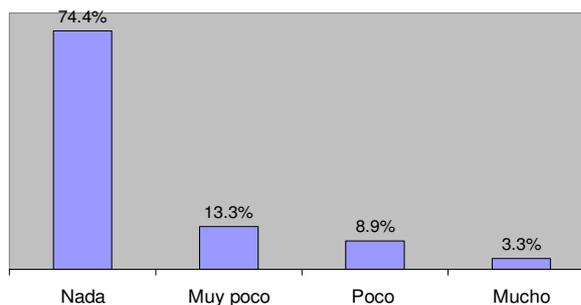
Algunas razones que parecen haber generado los resultados antes expuestos son:

- Los créditos obtenidos por los clientes de MIBANCO tienen un destino productivo y no para la compra de bienes del hogar.
- Por el nivel de ingresos que presenta la muestra, puede considerarse que muchos de ellos ya cuentan con electrodomésticos (necesidad satisfecha), a la vez que dichos bienes pudieron haber sido adquiridos con crédito comercial.

h) Efecto del crédito en el número de empleados

Mibanco: efecto del crédito en el aumento del número de empleados

Al ser cuestionados sobre el efecto del crédito sobre el aumento del número de empleados, los encuestados manifestaron en un 87.7%, que el crédito no aumento el número de empleados en la empresa y solo el 12.2% dijo haberlo aumentado.

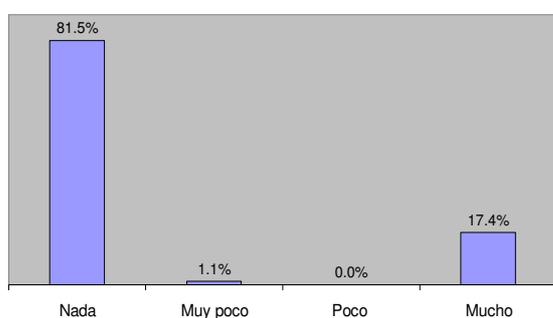


Al respecto de estos resultados, cabe mencionar que el 45.5% de los empleos generados en las empresas encuestadas son empleos no remunerados, es decir familiares que apoyan a los padres cabeza de familia en el desarrollo de las actividades de la empresa.

Por otra parte, cabe mencionar que estos resultados son similares a los presentados por otras evaluaciones de impacto a carteras de microcrédito.¹⁰

i) Efecto en la compra de vehículo.

Mibanco: efectos del crédito en la adquisición de vehículo de sus clientes



Otro aspecto investigado en las encuestas fue el de conocer si el crédito había influido en los clientes de Mibanco en la adquisición de vehículo. Al respecto, los resultados manifiestan que el 82.6% de los encuestados el crédito no tuvo efecto alguno en la adquisición de vehículo.

¹⁰ Ver: Evaluación ex post del programa de microcrédito hispano peruano. Javier Portocarrero y Juan Nanura. Agosto de 2004.