

LA IMPORTANCIA DE LAS MICROFINANZAS, EL MICROCRÉDITO Y LOS EMPRESARIOS DE LA MICROEMPRESA

Rafael Llosa Barrios*

En un país lleno de emprendedores como el Perú, el tema de las microfinanzas cobra un papel especial. Por esto, Rafael Llosa Barrios, gerente general de Mibanco, la institución financiera pionera en los microcréditos, dedica el presente artículo a darnos una visión general de lo que realmente significan las microfinanzas y su relevancia en nuestra economía.

Al mismo tiempo, nos presenta, con una didáctica explicación, cómo las instituciones financieras deben buscar a potenciales clientes y nos introduce en el mundo de éstas, guiándonos por todo el proceso de selección.

* Gerente General de Mibanco y miembro del Comité Directivo de la Red de ACCION y del Comité de Gerentes Generales de la Asociación Bancaria del Perú.

En los últimos años, han empezado a tomar gran importancia conceptos como las microfinanzas, el microcrédito y los empresarios de la microempresa, sobre todo en países pobres en vías de desarrollo, y el Perú no es la excepción.

Si miramos al Perú detenidamente, descubriremos indicadores sorprendentes, como que el 99.5% de las empresas peruanas son microempresas y que dichas empresas contribuyen con el 40% del Producto Bruto Interno peruano. Del mismo modo, generan empleo de una o de otra manera al 76% de la población económicamente activa. Al igual que en otros países, la microempresa pertenece a un segmento que fue considerado por la banca no especializada como de alto riesgo, lo que redujo durante años sus posibilidades de acceso al crédito.

“En épocas tan recientes como hacia finales de los años 80, los bancos e instituciones financieras miraban a la mayoría de las personas de bajos ingresos y a los indígenas del país con desdén, si es que acaso se les ocurría pensar en ellos. Una década después, cientos de miles de estas mismas personas se han transformado en los clientes que los bancos, las instituciones financieras y los programas de crédito se disputan calurosamente, rivalizando para obtener participación en este nuevo mercado”¹.

¿Qué es lo que ha pasado? Está claro, la microempresa es uno de los motores importantes de la economía y, hoy por hoy, se estima que en el Perú existen cerca de 3 millones de empresarios de la microempresa y sólo se ha atendido a 971,000 de ellos, lo que significa que todavía existe un mercado potencial amplio de desarrollo.

Para poder entender bien lo que son las microfinanzas, el microcrédito y el empresario de la microempresa, es importante explicar el concepto de cada una de estas palabras.

Se entiende como **microfinanzas** a la prestación de servicios financieros al segmento de bajos ingresos de la población. Es una definición amplia, no está dirigida solo al empresario de la microempresa sino que abarca también a gente de bajos recursos, que pueden ser dependientes pero de bajos ingresos, y que tienen dificultad para obtener un servicio financiero como por ejemplo: crédito, ahorro, seguro, etcétera. Por eso,

hoy en día empezamos a escuchar las palabras: microcrédito, microseguro, microahorro, etcétera.

Se entiende como **microcrédito** al crédito pequeño, no necesariamente vinculado a un negocio, sino también vinculado a gente de bajos recursos. Se entiende como **empresario de la microempresa** a quien administra un negocio que tiene entre uno y diez trabajadores, y cuyas ventas no superan en promedio los 25,000 nuevos soles mensuales (**microempresa**). La Superintendencia de Banca y Seguros, para considerar un crédito de microempresa (MES), hace referencia al endeudamiento de la empresa, el cuál no debe superar el equivalente a los US\$ 30,000 en todo el sistema financiero.

Una microempresa puede ser una zapatería, una ferretería, una farmacia, una bodega, un distribuidor de repuestos, un puesto en un mercado, un heladero, un ambulante, un hostel, un taller de mecánica, un ganadero, un agricultor, etcétera. ¿No está el Perú lleno de estos negocios?

Pero, ¿por qué el Perú es un país de microempresas? Porque somos emprendedores por necesidad, los peruanos crean empresas porque no consiguen participar de la economía de otra manera. Según una investigación de la Florida International University, en el Perú, 40 de cada 100 personas en edad económicamente activa (18 a 64 años) administran su propio negocio.

Países con más emprendedores por cada 100 habitantes

Perú	40	Jordania	17
Uganda	30	México	16
Venezuela	26	Chile	15
Ecuador	26	Corea	15
Tailandia	18	Nueva Zelanda	14

Fuente: Florida International University

Adicionalmente, destacan otras razones como:

- a) La excesiva centralización de la economía en la ciudad de Lima.
- b) La geografía del país.

- c) La poca estabilidad política, económica y legal que no ha permitido grandes inversiones durante años.
- d) Poco acceso a educación, capacitación, etcétera.
- e) Carencia de acceso a fuentes de financiamiento que permitan que los negocios puedan crecer.

Muchas instituciones hacen referencia al empresario de la microempresa como el **microempresario**; sin embargo, es importante señalar que lo pequeño es la empresa y no el empresario, ya que es tan empresario el que administra un negocio pequeño como el que administra una empresa que factura US\$ 100 millones. Por lo que lo correcto es hacer referencia a un empresario de la microempresa.

Una vez entendido el entorno donde se desarrollan las microfinanzas, es importante poder explicar como se viene atendiendo a este importante sector de la economía y de la población para proyectar lo que sucederá en los próximos años.

En los años 70 e inicio de los 80, los empresarios de la microempresa y las personas de bajos recursos fueron atendidos de alguna manera por las organizaciones no gubernamentales, quienes conseguían recursos financieros y programas de crédito de instituciones multilaterales y otros donantes. Hoy en día, muchas de estas organizaciones han sido transformadas a instituciones financieras más grandes (el caso Mibanco) o a Edpymes (Edyficar).

En los años 80 nacen las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito (CMAC). Empresas públicas del régimen de la actividad privada cuyo accionista mayoritario son las municipalidades. Son entidades de intermediación financiera que operan con productos de ahorro y crédito, y que tienen por objetivo lograr la descentralización financiera y democratización del crédito en el Perú. Se orientan a atender a aquellos estratos de la población no atendidos por el sistema crediticio formal, logrando que diversos sectores sociales accedan al crédito y fomenten principalmente el ahorro, contribuyendo de esta manera a crear circuitos financieros locales, que son la base de apoyo para el proceso productivo regional.

En mayo de 1980 se promulga el Decreto Ley 23039, que regula la creación y funcionamiento de las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito fuera del ámbito de Lima y Callao, con el objetivo de constituir instituciones financieras descentralizadas orientadas a la atención de aquellos segmentos de población que no tenían acceso al sistema crediticio formal.

En el Perú, las cajas municipales han permitido mejorar la situación financiera de muchos micros y pequeños empresarios, generando fuentes de trabajo y contribuyendo a distribuir mejores oportunidades a quienes más lo necesitan y, de esta forma, reducir los niveles de pobreza existentes.

En 1982 se funda la primera Caja Municipal de Ahorro y Crédito en Piura, tomando como modelo las Cajas de Ahorro de Alemania y contando con el apoyo de la Cooperación Técnica Alemana (GTZ), cuyos expertos en finanzas contribuyeron a diseñar una estrategia de crecimiento para las Cajas Municipales de Ahorro y Crédito en el Perú. Ellos ayudaron capacitando y entrenando al personal, así como instalando un centro de capacitación para las Cajas Municipales².

Es importante señalar la importancia de éstas y su evolución tan favorable. Hoy existen trece Cajas Municipales de Ahorro y Crédito que de manera conjunta atienden a 687,544 clientes, con un portafolio conjunto de 3,499 millones de nuevos soles.

En los años 90 nacen algunas financieras y bancos focalizados en el desarrollo de las microfinanzas (Banco del Trabajo, Financiera Solución, Mibanco), además de pequeñas instituciones financieras llamadas Edpymes (Empresa de Desarrollo para la Pequeña y Microempresa). Son instituciones financieras reguladas por la Superintendencia de Banca y Seguros, que ofrecen servicios bancarios limitados y tienen requisitos de capital y reservas adaptados a las microfinanzas más que a la banca comercial. Son sociedades anónimas con el objetivo de facilitar de manera sostenible el acceso y uso de servicios financieros a la población de menores recursos económicos, en especial a empresarios de la micro y pequeña empresa, contribuyendo a la mejora de su calidad de vida; utilizando fondos propios o de líneas de crédito

² En: <http://www.fpcmac.org.pe> (visitada en el primer trimestre del 2007).

de instituciones financieras. En general, el apoyo financiero de las Edpymes se dirige a las micro y pequeñas empresas dedicadas al comercio minorista y mayorista, y está limitada a la industria, artesanía, agricultura y servicios³.

En la actualidad, existen trece Edpymes que atienden 276,019 clientes, con un portafolio de 798.3 millones de nuevos soles.

De igual manera, nacen las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito, instituciones financieras no bancarias reguladas, que fueron establecidas desde 1993 con limitadas exigencias de capital mínimo y accionistas privados. Las Cajas Rurales de Ahorro y Crédito se orientaron a proveer servicios financieros a los segmentos de la población no atendidos por la banca comercial, priorizando al sector rural. Estas son sociedades anónimas de derecho privado, entidades financieras de capitales privados cuyo objetivo es realizar intermediación financiera en apoyo a la actividad económica de los microempresarios. Este objetivo se desarrolla exclusivamente en el ámbito general donde opera, movilizandolos recursos financieros obtenidos de fuentes nacionales e internacionales, fomentando el ahorro con miras a facilitar el acceso al crédito de los agentes económicos que residen en el área de su influencia y mejorar así el nivel de vida en el ámbito rural⁴.

Hoy por hoy, existen doce Cajas Rurales de Ahorro y Crédito que atienden a 120,109 clientes, con un portafolio de 637.4 millones de nuevos soles.

Es en el 2003 donde se empieza a generar un movimiento interesante, no sólo en Perú, sino también en la mayoría de los países donde existe un mercado potencial de microempresas. Los grandes bancos comerciales empiezan a descubrir que el negocio de microempresa no es tan riesgoso como lo percibían. Las instituciones de microempresa tienen altas rentabilidades, poca mora e incrementan su cartera de créditos y clientes de manera importante año tras año. Como señala el profesor Michael Chu (Harvard Business School), haciendo referencia al título de un libro, "pareciera de que hay una fortuna en la base de la pirámide"⁵. Así, se inicia un proceso por el cual los bancos tradicionales empiezan a

incursionar en este importante sector de la economía. En el caso de Perú, Banco de Crédito que absorbe Financiera Solución, Banco Wiese Sudameris, Banco Sudamericano (hoy Scotiabank Perú) y el Banco Financiero empiezan a otorgar créditos de microempresa.

En el siguiente cuadro, podemos observar la evolución de las carteras de crédito microempresa de los bancos y de las demás instituciones.

Institución	2003 (*)	2004 (*)	2005 (*)	2006 (*)
Bancos	1,293	1,539	2,173	2,672
Cajas Municipales	833	1,116	1,417	1,744
Edpymes	221	289	411	628
Cajas Rurales	158	209	255	308

(*) Cartera (Millones de S/.)

Fuente: Superintendencia de Banca y Seguros (SBS)

Es importante comentar que las metodologías para otorgar créditos han ido evolucionando. En sus inicios, las instituciones buscaban otorgar créditos en "Grupos Solidarios". Los Grupos Solidarios son agrupaciones de clientes afines que se juntan con la finalidad de avalarse o garantizarse mutuamente para un préstamo, ubicados en zonas donde el perfil del cliente y su entorno permita su conformación. Están dirigidos a las actividades económicas de comercio, servicio y producción, debiendo observar las siguientes condiciones:

- El grupo debe tener mínimo dos integrantes y estar conformado por empresarios que se dediquen a diferentes actividades comerciales, productivas o de servicios que tengan negocios ubicados en el área de atención de la agencia.
- La actividad a financiar deberá ser rentable, pero podrá recurrir a los ingresos familiares u otros ingresos para cubrir el pago de la cuota mensual correspondiente, sin que esto afecte la supervivencia de la familia.

En el Perú, las organizaciones que atienden a este sector han migrado al crédito individual, pero con una tecnología de evaluación muy especializada. Sin embargo, aún en las zonas rurales podemos

³ Informes: Equilibrium Clasificadora de Riesgos, Edpymes Confianza y Nueva Visión 2006.

⁴ Caja Rural Cajamarca y Caja Sur Arequipa. En: <http://www.cajacajamarca.com.pe> y <http://www.cajasurperu.com/> (visitada en el primer trimestre del 2007).

⁵ PRAHALAD, Coimbatore Krichnarao. "La oportunidad de negocios en la base de la pirámide". Bogotá: Grupo Norma. 2005.

encontrar organizaciones que desarrollan el crédito solidario o la banca comunal.

Los bancos comunales son asociaciones de 25 a 35 mujeres de escasos recursos económicos que facilitan pequeños créditos a sus miembros para financiar sus negocios personales. Para acceder a estos no se requiere de garantías reales, sólo el compromiso de pago de la palabra empeñada. Normalmente los miembros se conocen y se avalan entre sí y nombran una directiva que administra los fondos y los repagos. Así, cuando el banco (asociación) recibe un préstamo colectivo de una institución financiera, la directiva administra los fondos, otorgando pequeños préstamos a las socias y recuperando internamente los fondos prestados. Adicionalmente, se fomenta la cultura del ahorro, dado que las socias tienen que ahorrar una parte del capital que retorna de la inversión. También se les capacita para mejorar su negocio y administrar adecuadamente su dinero. El banco tiene reuniones mensuales o quincenales y tiene normalmente un reglamento rígido de control, pues las propias socias aprueban los créditos colectivamente a alguno de los miembros. Muchos bancos comunales luego de dos o tres años de eficiente funcionamiento se pueden convertir en Grupos Solidarios, con la ventaja de poder acceder a créditos de mayores montos de la entidad financiera.

Las instituciones de microfinanzas cuentan con amplia metodología para atender a los empresarios de la microempresa y a las personas de bajos recursos. En el caso puntual de Mibanco, se utiliza un modelo de negocio muy personalizado, buscando llegar al negocio del cliente y no esperando a que el cliente llegue al banco, para lo cual cuenta con un equipo de Asesores de Negocios (Asesores de Crédito), que han sido capacitados en técnicas de ventas y evaluación crediticia y que hacen las funciones de promotores, vendedores, analistas de créditos, analistas de riesgos y sectoristas, todo en uno: "el asesor de negocios".

Pero la mejor manera de entender un proceso es viendo uno en la práctica, por lo que, a continuación, voy a describir dos procesos de otorgamiento de créditos, que nos permitirán sacar algunas conclusiones relacionadas al mundo del crédito de las microfinanzas.

Son las 10:00 am del 10 de Enero del 2004, Miguel Gonzáles y Jessica Pacheco, asesores de crédito de la agencia de Villa El Salvador de Mibanco, salen a buscar clientes potenciales que requieran de algún crédito que les permita crecer o impulsar su negocio.

Miguel ya tiene 5 años en la institución y ya tiene 400 clientes. Hoy tiene decidido tomar una nueva ruta, pues le han comentado que a la espalda del mercado principal se está desarrollando una nueva zona comercial. Es a sólo treinta minutos en mototaxi y es probable que logre conocer a nuevos clientes.

Jessica, por su parte, acaba de terminar su inducción como asesora de créditos de Mibanco, por algunos meses tuvo que acompañar a otro asesor para aprender como se deberían evaluar los créditos y a los clientes, además de hacerles también el acercamiento; era todo una técnica. ¡Qué diferente era la teoría de la práctica! Y por ser nueva (seis meses en la institución), le han asignado una ruta donde el comercio es muy incipiente, al otro lado del arenal. Tiene que ir al asentamiento humano "Júpiter II", formado unos cuatro años atrás. Hoy es su día, va en búsqueda de su primer cliente.

Miguel camina unas cuadras para refrescarse, dado que el sol empieza a calentar, y decide tomar lo antes posible el mototaxi, dándole las coordenadas al chofer. Efectivamente, pasados treinta minutos empieza a ver algún movimiento comercial, por lo que pide al chofer que se detenga. Es preferible ahora empezar a caminar y observarlo todo. Ya vio a media cuadra una carpintería y en la acera de enfrente una ferretería; empezando la otra cuadra también ve una distribuidora de materiales de construcción. Se endereza la corbata y el *fotocheck*, está listo para hacer el primer acercamiento, ¿por dónde empezar? Por el primer negocio que vea, organiza una ruta mentalmente, "parece que hoy voy a poder acercarme a varios negocios" piensa. Voltea para la izquierda y ve una bodega, con cartel "Bodega Juanita". Ahí voy.

Jessica se sube a un mototaxi y pide ir a "Júpiter II". "Son S/. 4.00 y nos demoramos quince minutos" le dice el chofer, mientras le mira el *fotocheck* y le pregunta, "¿usted es de Mibanco?". "Sí", le contesta Jessica, a lo que el chofer le responde: "Mibanco me ha financiado esta mototaxi, ya sólo le debo dos cuotas de veinticuatro que tuve originalmente. Antes alquilaba una, pero entre el pago del alquiler y la gasolina no me quedaba nada. Después me presté de un amigo, pero me cobraba tanto como el alquiler, tampoco me resultaba, hasta que conocí a un asesor de crédito de su banco y me prestaron el dinero. Ya conversé con mi asesor para que me preste para otra mototaxi, así mi hijo me puede ayudar en el negocio. Vamos la llevo a "Júpiter II", le voy a presentar a mi tío que está buscando un crédito para mejorar su vivienda".

Miguel entra a la "Bodega Juanita" y ve un negocio muy pequeño, donde se vende lo elemental, arroz, azúcar, frijoles, otras menestras, algunos estantes con leche, golosinas, etcétera. Ve a una señora atendiendo y le pregunta "¿usted es la dueña?". A lo que la señora contesta "sí, efectivamente, yo soy la dueña". Miguel se presenta como Asesor de Créditos de Mibanco y dice que está de visita por la zona para ofrecer los servicios del banco, por lo que le quería preguntar si deseaba un crédito para impulsar su negocio. "Por ejemplo, le podemos prestar para que usted compre más arroz y azúcar dado que eso son los productos que más vende y eso le permitiría vender productos marginales y mejorar la rotación general de sus productos" le dice. La señora un poco confundida le responde: "joven, no sé si le podré pagar". A lo que Miguel contesta: "¿cómo que no sabe seño? Enséñeme su flujo de caja". Ante esto, Juanita admite "no tengo flujo de caja, nunca he pedido un préstamo a un banco". Miguel la tranquiliza: "no se preocupe yo la ayudo con su flujo de caja. Dígame cuánto vende al día, cuánto compra de mercadería, cuánto gasta en la educación de sus hijos, qué otros gastos tiene, etcétera". Así, Miguel y Juanita elaboran juntos el flujo de caja y calculan que efectivamente el flujo da para pagar una cuota de S/. 100.00 mensuales. Al final Miguel le informa: "Señora Juanita le puedo prestar S/. 1,000.00, me lo paga en doce cuotas".

Jessica llega a "Júpiter II", "he tenido suerte con el chofer del mototaxi" piensa. Mientras el chofer va en búsqueda de su tío, ella tiene la oportunidad de observar el resto del asentamiento humano. En su inducción le enseñaron: "cuando llegues a un sitio nuevo primero observa, mira que tipo de negocios se desarrollan ahí, cual va a ser el producto más idóneo a ofrecer, prepara tu ruta mentalmente".

Cuando el tío aparece, se presenta como Pedro Palomino y le dice a Jessica: "señorita, esta es mi casa, y queremos ponerle un techo". Jessica observa una casa de material noble, pero con techo de calamina. El Señor Palomino continúa indicándole que un maestro de obra le ha cotizado el nuevo techo en S/. 1,500.00, sacando y mostrándole el presupuesto elaborado.

Jessica evalúa la situación rápidamente y cree que podría encajar este crédito dentro de un producto del banco que se llama "MiCasa", que busca apoyar con financiamiento a los que quieren mejorar su vivienda. Por lo que decide hacer algunas preguntas rápidamente:

Jessica: Señor Pedro, ¿tiene usted título de propiedad?

Pedro: No, soy posesionario.

Jessica: ¿Tiene título de posesión?

Pedro: Estamos en eso.

Jessica: ¿Hace cuántos años vive usted en esta casa?

Pedro: Cuatro años.

Jessica: Bastantes años. ¿Vive solo o con alguien más?

Pedro: Vivo con mi esposa y mis dos hijos.

Jessica: ¿Puedo conocer a su esposa y a sus hijos? ¿En qué trabaja usted?

¿Su esposa trabaja? ¿Dónde estudian sus hijos?

Mientras Pedro llama a su esposa e hijos le responde: "trabajo en el almacén principal de Villa El Salvador como obrero y mi esposa vende comida en la posta médica de la zona. Mis hijos estudian en el colegio que queda a cuatro cuadras de nuestra casa". Ante esta respuesta Jessica prosigue con las preguntas.

Jessica: ¿Ha solicitado crédito en otra institución antes?

Pedro: Sí, pero no califico. Mis ingresos son bajos y no reconocen los ingresos de mi esposa.

Jessica: ¿Me permite conversar con sus vecinos?. Quiero pedir referencias, también voy a conversar con el negocio que veo cerca de su casa. ¿Le parece?

Pedro: Claro señorita ningún problema.

Luego de las indagaciones del caso, Jessica llega a tres conclusiones:

- a) Pedro vive hace cuatro años en esa casa con toda su familia, realiza su vida alrededor de dicho hogar y las referencias de sus vecinos y otros corroboran que quiere mejorar su vivienda para ofrecer a su familia una mayor comodidad y afianzarse en dicha casa. Por lo tanto, no piensa moverse en el corto plazo, por lo que se puede presumir que existe voluntad de pago.
- b) Que si se reconoce el ingreso de la esposa, ellos podrían pagar el crédito de S/. 1,500.00 en un plazo de veinticuatro meses. Por lo que se puede concluir que existe capacidad de pago.
- c) No hay necesidad de pedirle título de propiedad puesto que el crédito es muy pequeño como para solicitar una hipoteca. La ejecución sería más costosa que el crédito mismo, por lo que se puede concluir que no hay necesidad de garantías.

Por esto, Jessica le dice: “Señor Pedro el Banco le puede prestar los S/.1,500.00 a veinticuatro meses para que mejore su vivienda”.

Estos dos ejemplos nos permiten analizar las dificultades que pueden tener muchos de nuestros empresarios, al igual que gente de escasos recursos, para acceder al crédito. Igualmente, vemos las dificultades de las instituciones de microfinanzas en desplazarse, asumir altos costos operativos y tener metodologías de evaluación *ad-hoc* para sus clientes.

Creo que en el Perú efectivamente tenemos una base de pirámide muy grande de clientes que se puede desarrollar potencialmente. Que las instituciones especializadas están haciendo un esfuerzo importante para llegar a cada vez más personas y que la competencia va a obligar a muchas instituciones microfinancieras a buscar sub-nichos o segmentos no atendidos.

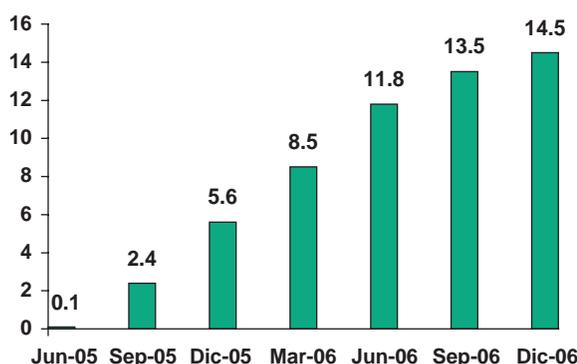
En el año 2004, frente a la arremetida de nuevas instituciones por atender a los empresarios de la

microempresa, Mibanco define una estrategia no sólo de contención sino de expansión, buscando presencia en nuevos sitios, y atendiendo nuevos nichos. Así, decide ir de manera profunda a la base de la pirámide, sacando dos productos: Crédito Chasqui y Crédito Rural.

El Crédito Chasqui buscaba atender a los empresarios de la microempresa más pequeños, una persona independiente con un pequeño negocio propio con seis meses de antigüedad, ubicados en pequeños mercados, paraditas, con puestos portátiles o ambulantes. La idea era que sea el crédito más rápido del mercado otorgado en un sólo día. Préstamos desde S/. 300.00 hasta S/. 1,000.00, con tres hasta doce meses para pagar, trámites simples y sin papeleos y el banco se adecua a la modalidad de pago que el cliente escoja, ya sea mensual, quincenal o semanal.

Este producto permite bancarizar a muchas más personas en el país, brindando acceso al sistema financiero a muchos más empresarios de la microempresa.

EVOLUCIÓN DEL CRÉDITO CHASQUI (millones de S/.)

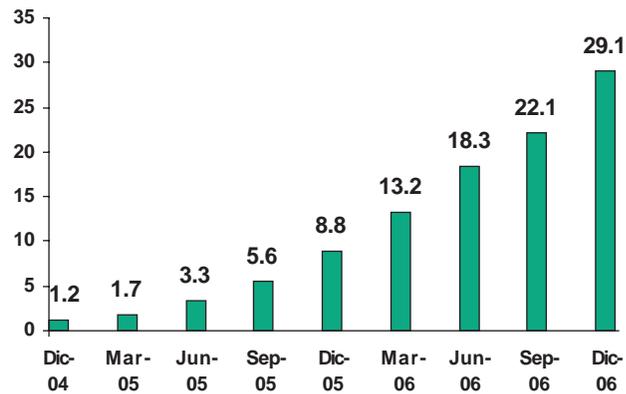


Por su parte, el Crédito Rural busca atender las zonas rurales, aunque no necesariamente créditos agrícolas o ganaderos. Teníamos conocimiento que entre las zonas urbanas y el campo se desarrollaban pequeños comercios o negocios que estaban poco atendidos y, además, que las mujeres del hogar tenían una actividad que complementaba el ingreso familiar normalmente proporcionado por el esposo, quien trabaja en

una actividad relacionada al campo. De igual manera, el Banco quería empezar a dar créditos agrícolas y ganaderos pequeños que le permita ir conociendo este nuevo nicho de mercado.

En el Crédito Rural, se decidió regresar a nuestra metodología antigua: Créditos Solidarios; los resultados son realmente espectaculares, logramos una evolución de clientes muy importante.

EVOLUCIÓN DEL CRÉDITO RURAL (millones de S/.)



Creo que estas importantes experiencias nos permiten llegar a algunas conclusiones finales:

- a) Los empresarios de la microempresa son un motor importante de la economía.
- b) Hay potencial en la base de la pirámide.
- c) Las instituciones de microempresa son una herramienta importante para cooperar con el desarrollo de los empresarios de la microempresa.
- d) Cualquier legislación que permita al empresario de la microempresa mejorar su formalización va a permitir mejorar su negocio.
- e) No hay que subsidiar a la microempresa. Los subsidios no son sostenibles en el tiempo.
- f) Cualquier control de tasas no incentivaría a las instituciones a incursionar en zonas alejadas.