

PLANIFICADOR DE PORTFOLIO

Eventos planeados hasta noviembre 2005

ÁFRICA

Seminario sobre las mejores prácticas para el manejo de riesgos—
Nuevas cuentas
1–2 de nov, Sudáfrica

5ª Conferencia Anual sobre la Red de Microfinanzas de África
7–11 de nov, Madagascar

3ª Conferencia Anual de Sanabel
28–30 de nov, Marruecos

SUR/ESTE DE ASIA Y EL PACÍFICO

De los prestamistas a las microfinanzas: La revolución de los créditos en el sudeste asiático desde un punto de vista institucional, económico y cultural
7–8 de oct, Singapur

Cooperativas de ahorro y crédito
Capacitación para su creación
17–21 de oct, Laos

Tour de estudio de las microfinanzas en Camboya
14–18 de nov, Laos

Microcréditos orientados al fortalecimiento económico
28–30 de nov, India

Capacitación Internacional
Programa sobre gestión de microempresas y el desarrollo de las microfinanzas
7 de nov–16 de dic, India

EUROPA Y ASIA CENTRAL

Movilización del capital privado para micropréstamos y préstamos a PYMES—La conferencia de Ginebra
10–11 de oct, Suiza

La creación de un ambiente propicio para el desarrollo de pequeñas empresas
17–18 de oct, Italia

AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE

7º Foro Interamericano sobre microempresas: La expansión de las fronteras de las microempresas—el compromiso de llegar a todos
5–7 de oct, Bolivia

Reunión Anual de CGAP
9–11 de nov, México

OTROS

Mejorar el servicio al cliente en el sector microfinanciero
1 de sep–30 de nov
Taller en línea

Visite microfinancegateway.org para obtener más información sobre éstos y otros eventos.

PUNTO DE INTERÉS

Las telecomunicaciones se vuelven micro

Utilizando el modelo de “telefonía rural,” microempresarios están trayendo servicios de telecomunicaciones asequibles a las zonas rurales.

Para muchos pobres en zonas rurales, la única manera de comunicarse con otras comunidades es realizando un viaje, a menudo a pie, que resulta caro y a veces hasta traicionero. El gasto y la pérdida de productividad implican menos dinero para gastar en necesidades básicas, hecho que motivó que el Banco Grameen fuera pionero de sus propios servicios de telecomunicaciones orientados a los pobres.

En 1997, Grammeen Telecom inventó la metodología de la telefonía rural en Bangladesh. Cinco años más tarde, La Fundación Grameen USA (GFUSA, por sus siglas en inglés) repitió este éxito al establecer una compañía de telefonía rural en Uganda, utilizando microempresarios como “un canal hacia el mercado” para las compañías de telecomunicaciones existentes que ya habían invertido en infraestructura de telefonía móvil. Gracias a sus nueve socios microfinancieros y a MTN Uganda, la compañía de telecomunicaciones más importante del país, GFUSA ha creado hasta la fecha más de 2.000 negocios de telefonía rural. En Ruanda, un programa piloto similar a éste ya está en camino.

Cómo funciona

GFUSA negocia los precios de las llamadas al por mayor con los proveedores de telecomunicaciones ya existentes y con sus socios para formar una compañía de telefonía rural. Asimismo, GFUSA trabaja junto con instituciones microfinancieras locales para vender el equipo a posibles empresarios y ofrecer micropréstamos a aquellos interesados en emprender este negocio. El equipo, el cual cuesta unos 200 dólares estadounidenses, incluye un teléfono celular, una tarjeta prepago para llamadas, una antena, material sobre marketing y un curso de capacitación para operadores. El empresario emprende así un negocio como operador de telefonía rural.



El modelo es sostenible para todos: el operador de telefonía rural utiliza los ingresos del negocio para devolver el préstamo; la institución microfinanciera gana los intereses del préstamo y se queda con un porcentaje de los ingresos por las ventas de minutos en llamadas; el proveedor de las telecomunicaciones gana dinero gracias al volumen de ventas de minutos en llamadas; y la compañía de telefonía rural gana suficiente dinero para continuar promocionando y expandiendo el programa—todo esto sin subsidios.

Múltiples beneficios

Un estudio de la Agencia Canadiense para el Desarrollo Internacional descubrió que el modelo de telefonía rural representa el 40% de los ingresos de los hogares de los operadores, pero también señaló que los beneficios no llegaban únicamente a estos hogares. La comunidad en su totalidad recibe “un impacto social y económico positivos, un gran excedente de consumidores y beneficios en la calidad de vida inmensurables.” Ahora, los miembros de la comunidad ya no se ven forzados a recorrer grandes distancias para dar o recibir información. Algunos individuos también han emprendido negocios secundarios que consisten en reunir información de ciudades y pueblos vecinos y venderla después a otras personas en sus comunidades, mientras que otros pueden vender mejor sus productos. En situaciones de emergencia, un operador de telefonía rural puede ser un recurso que llegue a salvar vidas.

Las mejores prácticas están documentadas en el “Village Phone Replication Manual,” que se puede descargar de la página web de GFUSA www.gfusa.org/technology_center/village_phone. Para más información sobre el programa Grameen de Telefonía Rural, puede mandar un correo electrónico a villagephone@gfusa.org.

HAGA DOBLE CLICK **CLICK!**

Los documentos más descargados del Microfinance Gateway



Self-help Groups as Financial Intermediaries in India: Cost of Promotion, Sustainability and Impact, Ajay Tankha (2002).

SERVIPERÚ: Grupo de Trabajo en Microseguros del CGAP Buenas y Malas Prácticas en Microseguros Estudio de Caso No. 1, Máximo U. Rodríguez and Bernardo Miranda (2004).

Basel II and Microfinance: Exercising National Prerogatives, Kathryn Imboden (2005).

The Nigerian Legal and Regulatory Framework for Microfinance, Stephanie Charitonenko (2005).

Due Diligence Guidelines for the Review of Microcredit Loan Portfolios - A Tiered Approach, Robert Christen (2005).

Con una biblioteca que cuenta con más de 4.000 documentos, el Microfinance Gateway es la fuente en línea más completa para profesionales, donantes de fondos y asesores técnicos.

Visite www.microfinancegateway.org para éstas y otras publicaciones en inglés. Para árabe, visite arabic.microfinancegateway.org. Para francés, visite www.lamicrofinance.org.

SOBRE PORTFOLIO

Portfolio es una publicación del Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (CGAP) que ofrece un panorama general de las últimas tendencias en microfinanzas. Con sede en el Banco Mundial, CGAP es un centro global de recursos que ofrece información sobre las normas de las microfinanzas, herramientas operacionales, cursos de capacitación y servicios de asesoría. Sus 31 miembros—entre los que se incluyen cooperantes bilaterales, multilaterales y privados—se comprometen a forjar sistemas financieros más inclusivos que sirvan a los pobres.

Las fotos en las páginas 1 y 2 pertenecen a la colección de fotos del Banco Mundial.

Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre
c/o Banco Mundial
1818 H Street, NW, MSN Q4-400
Washington, DC 20433 USA
T: 1.202.473.9594 Σ F: 1.202.522.3744
E: portfolio@cgap.org
www.cgap.org



Proteger a los prestatarios de microfinanzas

A través de una mayor comercialización y competencia, es probable que los servicios financieros alcancen a más gente en todo el planeta, incluyendo a los millones de pobres que hay en el mundo. Estos clientes de microfinanzas representan un amplio mercado desaprovechado por bancos comerciales, aunque alguno de éstos ya ha comenzado a ofrecer servicios financieros orientados a los pobres—desde micropréstamos a tarjetas de débito o a cuentas de ahorros de bajo saldo.

Sin embargo, algunos observadores se preguntan si el aumento de atención puesto en las microfinanzas podría atraer a prestamistas que no se preocuparan tanto de promocionar los objetivos del desarrollo y que llevaran a cabo prácticas crediticias predatorias para los clientes pobres. Por esta razón, la protección al consumidor se ha convertido en un tema candente en las microfinanzas y cubre una amplia gama de medidas relacionadas con la clara divulgación de los costos reales de los préstamos, la orientación sobre prácticas prestamistas, los mecanismos para manejar quejas y disputas, y la educación al consumidor.

Divulgación

Los consumidores están protegidos gracias a los requisitos de divulgación que obligan a los prestamistas a detallar los verdaderos costos de los préstamos como los cargos por intereses, que deben ser expresados en tasas porcentuales anuales o APRs (por sus siglas en inglés). Esta medida con el tiempo beneficiará a los consumidores, asegura Brigit Helms, especialista en microfinanzas de CGAP, la cual ha co-escrito una nota de enfoque de CGAP sobre este tema.

“Las medidas ‘Truth-in-lending’ otorgan a los prestatarios la información que necesitan para comparar préstamos, lo que a su vez debería estimular cierta competencia en los precios por parte de los prestamistas,” explica Helms. “A largo plazo, esto reduciría las tasas de interés mientras que al mismo tiempo hace que los servicios financieros estén disponibles a cada vez un mayor número de personas.”

Regulación

El borrador de un proyecto de ley sobre créditos al consumidor de Sudáfrica ha tomado un enfoque un poco más agresivo estableciendo que los prestamistas, antes de desembolsar un préstamo, tienen que tomar “medidas razonables” para establecer la capacidad de pago del prestatario, entre otras cosas. Los críticos del proyecto de ley afirman que estos requisitos de divulgación—orientados a mantener a raya a los prestamistas comerciales—puede que sobrecarguen las instituciones financieras ya existentes y empujen sus gastos operativos hasta niveles insostenibles. ¿El efecto neto? En vez de fomentar que las IMF's se integren en el sector formal de las microfinanzas, puede que la norma del gobierno les expulse fuera del sector, lo que limitaría todavía más la competencia para los clientes microfinancieros. Esto, a su vez, no ayudaría mucho a reducir las tasas de los préstamos para los pobres.

Otro modelo es la auto-regulación. La Declaración Pro-Consumidor, adoptada por ACCIÓN Internacional y las instituciones afiliadas a la Red de MicroFinanzas incluye un claro compromiso con toda una serie de medidas que van desde precios transparentes y justos a evitar el sobreendeudamiento, entre otras muchas.

Fortalecimiento

Asimismo, en Sudáfrica, el Consejo Regulador de las Micro Finanzas ha creado un centro de llamadas gratuitas para que los consumidores informen sobre prácticas crediticias abusivas. La consiguiente investigación puede conducir a la expulsión del Consejo, un castigo equivalente al cierre de ese negocio de micropréstamos. A pesar de que este tipo de medidas legales fortalece a los consumidores y es relativamente barata, muchos casos pueden quedar sin ser comunicados o descubiertos.

La mayoría de los defensores de la protección al consumidor defienden que la educación es el medio más importante para fortalecer a los clientes pobres e informarles de sus derechos y obligaciones. Esto puede resultar especialmente importante en el caso de las personas analfabetas que piden un préstamo por primera vez. Sin embargo, la educación al consumidor puede ser también mucho más amplia y promover conocimientos básicos sobre gestión financiera e información sobre tasas de interés e inflación.

A pesar de que la necesidad de proteger a los consumidores está ampliamente reconocida, Helms afirma que no hay un “consenso claro” en cuanto a cómo hacerlo, especialmente en los países en desarrollo. Sin embargo, una cosa está clara: los encargados de formular políticas no deberían apresurarse a la hora de aplicar medidas sin llevar a cabo una evaluación detallada de los costos y beneficios, tanto para los consumidores como para el sector financiero.

EN ESTA EDICIÓN:

- 2 Transferencias de dinero
 - 3 El compromiso de los resultados sociales
 - 3 Llamamiento para propuestas
 - 4 Las telecomunicaciones se vuelven micro
- PLUS** Planeador de Portfolio

Para más información sobre el debate a cerca de la protección al consumidor y las microfinanzas, por favor, véase la nota técnica de SEEP Network, Trust Through Transparency: Applicability of Consumer Protection Self-Regulation to Microfinance (marzo 2003), disponible en www.seepnetwork.org. La nota de enfoque n°27 de CGAP Protecting Microfinance Borrowers está disponible en www.cgap.org.

FRONTERAS E INNOVACIONES

La Creación de una Estrategia para Transferencias de Dinero

Parece obvio. Cuando un proveedor de microfinanzas en las Filipinas decidió ampliar su clientela ofreciendo un nuevo servicio de transferencias de dinero, recurrió a una compañía de transferencias monetarias que ya existía. Sin embargo, a pesar de que esta compañía instaló un programa informático de fácil manejo y mostró al personal de las sucursales rurales de la IMF cómo utilizarlo—todo libre de cargos—llamar a los servidores de la compañía desde las sucursales rurales resultó ser extremadamente caro, lo que originó que la relación en su conjunto no generara ningún beneficio.

Negociar acuerdos cuidadosamente, introducir paulatinamente relaciones comerciales y evitar las trampas de los contratos inflexibles y de exclusividad.

aprovechando un sistema de pago nacional, cumpliendo con estrictas normas contra el lavado de dinero, accediendo a divisas extranjeras. La clave, según el nuevo Estudio Especial de CGAP, es negociar acuerdos cuidadosamente, introducir paulatinamente una relación comercial y evitar las trampas de los contratos inflexibles y de exclusividad.

El Banco XAC de Mongolia, por ejemplo, limitó las transferencias monetarias a su sede central durante los primeros meses después de contratar este servicio. Allí, los directores del banco podían supervisar los costos más detenidamente y trabajar para conseguir que las transferencias fueran más eficientes. A medida que crecía el volumen de transferencias monetarias, el personal de XAC aprendió a llevar a cabo transacciones y el banco comenzó a ofrecer este servicio en muchas de sus sucursales rurales.

Socios

Además de las ya conocidas compañías de transferencias monetarias como Western Union o MoneyGram, los proveedores microfinancieros pueden ofrecer transferencias en asociación con bancos comerciales o instituciones no bancarias, como cooperativas de crédito y ahorro u oficinas de correos.

Las instituciones financieras con licencia pueden procesar transferencias de dinero a través de una red de pagos electrónica estableciendo relaciones de correspondencia con bancos en otros países o regiones. Esta puede ser una opción de bajo costo, según los expertos, los cuales señalan hacia una tendencia al “agrupamiento” según la cual, varias transacciones se podrían enviar al mismo tiempo, y posteriormente serían separadas y distribuidas a sus respectivos clientes en los lugares receptores.

La ONG India Adhikar, por ejemplo, está realizando un programa piloto de servicios de transferencias de dinero a nivel nacional para un gran número de migrantes que viajan del estado oriental de Orissa al

estado occidental del Gujarat. A pesar de que las transferencias bancarias se realizan regularmente entre Orissa y Gujarat, Adhikar descubrió que la mayoría de los migrantes no tienen cuentas bancarias y les resulta muy costoso acudir a una sucursal bancaria. La ONG actualmente recoge estas pequeñas transferencias y las canaliza a través de una cuenta en el Corporation Bank con presencia nacional. El servicio de agrupamiento hace que las transferencias de dinero sean más baratas, seguras y confiables para los clientes de microfinanzas.

Igualmente, sus amplias redes hacen que las cooperativas de crédito y las oficinas de correos sean una opción atractiva para los clientes de las microfinanzas. FAMA, una ONG nicaragüense, siguiendo esta idea, ha vinculado su sólida presencia urbana a la red nacional de cooperativas rurales, relacionando de esta forma a clientes de IMF con el mercado internacional de transacciones de dinero

Marketing

Sin embargo, contar con el sistema y los socios correctos puede que no sea suficiente para atraer nuevos clientes. FONKOZE, una IMF haitiana, aprendió esta lección cuando decidió lanzar su propio servicio de transferencias de dinero a bajo costo en cooperación con un banco comercial de los Estados Unidos. A pesar de que negoció términos atractivos con el banco y que generó el volumen de transacciones necesario para no tener pérdidas, las nuevas transferencias no produjeron el nivel suficiente de ganancias para invertir en la mejora del servicio, según afirmó la directora de FONKOZE Anne Hastings.

En vez de diseñar una costosa campaña de marketing, a la IMF se le ocurrió una manera innovadora de promover su marca y sus servicios en ambos extremos de la transferencia de dinero. Dado que el servicio de transferencias ofrecido por FONKOZE requiere que los clientes envíen un cheque a su banco asociado en los EE.UU.—el cual posteriormente envía los fondos a la IMF haitiana—los directores de FONKOZE sabían que necesitaban una campaña de marketing que pudiera convencer a posibles clientes para que cambiaran su comportamiento y no simplemente de proveedores del servicio.

Así es como surgió una campaña que fue ampliamente alabada en las sucursales de FONKOZE en Haití conocida como “Family days” (Días para la Familia). La IMF alquiló cibercafé y sus teléfonos pagando una tasa diaria y ofreció a los visitantes una llamada de teléfono gratuita de cinco minutos a los Estados Unidos. Los que no eran clientes también disfrutaron de llamadas gratuitas—a cambio de que utilizaran el dinero que se habrían gastado en una llamada para abrir una cuenta en la institución microfinanciera. El primer Día para la Familia generó más de 100 nuevas cuentas y muchas más referencias.



NOTICIAS Y EVENTOS



Más de 30 organizaciones hacen un llamamiento para una mayor atención a los resultados sociales

Al considerar que el desempeño financiero en sí mismo es una medida insuficiente para el éxito, más de 30 redes microfinancieras líderes, proveedores de servicios financieros, agencias de calificación y cooperantes se han comprometido a evaluar regularmente, gestionar más correctamente e informar sobre los resultados sociales de sus organizaciones y de las organizaciones que apoyan.

Las declaraciones del grupo llegan después de una serie de consultas que comenzaron en marzo. Durante la primera reunión, co-patrocinada por Argidius, CGAP, la Fundación Ford y el Grupo de Trabajo sobre Resultados Sociales, se mantuvieron conversaciones sobre una definición común para resultados sociales, una que incluya servir a un mayor número de pobres, profundizar el alcance a los más pobres y mejorar la vida de los clientes y sus comunidades.

Syed Hashemi, quien lidera la iniciativa sobre resultados sociales en CGAP, afirma que se han producido interesantes acontecimientos en el campo durante los últimos dos años. Estos incluyen el trabajo de gestión de desempeño social en el programa ImpAct, el desarrollo de una herramienta para evaluar los resultados sociales en Cerise, las pruebas de CGAP sobre los indicadores para rastrear cambios en el bienestar social y económico de los clientes, tarjetas de puntuación de pobreza de Prizma y la Fundación Grameen, los esfuerzos de M-Crill para incorporar los resultados sociales como un elemento en su calificación de riesgo, al igual que los programas de MicroSave Africa, del Centro de Microfinanzas, entre otros.

Basándose en este trabajo, Argidius, Ford y CGAP están co-patrocinando un taller de un día completo sobre resultados sociales en Washington, D.C., que tendrá lugar el 24 de octubre. El taller se basará en el consenso alcanzado en la reunión de París y desarrollará un plan de trabajo para el próximo año.

Para leer las declaraciones del Grupo de Trabajo sobre Resultados Sociales, véase www.triasngo.be.

CGAP abre el Centro de Microfinanzas de Asia Central

El recientemente inaugurado Centro de Microfinanzas para Asia Central ofrecerá los servicios de asesoría y herramientas de CGAP a los encargados de las políticas y microfinancieros en Kazajstán, Uzbekistán, Kirgystán y Tayikistán.

La directora del centro, Olga Tomilova y el especialista de CGAP en Washington, D.C., Martin Holtman afirmaron que el centro forma parte de un enfoque regional para ofrecer servicio técnico y trabajar junto con sus homólogos regionales para encontrar aplicaciones prácticas para la buena práctica del sector.

El centro con base en Almaty se inauguró el 15 de julio. Más de 60 personas atendieron al evento, entre ellas representantes del Banco Central de Kazajstán, la Asociación de Instituciones Microfinancieras de Kazajstán, el Centro Microfinanciero de Varsovia y varias agencias de cooperación.



SERVICIOS DE CGAP

Llamado de la ue/acp para formular propuestas

El Programa Marco sobre Microfinanzas, una iniciativa conjunta de la Unión Europea y los países ACP (africanos, caribeños y del Pacífico), ha emitido un llamado para formular propuestas que refuercen la capacidad institucional de los actores microfinancieros en los países ACP. El programa busca propuestas de proveedores de servicios financieros, técnicos y empresariales.

El Programa Marco de Microfinanzas trabaja para aumentar el acceso a los servicios financieros de los países ACP. Antonique Koning, una especialista en microfinanzas contratada por CGAP, coordina la iniciativa. CGAP también gestiona un fondo de para la calificación de instituciones microfinancieras el que está co-financiado por el Programa y el Banco Interamericano de Desarrollo.

Para más información sobre el Programa Marco sobre Microfinanzas y su llamado para formular propuestas, véase www.euacpmicrofinance.org.

CGAP y FENU ofrecen capacitación a inversionistas y cooperantes de MONA

Desde el 11 hasta el 15 de diciembre, CGAP y la Unidad Especial de FENU para las Microfinanzas liderarán un curso de capacitación para personal de agencias de cooperación e inversionistas sociales, que estén trabajando en el Medio Oriente y el Norte de África. El curso de 5 días, el cual también está abierto para los encargados de las políticas de la región, tendrá lugar en Amman, Jordania.

El curso titulado "Forjando sistemas financieros que sirvan a los pobres: cómo los cooperantes pueden marcar la diferencia" hablará sobre las tendencias actuales en las microfinanzas y explorará maneras prácticas de identificar y diseñar inversiones microfinancieras. Los participantes del curso también tendrán la oportunidad de visitar instituciones financieras y clientes de microfinanzas.

La fecha límite para registrarse es el 20 de noviembre y lo puede hacer a través de la página web cgap.org, donde encontrará más información sobre el curso. Por favor, tenga en cuenta que el curso se impartirá en inglés.

La iniciativa de ahorros a toda máquina

CGAP ha publicado evaluaciones sobre la movilización de pequeños depósitos en Benin, las Filipinas y México. Las evaluaciones, basadas en investigaciones detalladas sobre cada uno de los países, examinan la demanda de servicios de pequeños depósitos entre clientes de bajos ingresos y la capacidad del sistema financiero de satisfacer esta demanda a tres niveles: el de las instituciones financieras (micro), la infraestructura de apoyo de segundo piso (meso) y las políticas (macro). Cada evaluación concluye con sugerencias sobre como mejorar la calidad y la cantidad de los servicios de pequeños depósitos disponibles a los hogares pobres y de bajos ingresos. Estas y otras publicaciones pueden encontrarse en el Centro de Recursos de Información sobre Ahorros (Savings Information Resource Center) www.cgap.org/savings.

Extractos de la Declaración Pro-Consumidor, adoptada a finales de 2004 por ACCIÓN Internacional y las instituciones afiliadas a la Red de MicroFinanzas

Principios

1. **Servicios de calidad.** Los miembros de la Red tratarán a cada cliente con dignidad y respeto. Los afiliados proveerán servicios de manera ágil y oportuna.
2. **Precios transparentes.** Los miembros de la Red entregarán a sus clientes información completa y comprensible sobre el costo real de los servicios de crédito, de otras transacciones y sobre cuánto reciben por concepto de ahorro.
3. **Precios justos.** Los miembros de la Red establecerán precios justos por sus servicios. Sus tasas no generarán ganancias excesivas, pero serán suficientes para garantizar la permanencia de la institución y para ampliar la cobertura a más personas.
4. **Evitar el sobreendeudamiento.** Con el fin de evitar el sobreendeudamiento de los clientes, los miembros de la Red no prestarán más de lo que ellos pueden rembolsar.
5. **Prácticas de cobranza apropiadas.** Conscientes de que las prácticas de cobranza tienen que ser enérgicas hacia los clientes morosos, los miembros de la Red los tratarán con dignidad y no los privarán de sus necesidades básicas como resultado de actividades de cobranza.
6. **Privacidad de la información del cliente.** Los miembros de la Red protegerán la privacidad de la información de sus clientes sin divulgarla a otras entidades que no estén autorizadas.
7. **Comportamiento ético de los empleados.** Los miembros de la Red asegurarán que sus empleados mantengan niveles de profesionalismo elevado, para evitar conflictos de intereses y comportamientos no éticos, especialmente aquellos que puedan generar daños a sus clientes (como los sobornos). Los empleados que no respeten estas normas serán sancionados.
8. **Mecanismos de retroalimentación.** Los afiliados de la Red mantendrán canales de comunicación con sus clientes, para que éstos puedan ofrecer comentarios a la institución sobre la calidad del servicio. Estos canales incluyen mecanismos personalizados que respondan ante las quejas de los clientes.
9. **Integrar políticas pro-consumidor en las operaciones de la institución.** Los miembros de la Red enfocarán sus servicios con la óptica pro-consumidor mediante cursos de capacitación para sus empleados, sistemas de incentivos, educación financiera para los clientes y programas de satisfacción a los clientes, entre otros.

Visite www.microfinancegateway.org para más información sobre el tema de esta edición. Para información en árabe, visite www.arabic.microfinancegateway.org y para francés vaya a www.lamicrofinance.org