

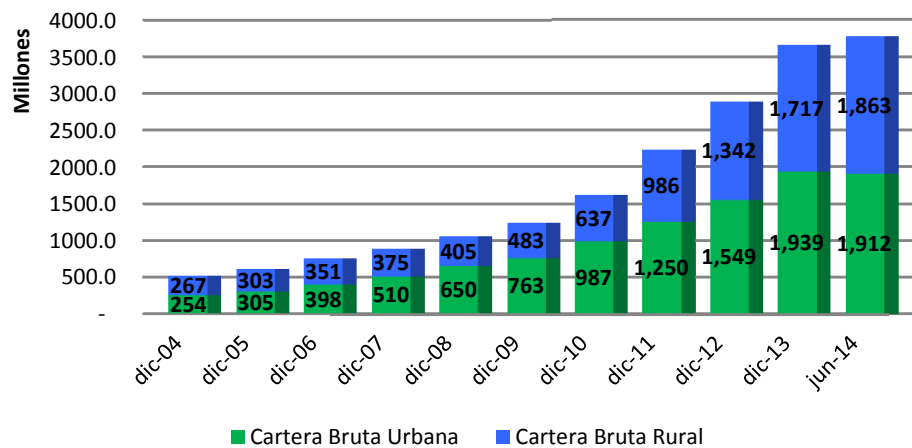
LAS IFD AL 30 DE JUNIO DE 2014

- La cartera de las Instituciones financieras de Desarrollo al 30 de junio de 2014 alcanzó a un total de Bs. 3.775 millones de bolivianos, con una mora de 1,65%. La cartera de las IFD ha beneficiado a un total de 460.075 prestatarios a nivel nacional.
- A esta misma fecha se puede apreciar que la clientela urbana representa el 61%, mientras que la clientela rural representa el 39% del total de clientes atendidos. Vale la pena mencionar que el porcentaje de mujeres atendidas alcanza a un 75%

Cifras al 30 de junio de 2014 (*)	
Cartera Bruta (en Bs.)	3,775,432,927.-
% de Cartera Bruta Urbana	51%
% de Cartera Bruta Rural	49%
Total Prestatarios	460,075
% de Prestatarios Urbanos	61%
% de Prestatarios Rurales	39%
% de Mujeres Prestatarias	75%
% de Mora	1.65%
% de Cobertura de Previsiones	235.64%
Nº de Puntos de Atención	341
Nº Puntos de Atención Rurales	154
Nº de Funcionarios	3,679

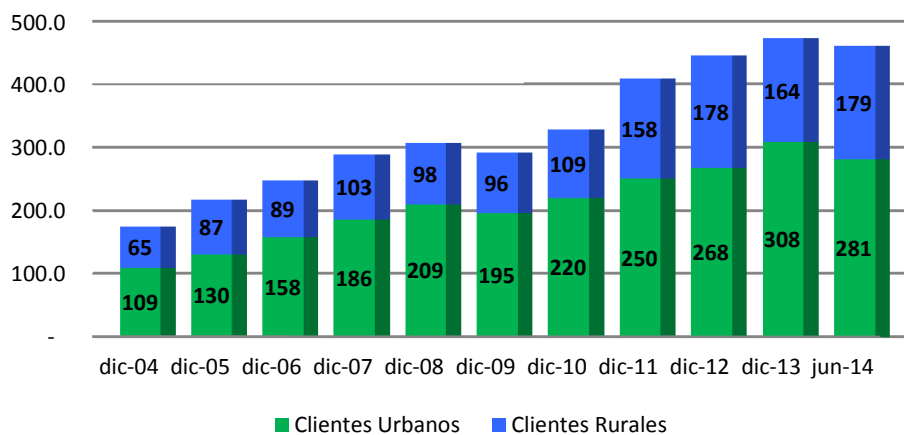
(*) No incluye información de ANED

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



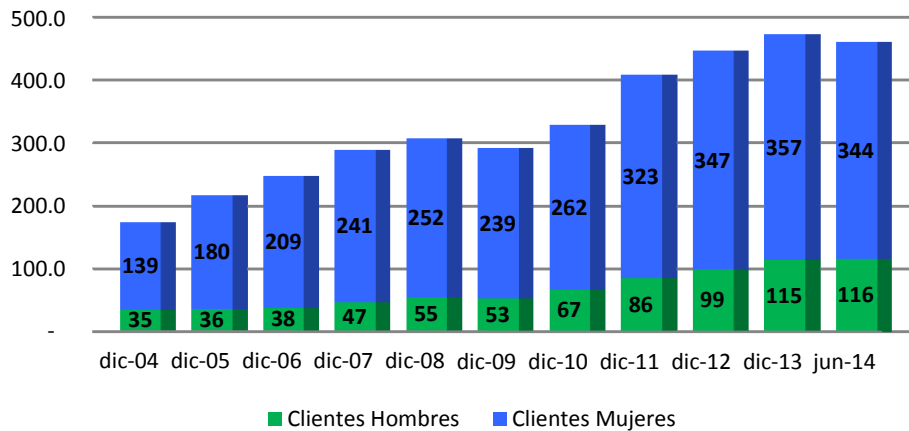
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

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



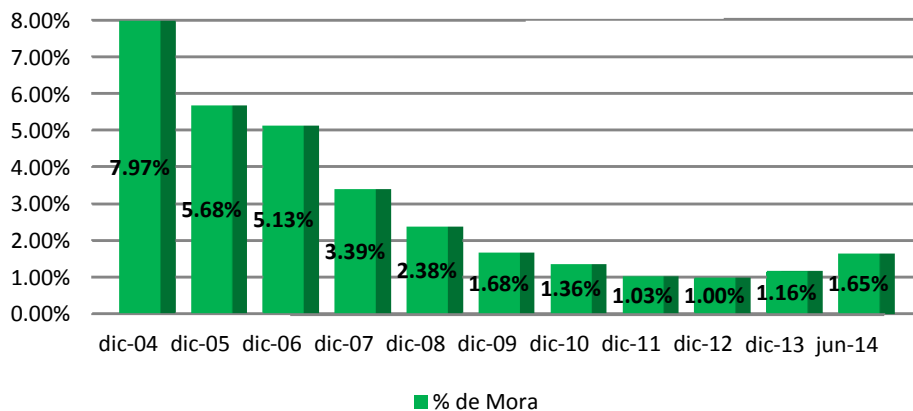
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

Evolución de Prestatarios por género (En miles de Prestatarios)



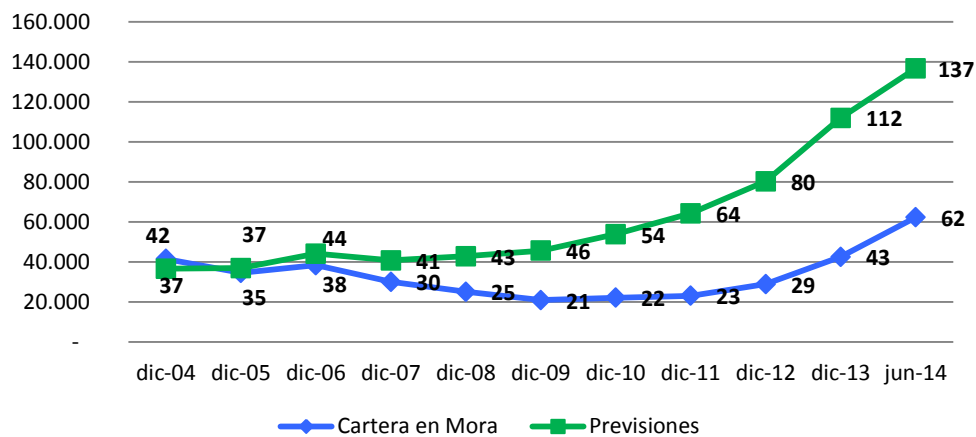
Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

Evolución de % de Mora

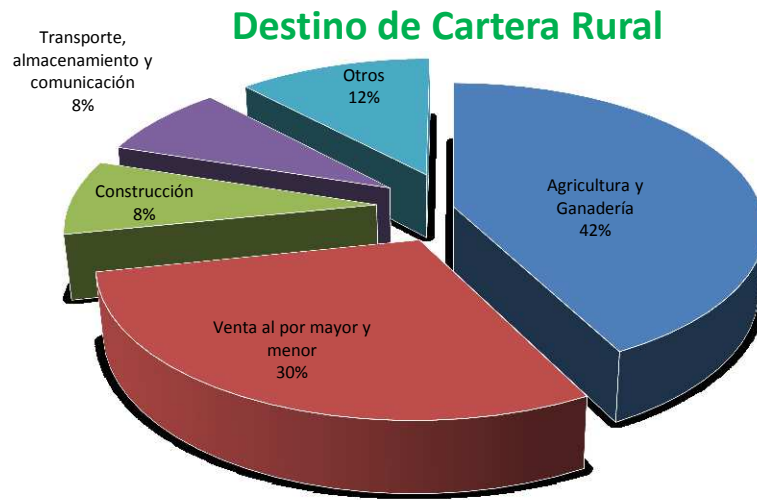


Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

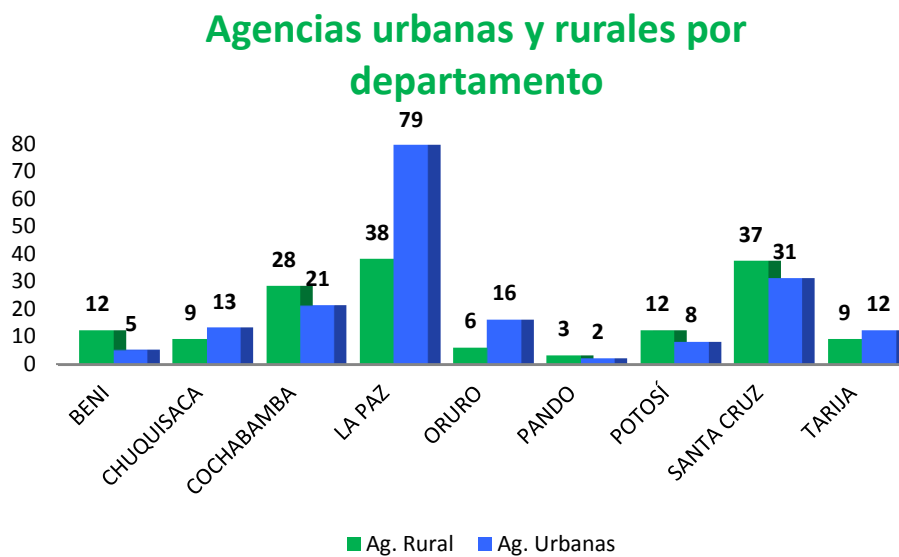
Evolución de Cobertura de Mora (En millones de Bolivianos)



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL



Fuente: reportes de IFD remitidos a FINRURAL

NOTAS DESTACADAS

CRECER: la primera institución en América Latina que consigue el grado de “Líder” en la evaluación Truelift, en reconocimiento al compromiso y la acción a favor de las poblaciones vulnerables.



Tras cumplir con los tres principios establecidos por el sello Truelift en favor de las personas que viven en pobreza, CRECER conquista el grado de “Líder” que es el mayor que se puede alcanzar, convirtiéndola en la primera institución en América Latina que lo logra y la segunda a nivel mundial.

Los Principios establecidos por el sello que fueron cumplidos por CRECER de acuerdo a los estándares establecidos son: Determinación por apoyar a las personas que viven en pobreza; brindar servicios que satisfagan las necesidades de los pobres y realizar un seguimiento del progreso de su progreso.

De acuerdo al informe emitido por el Comité en el primer Principio – Demostrar determinación por ofrecer apoyo a las personas que viven en pobreza, CRECER se hizo merecedora de la calificación **LÍDER** por la fuerte intención de alcanzar a las poblaciones vulnerables de Bolivia y por la implementación de mecanismos (evaluación, incentivos por ej.) para lograr esta meta.

Bajo el Principio 2 – Brindar servicios que satisfagan las necesidades de las personas pobres: El camino definido por CRECER para alcanzar sus objetivos sociales es claro y los servicios ofrecidos apuntan a ello. El Comité también resaltó el uso que el Directorio y Equipo Gerencial hacen de estas investigaciones de mercado (y retroalimentación del personal de campo) para mejorar constantemente los servicios. En este Principio se otorgó a CRECER la categoría de “**TRIUNFADOR**”.

En la realización de seguimiento del progreso de las personas pobres - Principio 3 –, CRECER obtuvo ponderación “**LÍDER**”. El monitoreo del PPI en el 2013 utiliza una muestra representativa de clientes para las entrevistas individuales, además de grupos focales para obtener resultados más cualitativos, lo cual es muy positivo. En base a ellos, el trabajo de CRECER tiene sentido y fortalece su voluntad de seguir trabajando con poblaciones de mujeres en zonas rurales.

Por lo expuesto, para Truelift CRECER será con seguridad una socia excelente para seguir trabajando en favor de las personas que viven en pobreza, señala en una misiva el Director de Truelift, JD Bergeron.

Para el gerente General, José Auad, el resultado obtenido en esta evaluación es un reconocimiento al trabajo del personal que demuestra honestidad y compromiso con la misión social institucional, reflejada en la labor que realiza día a día en bien de la clientela. “De manera personal, es un orgullo liderar y pertenecer a una institución tan comprometida con sectores vulnerables. Quiero expresar mi sincero agradecimiento a Truelift por creer en CRECER y en su razón de ser”, señala.

Truelift es una marca de confianza que significa compromiso con el éxito duradero de los clientes. Reconoce programas y practicantes que hacen todo lo mejor para llegar a las personas que viven en condiciones de pobreza y para crear cambios positivos y sostenibles en sus vidas. A través de la colección y difusión de pruebas evidentes de éxito, Truelift revigoriza el rol de los servicios financieros como una herramienta poderosa en la lucha contra de la pobreza.