

## CrediMujer – Movimiento Manuela Ramos, Perú

CrediMujer es una Unidad de la ONG Movimiento Manuela Ramos, que nace en el año 2001. Desde el inicio de sus operaciones ha trabajado de la mano con el proyecto “Reprosalud” de USAID, que busca mejorar la salud reproductiva de las mujeres pobres. Su misión es “facilitar de manera sostenida el acceso a servicios financieros y promoción del ahorro en mujeres emprendedoras de negocios, de escasos recursos y vulnerables, de zonas rurales y urbano-marginales, contribuyendo a su crecimiento económico y autonomía para la toma decisiones”. A dic.07, CrediMujer atendía a 13,402 clientas con las metodologías de Banco Comunal, Grupo Solidario (Grupos Mientras Tanto) y Crédito Individual.

### Rating de Desempeño Social

#### Rating

## Progresando



Escalas detalladas en la última página.

#### Fecha de la Calificación

## Febrero, 2008

#### Perfil del País – 2005

Indicador	Perú	LAC
<b>Demografía</b>		
Población urbana (%)	72.6	77.3
Esperanza de vida	70.7	72.8
<b>Salud (%)</b>		
Tasa de inmunización contra tuberculosis (%)	93	96
Tasa de mortalidad (< 5) por 1,000 nacidos	27	31
<b>Educación (%)</b>		
Tasa de alfabetismo adulto	87.9	90.3
Tasa de escolarización (%)	85.8	81.2
<b>Género (%)</b>		
Mujeres en la fuerza laboral (%)	59.1	51.9
<b>Líneas de pobreza (%)</b>		
Debajo de \$1 USD al día	10.5	8.9
Debajo de \$2 USD al día	30.6	23.4
Nacional	53.1	N/D
<b>HDI (Índice de desarrollo humano)</b>		
Índice	0.773	0.803
Puesto de los 177 países	87	N/D
Referirse a la sección de “contexto socio-económico”		

#### Contacto en Planet Rating

Lauren Miller  
lmiller@planetrating.com  
Tel: +51 1 242 4597

#### Contacto en la IMF

Gloria Díaz Campoblanco  
gdiaz@manuela.org.pe  
Tel: +51 1 423 8840  
REF: LM/060508

#### Puntos destacados de la calificación

- CrediMujer cuenta con una misión social interiorizada a todo nivel de la institución, habiéndose tomado importantes medidas para lograr que se institucionalice en la toma de decisiones, los sistemas de información y el manejo de los recursos humanos. No obstante, la consecución de su misión y visión sería fortalecida con el uso activo de un Balanced Scorecard y metas cuantitativas.
- Se han tomado importantes iniciativas para establecer herramientas que permitan medir el alcance en la población objetivo (índices de pobreza, clientes rurales) y el nivel de satisfacción de las clientas; sin embargo, falta por aplicar y estandarizar su uso para convertirlas en un instrumento efectivo de análisis de los servicios.
- CrediMujer ha logrado focalizar sus servicios hacia la población objetivo a través de la ubicación de sus agencias y el uso de Estudios de Mercado que incluyen a elementos relacionados con la misión institucional, como índices de pobreza y el nivel de acceso a servicios financieros.
- La metodología de BBCC cuenta con esquemas de pago y garantías adecuadas para la clientela meta; sin embargo, esta metodología presenta limitaciones en términos de flexibilidad en cuanto a montos y plazos de los créditos. Si bien se ha logrado compensar en cierto grado esta limitación a través del uso de préstamos paralelos, no le ha permitido atender la totalidad de las necesidades de su clientela meta.
- El nivel de Responsabilidad Social es adecuado, con una buena iniciativa en lo relativo a crédito con educación. Se podría fortalecer aún más con una revisión de las condiciones de contratación del personal, reglas claras en cuanto al uso de garantías reales dentro de los BBCC y la comunicación de la tasa efectiva a los clientes, tema pendiente de trabajarse a nivel sectorial.

#### Indicadores de Desempeño Social

USD	Dic. 2003	Dic. 2004	Dic. 2005	Dic. 2006	Dic. 2007
<b>Indicadores de desempeño social (ver también anexos)</b>					
% clientes mujeres	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
% clientes rurales*	N/D	N/D	N/D	N/D	42.7%
% clientes metodología grupal	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Tasa de retención	N/D	N/D	N/D	82.5%	87.7%
PAR > 31	8.25%	2.14%	1.48%	0.02%	0.03%
Rendimiento de cartera	47.3%	47.4%	51.2%	55.1%	53.0%
<b>Indicadores de desempeño institucional</b>					
Cartera de créditos	1,469,401	1,615,117	1,816,269	1,957,200	3,058,382
Clientes activos	9,135	9,565	9,784	10,692	13,402
Personal	50	51	57	55	56
Referirse al rating institucional GIRAFE para un análisis de los indicadores de desempeño institucional					

\*Según la definición de la Cooperativa Fortalecer, son áreas pobladas de menos de 30,000 personas.

## Entorno Socio-económico

Desde el 2001, y luego de superar largos períodos de relativa prosperidad, altibajos y crisis, los altos precios de los minerales y metales, y la expansión de la demanda interna condujeron a un crecimiento fuerte y sostenido que llegó hasta el 8% en el 2007, tasa significativamente más alta que la tasa promedio de 5% registrada durante el período 2002-2006. Gracias a estos avances, el Perú ha gozado de un crecimiento económico que contribuyó a posicionarlo como el tercer país de la región que más redujo la pobreza. Se encuentra bien encaminado para incrementar la inversión social y así cumplir con el compromiso de disminuir la pobreza extrema vigente a la mitad para el año 2015, de acuerdo a la meta señalada en el primer Objetivo de Desarrollo del Milenio (ODM) de las Naciones Unidas.

El Ministerio de Economía y Finanzas ha elaborado un “Marco Macroeconómico Multianual 2008-2010” con la meta de reducir la pobreza a por lo menos 40 por ciento de la población peruana para el año 2011 (lo que parece factible dado que en el 2005 ésta se encontraba en un 53.1%<sup>1</sup> con una tendencia a la baja desde el 2002). Este proyecto se inscribe en la línea política del actual presidente Alan García, quien, al alba de su segundo mandato, hace del crecimiento económico y la inversión los ejes centrales de su gobierno para aliviar la pobreza y el desempleo. Se ha establecido como objetivo la promoción del consumo interno, la inversión pública, el gasto social y, sobre todo, la inversión privada. Entre sus principales objetivos sociales, se encuentran:

- Reducción de la desnutrición crónica de un actual 25% a 16% hasta el 2011,
- Disponibilidad de agua potable y electricidad para 90% de los ciudadanos,
- Erradicación del analfabetismo,
- Reducción del empleo informal de 53% a 35% y la creación de un millón y medio de empleos y
- Reducción de la deuda externa de 24% a 13% (porcentaje del PIB).

Actualmente, el gobierno tiene aproximadamente 30 programas de asistencia social contra la pobreza que ofrecen alimentos básicos, trabajo temporal e infraestructura comunitaria. Los programas de alimentos gozan de una amplia cobertura beneficiando a más de 9 millones de personas (uno de cada tres peruanos). Sin embargo, se cuenta con un presupuesto total todavía bajo de aproximadamente 0,4 % del PIB. Los programas urbanos y rurales de trabajo temporal beneficiar a cabezas de familia desempleados por un valor anual inferior al 0,1% del PIB al

año. Asimismo FONCODES (el Fondo de Cooperación para el Desarrollo Social) financia a pequeños proyectos de infraestructura en zonas rurales que cuentan con la participación de las comunidades, no obstante estos recursos representan menos del 0,15 % del PBI al año.

Entre los años 2000 y 2005, la pobreza en el Perú medida en relación con benchmarks internacionales<sup>2</sup> se redujo de 41.4% a 30.6%, mientras la pobreza extrema<sup>3</sup> bajó de 13% a 10.5%<sup>4</sup>. Sin embargo, el nivel total de pobreza según la línea nacional se ha mantenido alrededor de la mitad de la población entre el 2000-2005. Respecto a su nivel de IDH, Perú está clasificado en el puesto 87 sobre 177 países, entrando así en la categoría de los países con un desarrollo medio según el PNUD. El país presenta signos optimistas de desarrollo, lo que denota un incremento en su IDH que aumentó de 0.65 en 1975 a 0.77 en el 2005. Sin embargo, aún quedan carencias, por ejemplo en cuanto al PIB por habitante que se ha recuperado significativamente desde 1993, pero recién en el año 2005 superó el nivel del 1980<sup>5</sup>.

Pese al avance en la reducción de la pobreza en las zonas rurales, el rezago de las regiones más pobres, particularmente de la sierra, se ha acentuado. En efecto, los departamentos que más disminuyeron su pobreza fueron aquellos de mayor desarrollo agro-exportador, como Ica y Lambayeque. Por el contrario, los dos departamentos con mayores niveles de pobreza en el 2001, Huancavelica y Cajamarca, apenas la redujeron y los dos departamentos que les seguían, Puno y Huánuco, la incrementaron.

El Perú ha logrado reducir sostenidamente la tasa de mortalidad infantil. Durante el quinquenio 1995 – 2000 esta tasa era de 43 (por mil) como promedio nacional y llegó a disminuir a 30 (por mil) en el 2002 y luego a 27 (por mil) en el 2005. Estos avances se deben a las inmunizaciones masivas, la rehidratación oral, el control del crecimiento, el incremento del parto atendido por personal capacitado y en los últimos años al Seguro Integral de Salud que cubre principalmente a los niños menores de 5 años.

La cobertura casi total de la educación primaria universal ha sido lograda en el Perú con una tasa de casi 90% sin embargo subsisten problemas tales como la calidad de educación, deserción, extraedad e infraestructura escolar. El analfabetismo sigue presente en la sociedad peruana. Si bien es cierto afecta sólo al 3% de los varones en el área urbana, llega al 8% de las mujeres dentro de la misma área. No obstante, el problema es mucho mayor en el área rural

<sup>2</sup> Pobreza = Ingresos < \$2 USD diarios,

<sup>3</sup> Pobreza extrema = ingresos < \$1 USD diario

<sup>4</sup> Fuente: Informe de Desarrollo Humano 2007, Naciones Unidas.

<sup>5</sup> En el año 1980, el PIB por capita en precios corrientes fue de 1,192 PEN, mientras que en 2005 fue de 2,916 USD (World Economic Outlook Database, Abril 2007).

<sup>1</sup> Dato del Informe de Desarrollo Humano de las NNUU 2007/2008.

donde llega al 14.7% en el caso de los varones y al 37.9% en el caso de las mujeres.

Fuente: Informe de Desarrollo Humano, UNDP 2007/2008, Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI)

## Evolución de los Indicadores Socio-Económicos

Perú	<sup>6</sup>	1975	2000	2004-06
HDI	<i>a</i>	0.647	0.763	0.773
Ranking en los 177 países				87to
<b>Demografía</b>				
Población total (millones)	<i>a/b</i>	15.2	25.7	27.2
Población urbana (% pop.)	<i>b/c</i>	61.9	71.9	72.6
Índice total de fertilidad (nacimiento por mujer)	<i>a</i>	5.5	2.9	2.7
Esperanza de vida al nacimiento	<i>a</i>	55.4	68.7	70.7
<b>Salud y nutrición</b>				
Índice de mortalidad < 5 años (por 1,000)	<i>a</i>	174	41	27
Desnutrición < 5 años (%)	<i>a</i>	N/D	N/D	8
Población en carencia alimentaria (% población)	<i>a</i>	N/D	42	12
Acceso al agua potable (% pop.)	<i>a</i>	N/D	72.3	83
<b>Educación</b>				
Índice de alfabetización de la población (% de la población de 15 años y más)	<i>a</i>	87.2 (1985)	89.3	87.9
Índice de escolarización (%) <sup>7</sup>	<i>a</i>	N/D	70.8	85.8
<b>Género</b>				
Índice de alfabetización de las mujeres	<i>a</i>	N/D	82	82.5
Participación de las mujeres a la fuerza de trabajo	<i>a</i>	N/D	59.8	59.1
<b>Pobreza y desigualdad</b>				
Debajo de \$1 (2.15 PEN) diario-% pob.	<i>a/b</i>	N/D	13	10.5
Debajo de \$2 (4.3 PEN) diario- % pob.	<i>a/e</i>	N/D	41.4	30.6
Línea de pobreza nacional (% pop)	<i>a/b</i>	N/D	49	53.1
PIB por capita (corriente USA)	<i>f</i>	N/D	1,192 (1980)	2,917
Gini índice <sup>8</sup>	<i>a</i>	N/D	N/D	52
<b>Medio ambiente</b>				
Áreas forestales (% del territorio)	<i>a</i>	N/D	N/D	N/D
Tierra cultivable (% del territorio)	<i>a</i>		N/D	N/D
<b>Economía</b>				
Total del servicio de la deuda (% de las exportaciones de bienes, servicios y ingresos)	<i>a</i>	N/D	10.8 (1990)	26.0
Abonados de líneas fijas y teléfonos móviles (por 1,000 personas)	<i>a</i>	N/D	26 (1990)	80
Exportaciones primarias (% de exportaciones de bienes)	<i>a</i>	N/D	82 (1990)	83
Exportaciones industriales (% de exportaciones de bienes)	<i>a</i>	N/D	18 (1990)	17

<sup>6</sup> Fuente de cifras: *a*- Informe de Desarrollo Humano, UNDP, 2007-2008; *b*- Instituto Nacional de Estadísticas INEI, *c*-UNFPA(Fondo de población de las Naciones Unidas), *d*-FAO(organización de las naciones unidas para la agricultura y la alimentación), *e*-Grupo parlamentario interamericano sobre población y desarrollo, *f*-World Economic Outlook Database,

<sup>7</sup> Ratio de matriculación bruta combinada para escuela primaria, secundaria y universitaria

## El Sector de las Microfinanzas

El sector microfinanciero peruano es uno de los más dinámicos y desarrollados de América Latina. La liberalización económica de inicios de los años 1990 y la crisis generada por la hiperinflación de los años 1980 indujeron una reestructuración del sistema financiero que limitó la oferta de servicios financieros a los segmentos más pobres. Para responder al vacío generado, el gobierno estableció una política de apoyo al microcrédito, mediante una legislación favorable y mecanismos de financiamiento. La actual legislación contempla una forma jurídica especializada en microfinanzas como es la Entidad de Desarrollo y Promoción de la Pequeña y Micro Empresa (EDPYME) así como normas específicas para el sector tal como un esquema que permite la ampliación de las operaciones de las IMF's excepto la de captación.

Las actuales 238 IMF's operando en el Perú incluyen a Bancos, Sociedades Financieras, Cooperativas de Ahorro y Crédito (CACs), EDPYMEs, Cajas Rurales de Ahorro y Crédito (CRACs), Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMACs) y ONGs, los Bancos manejando al 42% de la cartera microfinanciera. La Corporación Financiera de Desarrollo (COFIDE) es el único anterior banco de desarrollo (de 6) que sobrevivió la crisis económica de los 90s. Actualmente actúa como entidad de segundo piso que otorga créditos dirigidos hacia el micro y pequeña empresa a entidades reguladas.

Las entidades reguladas han innovado en su oferta de productos, ofreciendo servicios de ahorros, cuentas corrientes, cajeros automáticos, transferencia de fondos y servicios de remesas. Aunque las EDPYMEs no son autorizadas para captar depósitos, pueden emitir tarjetas de crédito pendiente la aprobación de la SBS<sup>9</sup>. Las ONGs se ven limitadas principalmente al servicio de microcrédito, con la introducción de un programa de microseguros planificado para el año 2008. Aunque hay un alto riesgo asociado con los créditos en áreas rurales (tan solo representa a 3.2% de la cartera de IMF's reguladas), hay aumentante interés por explorar este sector, notablemente por una de las IMFS más grandes, MiBanco.

Existe mucho terreno por cubrir en la oferta de servicios financieros en el Perú. A nivel de las microfinanzas, la penetración del mercado es todavía baja (prestatarios/pobres de 14%<sup>10</sup>). Asimismo, la tasa de bancarización formal está debajo del promedio para Latinoamérica (ratio de créditos/PBI de 19% comparado

<sup>9</sup> Fuente: "Microscope on the Microfinance Business Environment in Latin America", Economist Intelligence Unit y BID.

<sup>10</sup> "How Many MFIs and Clients are there?" MIX Market, 2007.

con un promedio regional de 24%<sup>11</sup>). Sin embargo se evidencia mejoras en los últimos cinco años (deudores/habitantes bancarizables aumentó de 10.6% a 21.5%<sup>12</sup>).

Se evidencia una reducción en las tasas de interés ofrecidas en por las IMFS entre 2002 y 2005 (de 59% a 51% promedio<sup>13</sup>). Esto se debe principalmente al creciente nivel de competencia en el sector, inclusive entre IMFs reguladas y no reguladas. La mayoría de las IMFs comunican solamente la tasa nominal a los clientes, lo que dificulta una comparación fácil entre las tasas efectivas. Sin embargo, a nivel sectorial existe un buen nivel de transparencia. La SBS se encarga de recopilar y consolidar la información de los deudores del sistema financiero, la cual es vendida a la Central de Riesgo local, Equifax, quien completa dicha información con otras fuentes y las pone a disposición de las IMFs para su uso durante la evaluación de los clientes.

## Presentación Institucional

### Misión Social

La visión y misión de CrediMujer desde su origen ha seguido los objetivos de la ONG Madre, expresando un enfoque explícito en la mujer. La misión es: “CrediMujer es una Unidad del Movimiento Manuela Ramos que de manera sostenida facilita el acceso a servicios financieros y promoción del ahorro a mujeres emprendedoras de negocios, de escasos recursos y vulnerables, de zonas rurales y urbano-marginales, contribuyendo a su crecimiento económico y autonomía para la toma de decisiones. Trabajamos en regiones fuera de Lima haciendo de la equidad de género, la honestidad, el respeto, la solidaridad y la democracia una práctica cotidiana”.

Su visión es la siguiente: “Al 2010 CrediMujer es líder en el campo de las microfinanzas con un enfoque de género, focalizada en las mujeres emprendedoras de negocios, de escasos recursos y vulnerables, extendida a diversas regiones del país, priorizando áreas rurales y urbano marginales, habiendo fortalecido las capacidades humanas de las mujeres para el ejercicio pleno de sus Derechos Económicos”.

Varios organismos internacionales han contribuido a la gestión de sistemas de fortalecimiento y medición del desempeño social:

- Proyecto Misión (Fundación Ford, CRS, COPEME): Apoya al desarrollo de un Sistema de Gestión de

<sup>11</sup> Fuente: SBS, datos a 2004.

<sup>12</sup> Estas cifras no incluye a la población viviendo en extrema pobreza.

<sup>13</sup> Fuente: SBS.

Desempeño Social (GDS), participando con 11 IMFs en Nicaragua y Perú actualmente y al futuro se prevé su expansión al Ecuador.

- Proyecto Fondo de Innovaciones para el Desarrollo Rural - Finder (Fundación Ford, COPEME): Establecido a finales de 2003, con el objetivo principal de “contribuir a mejorar la calidad de vida de las poblaciones pobres de las áreas rurales del Perú, incrementando sus ingresos y activos”. Cuenta con tres componentes: a) fondos de capital y garantía administrados por la Cooperativa Fortalecer, b) un fondo en efectivo para financiar proyectos de innovación de las diferentes regiones del Perú y c) un fondo de investigación destinado a investigar y sistematizar cada proyecto en sus diferentes procesos y etapas.
- Innovaciones para la Acción contra la Pobreza (IPA) es una ONG norteamericana, líder de investigación dedicada a aplicar técnicas rigurosas para probar y desarrollar soluciones a los problemas reales que enfrentan las personas con escasos recursos. Trabajan bajo la dirección de economistas de universidades líderes en los EEUU (Harvard, Princeton, Yale, etc.) y con el apoyo del centro de investigación peruano “GRADE”.

De la misma manera, los principales financiadores (Oikocredit, Kiva y la Cooperativa Fortalecer) se han mostrado comprometidos con los esfuerzos para medir y mejorar el impacto social, lo que ha sido clave para que CrediMujer logre conseguir los recursos necesarios para esta finalidad.



### Características de Alcance

CrediMujer tiene como objetivo llegar a mujeres con escasos recursos de las zonas rurales y peri-urbanas. Por lo cual, ha utilizado a lo largo de su actividad varias herramientas de medición de la pobreza en el país y en las zonas donde opera:

- *Progress out of Poverty Index (PPI)*: una herramienta basada en una encuesta corta (5-10 preguntas) utilizada

para medir el nivel de pobreza de los clientes de IMFs. Ha sido diseñada por Mark Schreiner para la Fundación Grameen y con el apoyo del Proyecto de Indicadores Sociales de CGAP/Fundación Ford. Implementación en CrediMujer planificada para 2008.

- Cooperativa Fortalecer con el patrocinio de la Fundación Ford ha desarrollado un instrumento para la medición del nivel de pobreza focalizado en la medición del gasto. Esta encuesta se ha aplicado a partir de junio 2007 (integrándose y corrigiendo en lo pertinente la Ficha Socio-Económica – FSE - de CrediMujer)
- Praxis: realizó en 2006 la evaluación de los datos de gastos mensuales recogidos en la FSE aplicada por CrediMujer (con la excepción de la agencia más grande – Puno). El resultado mostró que el 40.2% de los clientes de CrediMujer son consideradas pobres extremos y 45.5% son consideradas pobres, lo que determina que 85.7% de las socias atendidas por el programa pueden ser clasificadas como pobres según la línea internacional de pobreza (ganando menos de 2 USD diario) comparado con el 41.1% del Perú (al 2005).
- Herramienta de Medición de Pobreza (HMP) desarrollada por el Centro IRIS de la Universidad de Maryland de los EEUU - 2006: Mide el nivel de pobreza de los clientes a través de encuestas cortas sobre factores económicos y sociales (p.ej. calidad de la vivienda, acceso a agua, etc.). Se realizó de manera piloto en el año 2005-2006, pero sin generar resultados definitivos.

En base a una combinación de estadísticas generales sobre el nivel de pobreza y el Índice de Desarrollo Humano (IDH) por distrito del Perú, y la composición de la clientela de CrediMujer por distrito, se pudo determinar tendencias sobre el nivel de pobreza de las zonas en que opera la institución.

- CrediMujer opera en departamentos cuyo Índice de Desarrollo Humano se encuentra debajo del promedio del Perú (Puno y Amazonas son dentro de los 10 departamentos más pobres del Perú). El IDH promedio de los distritos donde atiende CrediMujer es de 0.50, comparado con un promedio nacional de 0.773.
- CrediMujer coloca el 41.5% de su cartera en zonas cuya población tiene una tasa de alfabetización menor al promedio nacional del Perú (el promedio de alfabetización ponderado por cartera es de 74.6% frente al promedio nacional de 87.9%).
- Como estimado, se puede determinar que a diciembre 2007, el nivel promedio de pobreza (según la línea nacional) en los distritos donde trabaja CrediMujer (ponderada por proporción de la cartera) es de 31.0% y el nivel promedio de pobreza extrema es de 26.8%, sumándose a 57.7% de clientes en condiciones de

pobreza. Estas cifras son mayores al nivel de pobreza en el Perú de 51% (total pobreza) y 18% (pobreza extrema).

## Indicadores Sociales – Zonas de Intervención CrediMujer

Departamento	% Cartera CM	IDH	% Poblac. Rural	%Pobreza Extrema	Alfabetismo
Puno	35.7%	0.55	54.5%	43.5%	87.4%
San Martín	25.9%	0.57	49.4%	22.3%	90.8%
Ucayali	23.3%	0.58	31.9%	25.6%	94.7%
La Libertad	9.3%	0.60	30.0%	19.3%	91.2%
Ancash	4.2%	0.58	45.6%	20.6%	86.0%
Amazonas	1.6%	0.55	73.8%	31.4%	87.4%
<b>Promedio Nacional</b>		<b>0.77</b>	<b>31.2%</b>	<b>17.9%</b>	<b>87.9%</b>

## Productos y Servicios

CrediMujer atiende a su segmento objetivo a través de 3 productos: Bancos Comunes (BBCC), Grupo Mientras Tanto (GMT) y Créditos Paralelos (CP). Todos los productos se otorgan en PEN. El producto estrella de CrediMujer son los BBCC. Los GMT han sido implementados con el objetivo de formar potenciales BBCC en el corto plazo y los CP son créditos individuales diseñados para satisfacer necesidades adicionales y a mayor plazo promedio para las socias de mejor historial. Los dos últimos productos fueron lanzados al mercado en 2005:

- Bancos Comunes (BBCC):** principal producto de CrediMujer, concentra el 87% de las colocaciones a Dic.07. Cubre principalmente necesidades de capital de trabajo de socias pertenecientes a zonas periurbanas y semi rurales. Se ofrecen montos desde 300 PEN (100 USD) incrementando el crédito, hasta un máximo de 3,000 PEN (1,000 USD) siendo el promedio desembolsado 710 PEN (237 USD). Los plazos varían entre 3 y 6 meses siendo el promedio de 4 meses y los pagos se realizan una vez al mes. Cada BBCC genera un ahorro obligatorio denominado “cuenta interna” que se compone de un ahorro voluntario al inicio del ciclo (mínimo 5 PEN) y, durante el segundo ciclo, un ahorro mínimo de 20% del crédito (se debe generar lo suficiente para representar el 20% del siguiente crédito) que sirve para prestar dentro del propio BBCC. La garantía es solidaria y la TEG fluctúa entre 50.2% y 80.1%
- Grupos Mientras Tanto (GMT):** Representa 4% de la cartera a Dic.07. Cuentan con las mismas características que los BBCC, salvo la escala de montos (que va de 300 PEN hasta 1,500 PEN). No se utiliza la cuenta interna para préstamos dentro del grupo, tampoco se otorgan CP. La TEG fluctúa entre 68.1% y 80.1%
- Créditos Paralelos (CP):** producto anexo otorgado junto con el préstamo del BBCC. Participa con 9% de la

cartera a Dic.07. Está destinado a cubrir necesidades de mayor financiamiento de socias de los BBCC (1 año e antigüedad y 100% de cumplimiento de pagos en crédito anterior). Se otorga bajo la modalidad de crédito individual y se segmenta en 4 sub-productos (Complementario, Campaña, Escolar y “Manuela paga por ti”). Se ofrecen montos desde 300 PEN (100 USD) hasta 500 PEN (166 USD) para CP Campaña y CP Escolar y hasta 3,000 PEN para CP Complementario. El sub-producto “Manuela paga por ti” se utiliza de manera reducida y sirve para consolidar y refinanciar créditos. El plazo promedio es de 5 meses. Adicionalmente, al monto ahorrado en el BBCC, cada socia debe acumular 20% del monto del CP que solicite al inicio del ciclo. La garantía principal es los ahorros de la socia y la firma de un pagaré y un contrato. Los créditos se otorgan en Nuevos Soles (PEN) y se ofrece una tasa flat que varía entre 3.25% y 4.0% mensual. La TEG oscila entre 54.3% y 66.7%.

## Rating de Desempeño Social

### ■ Institucionalización de la Misión

#### Desempeño Social y Estrategia

CrediMujer cuenta con una misión y objetivos sociales bien definidos y compartidos a todo nivel de la institución, los mismos que juegan un papel fundamental en la toma de decisiones claves. El vínculo con la ONG Movimiento Manuela Ramos ha sido esencial para definir la orientación de CrediMujer hacia mujeres pobres y vulnerables; asimismo, el apoyo de instituciones internacionales ha contribuido al desarrollo de sistemas básicos de gestión de desempeño social. Sin embargo, para asegurar el cumplimiento con sus objetivos sociales, será importante reforzar la gestión interna de desempeño social y fortalecer los mecanismos de planificación y monitoreo que ya están encaminados.

CrediMujer ha tenido, desde sus inicios, una clara misión social, que fue actualizada a inicios del año 2007. Esta misión, si bien abarca a los principales objetivos sociales, podría ser consolidada y clarificada (p.ej. el término “vulnerable”, “autonomía para la toma de decisiones”) para establecer metas medibles y asegurar su cumplimiento.

El enfoque social de CrediMujer se encuentra compartido entre los miembros del Directorio, lo que se apoya en la representación mayoritaria de la ONG Movimiento Manuela Ramos. Desde sus inicios, las principales decisiones (elección de las zonas de actuación, la metodología crediticia, los financiadores) tomadas por este grupo han sido en coherencia con los objetivos sociales y

basado en los proyectos y conocimientos de la ONG Manuela Ramos. De la misma manera, las contribuciones de socios y financiadores internacionales y nacionales han tenido un claro sesgo social; (IPA, COPEME, Fundación Ford – a través de la Cooperativa Fortalecer y el proyecto Finder) lo cual ha permitido contar con los recursos y capacidades técnicas para desarrollar en primer instancia un sistema de gestión de desempeño social.

Con la participación de organismos nacionales e internacionales, CrediMujer está en el proceso de desarrollar un sistema integral de gestión de desempeño social. Dentro de su Plan Operativo 2008, se ha fijado metas en cuanto a la representación de sus población objetivo (100% mujeres y 85% personas pobres). Asimismo, el Balanced Scorecard elaborado con el apoyo del Proyecto Misión y COPEME ha sido un buen primer esfuerzo en esta dirección. Sin embargo, falta fortalecer ciertos elementos:

- La refinación de los mecanismo de medición de sus objetivos sociales (clientes pobres, clientes rurales)
- La coordinación de los esfuerzos iniciados, posteriormente plasmados en un plan estratégico para los años venideros, contemplando el personal y presupuesto necesario para la implementación de una estrategia de gestión de desempeño social
- El fortalecimiento de las sinergias entre CrediMujer y la madre ONG.

#### Monitoreo de Desempeño Social

Existen herramientas básicas para monitorear el cumplimiento con los objetivos sociales establecidos; sin embargo, carecen de una sistematización para ser utilizados como mecanismos de gestión eficaces. La selección de indicadores y mecanismos para monitorear el nivel de desempeño social, la realización de estudios de impacto (2004) y varias consultorías han permitido que CrediMujer conozca a mayor profundidad las necesidades de sus clientes. Sin embargo, la ausencia de esta información en el Sistema de Información Gerencial (SIG) limita su potencial de análisis y utilidad.

Se cuenta con indicadores sociales básicos (mujeres, pobreza), los mismos que se reporta a financiadores; sin embargo, aun no ha definido ni monitoreado el nivel de clientes rurales, un aspecto directamente relacionado con la misión institucional<sup>14</sup>. En los últimos años, se ha iniciado un proceso de medición del nivel de pobreza de los clientes a través de alianzas con organismos externos. La herramienta más reciente, la FSE de Cooperativa Fortalecer, si bien representa una importante iniciativa

<sup>14</sup> A fin contar con esta cifra, se tomó en mayo 2007 la definición de la Cooperativa Fortalecer–Ford (ver sección “Alcance”).

hacia un mayor conocimiento de la clientela, presenta ciertas debilidades como el procesamiento de los datos externamente así como el tiempo de implementación de la ficha de información socioeconómica de clientes. Para el año 2008, CrediMujer tiene planificado un piloto de otra herramienta (PPI, ver Presentación Institucional) en el departamento La Libertad.

Los esfuerzos para evaluar y analizar el nivel de satisfacción de clientes y los motivos de deserción de los mismos son todavía básicos, pero muestran un esfuerzo para gestionar internamente los mecanismos para mejorar el desempeño social. La integración de estos indicadores en SF Data posibilitaría el cruce entre datos sociales (fichas socio-económicas o PPI en el futuro) y el grado de deserción y satisfacción para monitorear potenciales efectos negativos de los servicios.

A pesar de los avances, CrediMujer todavía carece de una planificación integral para el desempeño social. Las herramientas disponibles no son contempladas en el Plan Operativo 2008 y no se ha establecido metas para ellos, lo que limita su aplicación estandarizada y su cumplimiento. Será importante en el futuro establecer y estandarizar las herramientas a utilizarse así como integrar a los objetivos de desempeño social (basado en el Balanced Scorecard), para su monitoreo y seguimiento continuo. Adicionalmente, sería importante incluir la información de estas iniciativas en informes regulares al Directorio para poder enriquecer la toma de decisiones, un proceso que ya está en desarrollo.

Visitas por parte de la Gerenta de Operaciones, Supervisora y Segunda apoyan en la verificación de información integrada en el sistema de gestión de desempeño social (validación de actas, libretas, documentos, etc.) Sin embargo, no existe una verificación sistemática de datos sociales, lo que podría conformar una parte importante del trabajo del futuro auditor interno. El riesgo de no cumplir con sus objetivos sociales no ha sido evaluado sistemáticamente, pero parece improbable dado el vínculo cercano con MMR.

### Movilización del personal

La misión institucional basada en un fuerte enfoque en género es compartida a todos niveles, y ha sido un aspecto clave en mantener a personal comprometido frente a ofertas de la competencia. Aunque CrediMujer no cuenta con una persona exclusivamente dedicado a la labor de RRHH, se ha logrado integrar aspectos orientados hacia el desempeño social en la contratación y capacitación de su personal para asegurar su alineamiento con la misión social:

- Requerimiento de hablar idioma local en zonas como Puno (Aymara) facilita la creación e integración de grupos

- Una mezcla de antecedentes (educación, sociología, economía, experiencia previa de ser socias) de las asesoras permite un equipo diversificado y generalmente preparado para la labor del campo
- Inducción que incluye información sobre la misión institucional de MMR y CrediMujer, así como módulos educativos
- Cursos/encuentros nacionales que tratan temas como igualdad de género, resolución de conflictos, etc. fortalecen la internalización de la misión social

Se evidencia una alta tasa de rotación de personal (20% en dic.07), en parte resultado de la salida en 2006 de personal después de cinco años de labor (referirse a la sección Política de Recursos Humanos), el no cumplir con los perfiles requeridos y la alta rotación de nuevas oficiales, quienes pueden ser más fácilmente atraídas por mejores ofertas económicas. Sin embargo, la estrategia implementada el año pasado de contratar a clientas antiguas para oficiales de crédito fomenta la comprensión e identificación de las OCs con las clientas y podría permitir una mayor retención de personal.

Los sistemas de incentivos y evaluación, aunque principalmente orientados hacia resultados financieros, también incluyen unos indicadores sociales. La Segunda y la Supervisora realizan visitas de supervisión constantemente, y sus informes por asesora contribuyen a establecer el incentivo anual. En el año 2008 se piensa implementar indicadores sociales (en adición a los financieros) en el cálculo de la porción variable del sueldo mensual; asimismo, se piensa contratar una persona encargada de capacitación tanto de OCs como para las clientas.

### Alcance y Oferta de Servicios

#### Alcance

Dado que la institución cuenta con una clientela que representa 0.05% de la población del Perú a dic.07, su alcance es limitado. Asimismo, su alcance a los grupos objetivos (mujeres y en especial mujeres pobres) es todavía limitado:

- A dic.07, CrediMujer atiende a 0.09% de la población femenina nacional, un porcentaje superior al promedio de las ONGs peruanas, pero todavía debajo de Prisma (0.11%), Cáritas (0.13%) y Promujer (0.28%). Vale mencionar que dentro de las ONGs peruanas, solamente CrediMujer y Promujer cuentan con una clientela 100% femenina.
- Según el estudio de gastos de las clientas (resultados revisados por Praxis), actualmente 85.7% (11,486 mujeres) de las socias atendidas por CrediMujer (con la excepción de Puno, que no fue incluido en los

resultados) son clasificadas como pobres lo que representa 0.1% de la población pobre y 0.2% de la población femenina pobre del Perú.

- Según la definición establecida por la Cooperativa Fortalecer (población menor a 30,000 personas), 42.7% de los clientes de CrediMujer viven en zonas rurales, representando 0.07% de la población rural del Perú.

La obtención de fondos y el crecimiento de 23% en clientes proyectado para 2008 son prometedores para poder aumentar su alcance a su población objetivo.

### Focalización de los Servicios

CrediMujer ha definido su población objetivo de manera clara (mujeres vulnerables/pobres), y se ha implementado mecanismos para brindar sus servicios a ellas. Dada la ubicación de sus agencias y el tipo de servicios que otorga, la institución llega, y es probable que siga llegando a su población objetivo con servicios financieros y no financieros.

Desde sus inicios, CrediMujer ha beneficiado del conocimiento acumulado por MMR a propósito de los retos sociales peruanos para establecer su clientela objetivo y sus zonas de actuación. La ubicación de las agencias se ha basado en el mapa nacional de pobreza (basado en las NBI), el estudio de Corredores Económicos y los proyectos Reprosalud lo que ha permitido atender a zonas pobres y rurales. Asimismo, el uso de programas estatales (por ejemplo vaso de leche<sup>15</sup>) para enfocar su promoción a futuras clientas ha posibilitado la segmentación de personas pobres para los servicios de CrediMujer.

### Diseño de Servicios y Satisfacción de Clientes

En los dos últimos años, CrediMujer ha iniciado esfuerzos para mejorar el conocimiento de las necesidades de sus clientes así como su nivel de satisfacción para poder adaptar su oferta de productos a ellas. Los productos y sus condiciones resultan adecuados para la población objetivo, sin embargo falta por diversificar y flexibilizar la oferta crediticia, lo que dependerá en gran parte de su capacidad de conseguir financiamiento en este ejercicio.

La metodología de BBCC ha permitido que CrediMujer logre atender a grupos de mujeres pobres, la mayoría de las cuales viven en zonas alejadas (hasta 3-4 horas de la agencia), dado su facilidad de pago y limitadas exigencias de garantías. Asimismo, los productos crediticios de CrediMujer ofrecen condiciones que pueden ser adaptadas a actividades productivas como actividades de comercio, servicio o crianza de animales menores, gracias a un

<sup>15</sup> Un programa estatal orientado a proveer leche en polvo para familias peruanas identificadas como “pobres”.

período de gracia entre 1-2 meses. Los procesos operativos de CrediMujer son orientados hacia las mujeres que atienden, dado horas de operación flexibles y la realización de las reuniones de los BBCC al horario de las clientas (desde las 8 AM o en las tardes según lo requerido).

Los estudios de mercado y de productos en los últimos dos años han incorporando encuestas e indicadores sociales, lo que ha permitido conocer mejor las necesidades de clientes y enfocar los servicios de CrediMujer de mejor manera. A pesar de las mejoras realizadas, la institución todavía no logra atender todas las necesidades financieras de sus clientes. Los créditos paralelos establecidos en 2005 y un incremento en la escala de montos posibilita cubrir mayores necesidades financieras de las clientas, sin embargo, la limitación de fondos junto con plazos que se mantienen cortos (promedio de 4-5 meses) hacen difícil un aumento importante en los montos otorgados a las clientas.

En el año 2007, se implementó encuestas de satisfacción (LQAS). Este ejercicio indicó que generalmente las socias están satisfechas con los servicios ofrecidos, pero que la estructura de los BBCC también tiene limitaciones:

- Las principales ventajas son el ahorro y la posibilidad de acceder a financiamiento
- Las principales desventajas (reflejadas además en los estudios de impacto) son la limitada escala de montos, el largo tiempo en reuniones, la inclusión de nuevos miembros al grupo y los conflictos que se generan dentro del grupo

Habría que analizar estos resultados por región para poder incorporarlos en los planes operativos por región.

A dic.07, la tasa de retención de clientes se ubicaba en 87.7%, un incremento desde 82.5% en dic.06, pero dentro del promedio para el mercado peruano. Para analizar de mejor manera los motivos de salida de sus clientas, en el 2007, se llevó a cabo un ejercicio inicial en las encuestas de deserción. Sin embargo, los resultados de las encuestas no llegan a su máxima utilidad dado que no se cuenta con un mecanismo de reporte constante ni un análisis global de los resultados.

Desde sus inicios, el BBCC ha sido el corazón de los servicios crediticios de CrediMujer, pero a través de las encuestas e investigaciones realizadas, la institución está contemplando la incorporación de varios productos nuevos. Se está contemplando la creación de un crédito individual dirigido a un grupo determinado de los actuales clientes (las más dinámicas), asimismo, contempla la oferta de microseguros de vida para su clientela para el año 2008. Aunque CrediMujer no ofrece servicios de ahorros como tal, sus procesos si integran la obligación de ahorrar y resultan en un acceso facilitado a servicios de ahorros para los clientes. La institución no ofrece y no planifica ofrecer

en el mediano plazo servicios de créditos de vivienda o de inversión (por los largos plazos y tasas y garantías adaptadas).

### Costo de los Servicios

Con tasas efectivas (no tomando en cuenta el efecto de los ahorros programados) alrededor de 56% anual (y un rendimiento de cartera de 53% a dic.07), CrediMujer se ubica por encima de las IMFs peruanas que trabajan con BBCC (rendimiento de cartera promedio de 47.9% a dic.06) y el promedio de BBCC a nivel de Latinoamérica (44.3% a dic.06). El cobro de una tasa flat (práctica común entre ONGs que manejan BBCC) resulta en una mayor tasa efectiva para los clientes, quienes perciben esta desventaja frente a otras instituciones que recién están ingresando en las áreas donde opera CrediMujer (por ejemplo MiBanco)

Sin embargo, la institución está buscando maneras de reducir el costo de los servicios para sus clientas. A través de un estudio con el centro de investigación IPA, CrediMujer está analizando la posibilidad de reducir las tasas de interés mientras mantiene el mismo nivel de sostenibilidad. El estudio determinará si una reducción de la tasa de interés conlleva un aumento de demanda para créditos, sin embargo la viabilidad del estudio dependerá mucho de la disponibilidad de fondos para poder incrementar la cantidad y el tamaño de créditos desembolsados. El crecimiento registrado en el último año permitió alcanzar economías de escala y aumentar la eficiencia de la institución (clientes / OC llegando a 432; ratio de costos operativos debajo de los 40%), que permitiría una futura reducción en la tasa cobrada sin amenazar a la rentabilidad institucional.

Aparte del costo financiero, el acceso a los servicios requiere la participación en reuniones mensuales de entre una a tres horas (aunque se está realizando esfuerzos para reducir este tiempo). El costo para el cliente se ve compensado en cierta medida por el valor social agregado, pero será importante seguir buscando la mejor manera de reducir este tiempo, especialmente en zonas urbanas donde el costo de oportunidad es mayor.

## ■ Responsabilidad Social

### Protección de Clientes

De acuerdo con su misión, CrediMujer realiza esfuerzos para asegurar un trato respetuoso hacia sus clientes. La gestión de los BBCC así como varios niveles de supervisión fomentan la transparencia, un control del nivel de endeudamiento de los clientes y un trato respetuoso hacia los clientes.

La transparencia en las transacciones financieras es asegurada con explicaciones de las condiciones del crédito durante las sesiones pre-crédito y desembolso y por el uso de papелotas en las reuniones que resumen la actividad de la cuenta externa e interna durante el mes. Sin embargo, aun no se comunica la tasa efectiva global del préstamo (el tema de la TEG es uno que se tiene que trabajar a nivel del sector). Asimismo, el requerimiento de garantías prendarias para la cuenta interna en ciertas regiones podría resultar en un modelo de BBCC parcialmente distorsionado y un trato desigual a unas socias por parte de sus compañeras. En este caso, sería importante establecer y aplicar reglas claras para la ejecución de estas garantías (i.e. un tiempo determinado para realizar tal trámite, la presencia de la OC en la cobranza o el requerimiento de un documento firmado).

Se monitorea el nivel de endeudamiento de las clientas via el uso sistemático de la central de riesgos y en el año 2008 se llevará a cabo un estudio por parte de Infocorp para medir el nivel de cruce de clientes con otras entidades microfinancieras. El manejo del riesgo de sobre-endeudamiento podría verse mejorado con una definición más precisa u oportuna de cuales son los indicadores de “sobre-endeudamiento”.

El trato igualitario hacia los clientes es monitoreado a través del desembolso de algunos créditos en la oficina de la agencia. La rotación de las OCs y la existencia de una Segunda garantizan que la clienta conozca a otras personas aparte de su OC, y pueda reportar casos de maltrato. Eso permite el alineamiento de las políticas en todo el equipo y una mayor transparencia en las operaciones de crédito. En el caso de socias que se convierten en OCs, se requiere que trabajen en una zona distinta a la suya para evitar el riesgo de favoritismo. Aunque limitado, se está implementando el uso de buzónes de sugerencias para fortalecer el sistema formal de quejas.

### Política de Recursos Humanos

CrediMujer gestiona el recurso humano en línea con su misión orientada hacia el desarrollo de la mujer. CrediMujer prioriza el desarrollo de la mujer a través de su política de RRHH que mantiene la práctica de preferencia a la mujer en todo puesto. De tal manera que, 96% de su personal, 100% de su equipo gerencial y 100% del Consejo Directivo están compuestos por mujeres.

Existen políticas para asegurar un trato justo y proteger a su personal, aunque falta por reesforzar ciertas áreas claves. Se cuenta con seguros que cubren los riesgos vinculados a la labor de campo (transporte y traslado de dinero) y el riesgo al personal de transportar efectivo ha sido disminuido con depósitos directos en el Banco de la Nación y BCP. Sin embargo, en la agencia Puno más de 50% de las cobranzas

siguen siendo en campo, lo que representa un riesgo reducido pero a tomar en consideración ya que las zonas de actuación son relativamente seguras.

Las políticas de contratación presentan ciertas condiciones desfavorables para el personal, dado que CrediMujer nace en una ONG que trabaja bajo contrato temporal. El personal percibe una inseguridad laboral, dado que los contratos tienen un plazo de un año (renovado hasta por 5 años). Aunque no representa discumplimiento con las regulaciones laborales peruanas, este esquema de trabajo podría incidir en el nivel de motivación a nivel general. Cabe mencionar que recientemente se está flexibilizando los términos de trabajo con contratos a plazo indefinido para personas claves previa evaluación.

El nivel remunerativo se encuentra al par con él de la industria, gracias a un reajuste en el año 2007. Aun no se ha aplicado opciones fuera de lo requerido por ley, como son un seguro de salud privado u otros mecanismos (becas, centros de recreación, etc.). Aunque no existe un órgano establecido para representar los intereses del personal de CrediMujer, los mecanismos de retroalimentación del personal podrían ser fortalecidos a través de la representación del personal en un nivel de la toma de decisiones.

### **Responsabilidad Social hacia la Comunidad**

CrediMujer ha logrado establecer mecanismos fuera de sus servicios financieros para contribuir al desarrollo de las comunidades dentro de las cuales opera. Ha mostrado un alto nivel de participación dentro del mercado microfinanciero, a través de su participación en redes nacionales (PROMUC, COPEME) y como auspiciador para varios concursos nacionales de mujeres microempresarias.

A través de sus servicios de educación, encuentros regionales, ahorros abiertos para personas sin crédito y eventos en fechas claves (de la mujer), CrediMujer participa en el fomento a los derechos de la mujer a todo nivel. Sus cursos educativos, que abarcan temas como salud, auto estima, liderazgo, etc., son fácilmente transferibles a la comunidad, adicionalmente se prevé una expansión de estos servicios en el año 2008.

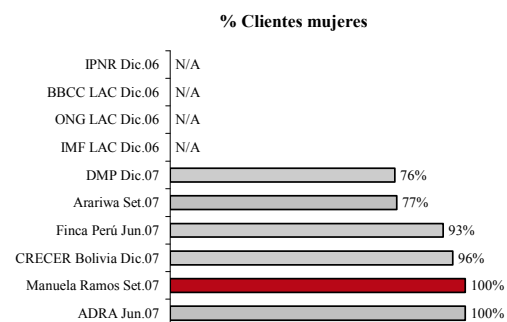
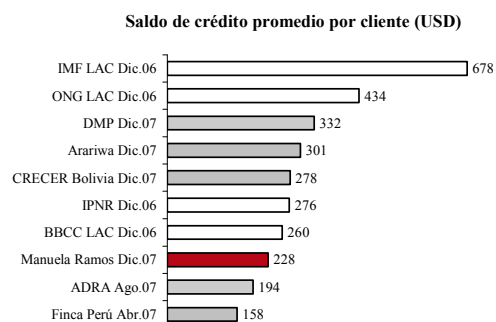
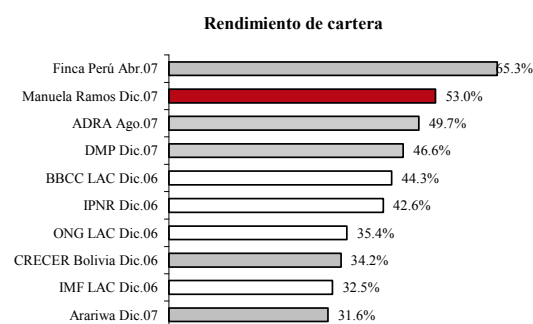
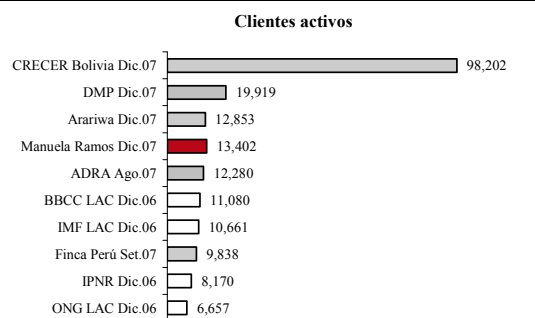
Una de sus principales zonas de actuación (Puno) es una zona fronteriza que es propensa a actividades de contrabando. CrediMujer, como medida precautoria, ha intentado establecer dentro de su política la prohibición del financiamiento de actividades de este tipo. Sin embargo, la eficacia de esta regla tendría que ser evaluada.

### **Responsabilidad Social hacia el Medioambiente**

Aunque CrediMujer no cuenta con un enfoque netamente ambientalista se ha planificado la incorporación de un programa de forestación en el año 2008 como parte de los talleres de la Corporación Andina de Fomento (CAF). Asimismo, se promociona el uso de alimentos cultivados localmente en los cursos de gastronomía de CAF. Dentro de sus operaciones, se podría promover la protección del medioambiente a través de la implementación de una política de reciclaje (dado un alto uso de papel para las charlas/papeleo para los BBCC).

*Las opiniones emitidas en este informe son válidas por una duración de un año máximo. Más allá de ese límite o si un evento mayor tuviera lugar en la vida de la IMF o en su entorno próximo durante ese período, Planet Rating ya no garantiza la vigencia de sus opiniones y recomienda una nueva calificación. Planet Rating no podrá ser considerada responsable de las consecuencias de una inversión y/o financiamiento realizado sobre la base de este informe.*

## Benchmarking



**Fuentes:** COPEME, Reporte Microfinanzas Sept 07; The MIX; Finrural  
**IMFs:** Manuela Ramos, Departamento de Microfinanzas Prisma, Finca Perú, ADRA, CRECER Bolivia, Arariwa  
**MBB Peer groups; benchmarks 2006 (medians):** IMFs LAC, Organizaciones No Gubernamentales LAC, IMFs que trabajan con Bancos Comunales LAC, Instituciones Peruanas No Reguladas

## Indicadores de Desempeño

Los indicadores actualmente siendo probado por el “Social Performance Taskforce” (SPTF) y el MixMarket para los informes de desempeño social.

Composición de la clientela	Dic.06	Dic.07
% de clientes mujeres	100%	100%
% de clientes rural (a)	N/D	42.7%
% de grupos excluidos	N/D	N/D

### Clientes entrantes

% Debajo de la línea nacional de pobreza	N/D	N/D
% Dentro del 50% debajo de la línea de pobreza nacional	N/D	N/D
% Ganando menos de 1 USD diario por miembro de la casa (b)	40.2%	N/D
% Ganando menos de 2 USD diario por miembro de la casa (b)	45.5%	N/D
% Pobre o de bajos ingresos	N/D	N/D

### Escolarización

% Escolarización de los hijos de los clientes	N/D	N/D
% niñas de edad para primaria	N/D	N/D
% niños de edad para primaria	N/D	N/D
% niñas de edad para secundaria	N/D	N/D
% de niños de edad para secundaria	N/D	N/D

### Adecuación de Servicios

PAR 31 - 360 días	0.02%	0.03%
PAR > 360 días	0.00%	0.00%
Tasa de retención sencilla	75.4%	76.7%
Tasa de retención con reingresantes	N/A	N/A

### Logro de cambio (clientes de 3 o 5 años)

% de clientes que han experimentado un cambio positivo en su nivel social	N/D	N/D
% que han trascendido el umbral de pobreza	N/D	N/D
% clientes todavía debajo de la línea de pobreza	N/D	N/D
# de empleados contratados y asalariados a tiempo completo en empresas apoyadas durante el año	N/D	N/D
#de empleados contratados y asalariados a tiempo parcial en empresas apoyadas durante el año	N/D	N/D
# de empleados contratados y asalariados estacionales en empresas apoyadas en el año	N/D	N/D

(a) Estudio Cooperativa Fortalecer 2007, (b) Herramienta Praxis 2006, no incluye a la agencia Puno.

## ■ Formulas

- Rendimiento de Cartera: Ingresos de cartera / Cartera bruta vigente promedio de 13 meses
- Ratio del costo de ahorros: Intereses y cobros pagados sobre depósitos / promedio de depósitos
- Ratio de costo de la deuda: Intereses y cobros pagados sobre fondos prestados / Fondeo promedio
- Rotación (bruta):  $1 - (\text{clientes finales} / (\text{clientes inicio de período} + \text{clientes nuevos}))$
- Rotación (neto de primeros créditos activos):  $1 - ((\text{clientes finales} - \text{primeros créditos activos}) / (\text{clientes inicio del período} + \text{clientes nuevos} - \text{primeros créditos activos}))$

## ■ Escala de Calificación

Rating	Definition
5+ 5	<b>Avanzado:</b> Compromiso de largo plazo con metas sociales; manejo eficiente de desempeño social y riesgos de responsabilidad social; muy probable que la institución genere un impacto social claro.
4+ 4	<b>Comprometido:</b> Compromiso claro con metas sociales; manejo razonable del desempeño social y riesgos de responsabilidad social; probable que la institución genere un impacto social positivo.
3+ 3	<b>En proceso:</b> Intento claro para lograr metas sociales; sistemas de gestión de desempeño social en proceso de implementación
2+ 2	<b>Incipiente:</b> Intento claro para lograr metas sociales; baja capacidad de gestionar desempeño social
1+ 1	<b>Imperceptible:</b> Intención de lograr metas sociales no es tangible; bajo nivel de gestión de desempeño social