



Oportunidades y obstáculos para la inclusión financiera



Oportunidades y obstáculos para la inclusión financiera

Informe de la encuesta

Anita Gardeva
Elisabeth Rhyne

Julio 2011



**CENTER FOR
FINANCIAL INCLUSION**
AT ACCION INTERNATIONAL

Contenido

Prólogo: una encuesta para suscitar el diálogo sobre la inclusión financiera	1
Una visión de inclusión financiera plena	1
La voz de la industria	1
Agradecimientos	2
Introducción: los participantes se expresan acerca de la inclusión financiera y la brecha entre proveedor y cliente	5
1. Las partes y la totalidad de la inclusión financiera	6
2. Del dicho al hecho hay mucho trecho. La agenda de siete puntos de acción	7
3. Acerca de la encuesta y de este informe	8
Parte I. Mensajes principales de las diez clasificaciones más altas	10
1. La inclusión financiera requiere de clientes con educación	10
2. Si deseamos satisfacer las necesidades de los clientes, necesitamos entenderlos	11
3. La banca móvil y los bancos corresponsales prometen cambios radicales en costo y alcance	12
4. El desarrollo de instituciones eficaces nunca pasa de moda (es la prioridad perenne)	14
5. No podemos posponer más la acción en los burós de crédito	15
6. La protección al cliente es una respuesta a las crisis microfinancieras. ¿Hay otras?	15
7. Aquí está una industria que realmente desea más (y mejor) regulación	17
8. La financiación y la transformación no son tan apremiantes como lo eran antes (y otros puntos en el medio de la clasificación)	19
9. Desaprobación de las intervenciones gubernamentales directas	20
Parte II. Lo que piense usted depende de su ubicación – Respuestas de grupos interesados	21
1. Los proveedores de servicios financieros miran el lado práctico	22
2. Los inversionistas ven el mundo en términos de riesgo	23
3. Las organizaciones de apoyo toman en cuenta la misión social	25
4. Una nota sobre reguladores y donantes	26
Parte III. Oportunidades similares, obstáculos diferentes – Respuestas por región	28
1. África: ¿se saltará la banca móvil los retos de la infraestructura?	28
2. Asia: una mezcla de distintos mercados de microfinanzas	29
3. América Latina y el Caribe: diferentes subregiones enfrentan diferentes realidades	30
4. Otras regiones: el Medio Oriente y África del Norte; Europa Oriental y Asia Central	34
Apéndices	
I. Los puntos de la encuesta y sus definiciones	36
II. La encuesta y quién la tomó	38

III. Resultados de las tres preguntas más importantes	41
IV. Resultados por grupo de interés	42
V. Resultados por región	44

Tablas

Tabla 1.	Resultados de la encuesta: clasificaciones generales	4
Tabla 2.	Resultados de la encuesta: oportunidades por grupo de interés	21
Tabla 3.	Resultados de la encuesta: obstáculos por grupo de interés	22
Tabla 4.	Resultados de la encuesta: África	29
Tabla 5.	Resultados de la encuesta: Asia	30
Tabla 6.	Resultados de la encuesta: India	32
Tabla 7.	Resultados de la encuesta: América Latina	33
Tabla 8.	Resultados de la encuesta: México	35
Apéndice Tabla 1.	Definiciones: oportunidades	36
Apéndice Tabla 2.	Definiciones: obstáculos	37
Apéndice Tabla 3.	Resultados de la encuesta: respuestas a las tres preguntas más importantes	41

Figuras

Apéndice Figura 1.	Encuestados por industria	38
Apéndice Figura 2.	Encuestados por región	39
Apéndice Figura 3.	Resultados de la encuesta: oportunidades por grupo de interés	42
Apéndice Figura 4.	Resultados de la encuesta: obstáculos por grupo de interés	43
Apéndice Figura 5.	Resultados de la encuesta: oportunidades en África	44
Apéndice Figura 6.	Resultados de la encuesta: obstáculos en África	45
Apéndice Figura 7.	Resultados de la encuesta: oportunidades en Asia	46
Apéndice Figura 8.	Resultados de la encuesta: obstáculos en Asia	47
Apéndice Figura 9.	Resultados de la encuesta: oportunidades en América Latina	48
Apéndice Figura 10.	Resultados de la encuesta: obstáculos en América Latina	49

Prólogo: una encuesta para suscitar el diálogo sobre la inclusión financiera

La inclusión financiera ha obtenido una atención cada vez mayor en círculos interesados en el desarrollo. Las personas encargadas de generar políticas y los banqueros centrales de todo el mundo se reúnen en foros como la Alianza para la Inclusión Financiera (Alliance for Financial Inclusion - AFI) y la Asociación Mundial del G-20 para la Inclusión Financiera para tratar el tema de cómo desarrollar sistemas económicos que sean más inclusivos financieramente. Mientras tanto, la industria microfinanciera está reconsiderando su papel. Los participantes de la industria reconocen la importancia de ir más allá del crédito hacia una visión desarrollada de la inclusión financiera que fomente el acceso a una gama de servicios. Al mismo tiempo, los avances en Andhra Pradesh y en otros lugares críticos de la industria, la impulsan a volver a enfocar su propósito y sus métodos.

Una visión de inclusión financiera plena

El Centro para la Inclusión Financiera (Center for Financial Inclusion – CFI), mediante su proyecto Inclusión Financiera 2020, presenta una visión integral de los componentes que se necesitan para hacer realidad la inclusión financiera *plena*:

La inclusión financiera plena es un estado en el que todas las personas pueden tener acceso a una gama amplia de servicios financieros de calidad, proporcionados a precios asequibles, de manera conveniente y con dignidad para los clientes. Una gama de proveedores, en su mayoría privados, prestan los servicios financieros. Estos servicios llegan a todos los que puedan utilizarlos, incluyendo a los discapacitados, a las personas de bajos ingresos y a las poblaciones rurales.

La encuesta intenta suscitar el diálogo acerca de lo que es la inclusión financiera y cómo lograrla. Identifica las diferentes piezas que se necesitan para armar el rompecabezas, con la confianza de que aquellos que trabajan para lograr la inclusión financiera puedan, de manera conjunta, tomar medidas que reduzcan significativamente la exclusión financiera para el año 2020.

La voz de la industria

La AFI, una organización basada en su membresía, que reúne a reguladores de aproximadamente 80 países del hemisferio sur, publicó en 2010 una encuesta que pedía a sus miembros que abordaran el tema de las tendencias y los problemas de la inclusión financiera.¹ Los resultados fueron interesantes y valiosos, y nos inspiraron a saber lo que los proveedores pudieran decir sobre los mismos temas. “Microfinance Banana Skins”, que mostró cómo las clasificaciones pueden crear un punto focal para el diálogo, también nos influyó.²

Esta encuesta evalúa los puntos de vista de 301 participantes de la industria de todo el mundo. Los encuestados son proveedores de servicios financieros, inversionistas y miembros de organizaciones de apoyo, con voz fuerte en el sector de microfinanzas. La encuesta no es rigurosamente científica. Sin embargo, la combinación

1. Alliance for Financial Inclusion, “The 2010 AFI Survey Report on Financial Inclusion Policy in Developing Countries,” 2010, www.afi-global.org.

2. David Lascelles and Sam Mendelson, “Microfinance Banana Skins 2011: Losing its Fairy Dust,” The CSFI Survey of Microfinance-Risk, The Centre for the Study of Financial Innovation, February 2011.

de las clasificaciones con los comentarios escritos de los encuestados proporcionan una visión profundamente esclarecedora de las opiniones que prevalecen en la industria. Los resultados deben de considerarse como indicativos, en vez de concluyentes, ya que son consistentes con el objetivo principal de la encuesta de desencadenar el diálogo y el debate.

Agradecimientos

Los autores agradecen sinceramente a todas las personas que terminaron la encuesta (y a los pocos que intentaron terminarla pero que se sintieron obstaculizados por la tecnología). Agradecemos a nuestro comité de revisión, que fue muy generoso al ofrecer su tiempo y que no es responsable por ninguna deficiencia, por sus valiosas ideas para interpretar los resultados: Philip Brown, Alfred Hannig, Kate Lauer, Marten Leijon y Daniel Rozas. El apoyo de Jonathan Pattee y de Carol Siegel en la producción fue esencial para poder presentar los resultados. Finalmente, agradecemos el generoso apoyo financiero de ACCION International y de Credit Suisse, los patrocinadores fundadores del Centro para la Inclusión Financiera, por hacer posible la investigación, y a Citi Foundation por apoyar las mesas redondas y las presentaciones que llevarán adelante el mensaje de la encuesta.

Tabla 1. Resultados de la encuesta: clasificaciones generales

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Educación financiera (66)	1 Educación financiera limitada (57)
2 Expandir la gama de productos (65)	2 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas (54)
3 Burós de crédito (60)	3 Enfoque monoprodueto de las microfinanzas (52)
3 Banca móvil (celular) (60)	4 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (52)
5 Regulación de protección al cliente (59)	5 Interferencia política (51)
6 Generar capacidades para las microfinancieras (55)	6 Falta de burós de crédito (48)
7 Instituciones de inclusión financiera plena (51)	7 Estructuras de costos de productos (48)
8 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (48)	8 Marco regulatorio inadecuado para las instituciones de microfinanzas (46)
9 Bancos corresponsales (47)	9 Infraestructura insuficiente (44)
10 Demanda de mejor información (38)	10 Protección inadecuada al cliente (42)
11 Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas (no en efectivo) (35)	11 Prácticas deficientes de negocios (41)
12 Establecer contacto con grupos nuevos de clientes (34)	12 Costos de abrir/operar agencias (39)
13 Competencia (32)	13 Infraestructura legal débil (32)
13 Regulación y supervisión (32)	13 Falta de cooperación entre las redes (32)
15 Documentación de identificación nacional (31)	15 Conocimiento limitado de proveedores existentes (28)
15 Banca móvil (agencias) (31)	15 Financiación inadecuada (28)
17 Grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas (31)	17 Crecimiento insostenible (28)
17 Expansión y mejoramiento de las asociaciones de microfinanzas (31)	18 Nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial (27)
19 Transformación de microfinancieras (27)	19 Ambiente no favorable a los negocios (27)
20 Desarrollo de mercados de inversión (24)	20 Regulación rezagada en cuanto a la tecnología (25)
21 Fomentar que los bancos comerciales bajen de nicho (22)	21 Prioridades de regulación financiera (24)
22 Garantías y reforma de las operaciones garantizadas (20)	21 Falta de información demográfica sobre las personas excluidas (24)
23 Autorregulación (18)	23 Impacto de la inclusión financiera (23)
24 Ahorros incentivados o planes de transferencias en efectivo (17)	24 Requisitos de documentación (22)
25 Proveedores no tradicionales (15)	25 Falta de interés en proveedores y gestores de políticas públicas (22)
26 Enlazar las transferencias gubernamentales a las cuentas de ahorro (14)	26 Voz débil de la industria (20)
26 Venta cruzada y productos agrupados (14)	27 Falta de confianza en instituciones financieras (19)
28 Mandatos para crear cuentas de depósito sin complicaciones (12)	28 Riesgo de clientes (17)
29 Reforma de bancos estatales (9)	29 Imagen negativa ante la prensa (17)
30 Créditos dirigidos/seccionales (4)	30 Poblaciones transitorias, migrantes, desplazadas (10)

Nota: n = 301. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez puntos principales.

Introducción: los participantes se expresan acerca de la inclusión financiera y la brecha entre proveedor y cliente

Esta encuesta da a conocer a participantes de la industria de las microfinanzas que buscan aceptar cambios potencialmente radicales. Las respuestas demuestran el cambio y la incertidumbre en las microfinanzas de hoy, que surgen principalmente de dos tendencias que están desestabilizando la sabiduría convencional del sector.

- Primero, a medida que país tras país experimenta crisis por el sobreendeudamiento del cliente, las instituciones microfinancieras están enfrentando críticas sin precedentes (incluyendo autocríticas). Las acciones antimicrofinancieras del gobierno estatal de Andhra Pradesh han sacudido a todo el sector de microfinanzas hindú, con secuelas que se han sentido en toda la industria mundial.
- Al mismo tiempo, un tanto irónicamente, la inclusión financiera está ahora de moda. El G-20 ha iniciado compromisos de inclusión financiera. Los bancos centrales y los ministerios de finanzas de todos los países en desarrollo están poniendo en marcha políticas nacionales de inclusión financiera.

Como resultado de la primera tendencia, los actores de la industria están poniendo en duda presunciones anteriores sobre el enfoque exacto en cuanto al crecimiento y al crédito que han dominado las microfinanzas. Como resultado de la segunda tendencia, están, quizás por primera vez, intentando definir la inclusión financiera y cómo se relaciona con las microfinanzas.

En búsqueda del camino a seguir, los 301 participantes encuestados representados aquí regresaron a su punto de partida: los clientes. Para resumir el mensaje principal de la encuesta, estamos tentados a revisar el famoso eslogan de la campaña de Bill Clinton y decir: “*Son los clientes, estúpido*”.

El regreso a los clientes se refleja en varias de las oportunidades y obstáculos identificados en la encuesta, comenzando con los puntos, que en forma convincente, ocupan los primeros lugares, tanto en la lista de oportunidades como en la de obstáculos: educación financiera/educación financiera limitada (Tabla 1). “El énfasis de los últimos diez años en la ganancia y el éxito de las Instituciones de Microfinanzas (IMF) ha sido importante para aumentar las microfinanzas, pero también ha correspondido con una falta de atención a las necesidades del cliente y a sus beneficios mensurables más allá de solamente el negocio repetido”, escribe Tom Coleman, un inversionista.

La lectura de las primeras clasificaciones y de muchos comentarios de la encuesta crea la siguiente narrativa: por mucho tiempo, las microfinanzas se han enfocado demasiado en un solo producto de crédito (Obstáculo 3). Esto ha puesto a la industria en riesgo de interferencia política (Obstáculo 5). Debemos entender las necesidades de los clientes (Obstáculo 4 y Oportunidad 10), para poder ampliar la gama del productos (Oportunidad 2), y necesitamos asegurarnos de que los clientes reciban educación (Oportunidad 1) para tener conocimientos financieros (Obstáculo 1) y usar los servicios financieros en forma segura y beneficiarse de ellos.

Al mismo tiempo, los participantes se dan cuenta de que ellos no necesariamente saben cómo satisfacer las necesidades de los clientes, clasificando el desarrollo de la capacidad de las instituciones microfinancieras como el segundo obstáculo y la sexta oportunidad.

Los sucesos recientes del sector han revelado un abismo entre proveedores y clientes. Hace solamente unos cuantos años, los profesionales de las microfinanzas estaban seguros de que satisfacían las necesidades de sus clientes. Hoy en día, sin embargo, reconocen que se habían concentrado mucho en sus propias operaciones y en lo que sabían proveer, y no se habían enfocado lo suficiente en lo que realmente beneficiaba a los clientes. Percibieron una brecha que no están seguros cómo eliminar. Este tema, la brecha entre proveedores y clientes, vuelve a aparecer en múltiples lugares en todos los resultados de la encuesta. Se encuentra plasmado en forma aguda en el siguiente comentario de Mercedes Canalda, la vice presidenta ejecutiva de ADOPEM, un banco de microfinanzas de la

República Dominicana: “Frecuentemente uno no sabe cómo tratar las necesidades específicas de los clientes en la etapa y el momento de sus vidas”.

1. Las partes y la totalidad de la inclusión financiera

El Centro para la Inclusión Financiera define inclusión financiera como un estado en el que todas las personas pueden tener acceso a una gama amplia de servicios financieros de calidad, proporcionados a precios asequibles, de manera conveniente y con dignidad para los clientes. Se añade que una gama de instituciones, en su mayoría privadas, prestan estos servicios. Y, expresando los resultados de esta encuesta, por este medio amplía su definición para señalar que la inclusión plena requiere que los clientes de estos servicios tengan conocimientos de finanzas.

Tal definición puede parecer bastante obvia y no controvertida, pero el CFI pone énfasis en la definición porque el término “inclusión financiera” se usa frecuentemente para referirse a piezas específicas de un rompecabezas como si fueran sinónimos con la totalidad. La encuesta pide a los encuestados que imaginen lo que podríamos desear ver si se alcanzara la inclusión plena en esta década. Esa visión se apoya en cinco pilares: 1) una gama completa de productos, 2) proporcionados con calidad, 3) que se presten a todos aquellos que puedan hacer uso de los servicios, 4) en un mercado diverso y competitivo, 5) a una clientela informada. Si uno tiene en cuenta los cinco pilares como la meta final, puede ser más fácil ver que el éxito en un área, como la expansión rápida de un producto, solamente puede causar los beneficios sociales y económicos deseados si están acompañados por el progreso en las otras áreas.

El reflexionar acerca de estos pilares nos conduce a las brechas que existen tanto en el aspecto cuantitativo (clientes excluidos) como en el cualitativo (clientes actuales con servicios deficientes). Con respecto a la cantidad, las respuestas de la encuesta estuvieron sorprendentemente refrenadas sobre el ponerse en contacto con grupos nuevos de clientes, clasificando esta posibilidad solamente como 12.º en la lista de oportunidades (Tabla 1). Los comentarios revelan una diversidad de prioridades para establecer con-

tacto. Los grupos todavía excluidos mencionados incluyen “jóvenes, mujeres, personas en áreas rurales de difícil acceso”, “la mitad superior de los 1.4 miles de millones de personas de la mitad inferior de los miles de millones de personas de mayor necesidad”, las personas de muy bajos ingresos, y personas a las cuales no se puede llegar en la actualidad por ser el costo muy elevado. Uno percibe solamente una leve indicación de que quizás los encuestados se sienten displicentes con respecto a grupos nuevos debido a la falta de modelos de negocios para llegar a ellos en forma exitosa.

Con respecto a la calidad, los encuestados reiteraron el tema de las necesidades del cliente. Parecieron avalar una visión de inclusión financiera plena que trate tanto la exclusión total como la falta de inclusión en la que las personas reciben servicios limitados o inadecuados. Dada la ubicuidad de los servicios informales y semiformales, pocas personas son las que no tienen ningún servicio financiero, pero muchas usan servicios que son riesgosos, inconvenientes, costosos y algunas veces dañinos. Se observaron claramente los mensajes sobre la calidad en las clasificaciones, sugiriendo que la búsqueda de la inclusión financiera debe incluir un enfoque fuerte no solamente en los números alcanzados, sino también en la gama de servicios proporcionados (Oportunidades 2 y 7, Obstáculo 3), el grado en el que responden a las necesidades del cliente (Oportunidad 10, Obstáculo 4) y la capacidad de los clientes de hacer buen uso de los servicios a través de sus propias habilidades financieras (Oportunidad 1 y Obstáculo 1). Más aún, las respuestas indicaron que la calidad, definida de una manera amplia, está estrechamente ligada a la búsqueda de nuevos clientes. Si los problemas de calidad se tratan de manera adecuada, se atraerá a más personas al uso de servicios financieros.

Los pilares de la inclusión financiera señalados previamente, también generan interés en el hecho de que la estructura del mercado —que es la entidad que proporciona los servicios— tendrá un efecto enorme en cuán bien se atienden a los clientes. Los encuestados apoyan reglamentos que establezcan un mercado ordenado, especialmente uno que proteja a los clientes (Oportunidad 5) y que haga espacio para instituciones más pequeñas y especializadas que presten servicios a las personas de bajos ingresos

(Oportunidad 8). Ellos no favorecen intervenciones gubernamentales directas en el mercado, clasificando tales puntos al final de la lista (ver la Parte I, Sección 9).

El reto de la inclusión financiera plena es muy abrumador para abordar de inmediato. Sin embargo, la perspectiva de la inclusión plena con sus pilares ayuda a identificar las ventajas y desventajas involucradas al tomar las decisiones inevitables. Nicole Pasricha, escribiendo desde una organización de apoyo señala:

Clasificar los retos en orden de prioridad también depende en nuestras prioridades. Si queremos que toda persona de bajos ingresos tenga una cuenta bancaria simple, quizás deberíamos enfocarnos en eliminar las barreras al empleo de agentes y la apertura de cuentas además de enfocarnos en la educación. Pero si estamos interesados en ampliar el financiamiento de pequeñas y medianas empresas (PYMES) para observar un crecimiento económico real en un país, quizás necesitamos observar los burós de crédito y otros problemas del ambiente operativo. Quizás haya una equivalencia con el cuidado de la salud: ¿deseamos que todos puedan tener un examen médico? o ¿debemos invertir en los tratamientos médicos más recientes?

Su comentario también sugiere una variedad de expectativas de beneficios máximos que motivan el fomento de la inclusión financiera. ¿Cómo tratamos la proliferación de posibilidades?

2. Del dicho al hecho hay mucho trecho. La agenda de siete puntos de acción

El CFI llevó a cabo esta encuesta buscando domar la bestia de muchas cabezas que es la inclusión financiera. Tuvimos dificultad en reducir las listas de oportunidades y obstáculos a solamente 30 en cada una de ellas. Esperamos que la sabiduría de la multitud traiga orden a las muchas posibilidades.

Estamos complacidos en determinar, con los resultados de la encuesta, que las oportunidades mejor clasificadas y sus obstáculos correspondientes definen una agenda de acción integral (Tabla 1). En

la siguiente lista, los primeros diez puntos han sido re combinados ligeramente para reducir la superposición. El resultado es una lista de siete puntos que trata cada uno de los campos principales para un proceso que alcance la inclusión financiera en el lapso de una década. Es una receta con una combinación balanceada de siete ingredientes clave:

1. Educación financiera
2. Gama de productos, explicada entendiendo las necesidades del cliente
3. Canales de entrega mejorados por la tecnología
4. Burós de crédito
5. Protección al cliente
6. Desarrollo de la capacidad institucional
7. Un marco regulatorio sólido

Como se observó al principio de este informe, los puntos a tratar comienzan con los clientes —específicamente, su entendimiento de los servicios financieros— y una oferta de producto con información de lo que ellos desean. Luego se pasa a los medios de entrega, a través de interesantes canales nuevos y con el desarrollo continuo de instituciones proveedoras. Dos rubros que pueden no haber estado presentes en el pasado reflejan la experiencia reciente de crisis en las microfinanzas: burós de crédito y protección al cliente. Junto con el último punto, la regulación sólida, estos tres rubros tratan la necesidad de un ambiente propicio que ayude al sistema como conjunto para trabajar sin dificultad y para el beneficio máximo de los clientes.

La siguiente sección de este informe interpreta los mensajes asociados con cada uno de estos puntos, analizando las respuestas con perspectivas que vienen de comentarios escritos. Esto, sin embargo, es solamente el comienzo. El objetivo es que estos mensajes formen las bases para un diálogo adicional. Las clasificaciones plantean más preguntas que respuestas, así que hay mucho por tratar:

- ¿Por qué todos los grupos interesados clasifican la educación y los conocimientos financieros tan alto? ¿Quiénes tienen la responsabilidad de educar a los clientes? ¿Cómo es que los conocimientos afectan qué servicios usan los clientes?
- ¿Por qué la industria considera el entendimiento limitado de los clientes como un obstáculo muy

importante? ¿Refleja esto realmente la carencia de información o hay una falta de modelos para tratar las necesidades de los clientes? ¿Qué investigación aumentaría el entendimiento?

- ¿Qué impide una mayor gama de productos? ¿Es la información acerca de los clientes la pieza que falta o el costo del proveedor? ¿O quizás sea el marco regulatorio? ¿Cómo es que la competencia juega un papel en ampliar/mejorar la gama de productos?
- ¿Pueden los burós de crédito prestar servicios a clientes nuevos y de bajos ingresos? ¿Por qué no hay más actividad para resolver los problemas para establecer burós de crédito? ¿Qué grupos interesados pueden tomar la iniciativa?
- ¿Pueden los burós de crédito en combinación con la protección al cliente impedir crisis futuras con respecto al sobreendeudamiento?
- ¿Pueden el banco corresponsal y la banca móvil ir más allá de su actual geografía limitada? ¿Son estos avances antagonistas o facilitadores para las entidades que proporcionan servicios financieros en pequeña escala como las IMF?
- ¿Cómo se modificó la agenda de desarrollo de capacidad para tratar los retos actuales?

El diálogo adicional también agudizará mensajes específicos para reguladores, inversores y proveedores, como se trató en la Parte II de este informe, y para regiones específicas, como se presentó en la Parte III.

3. Acerca de la encuesta y de este informe

Para llevar a cabo esta encuesta, el Centro para la Inclusión Financiera buscó contactos en los sectores de las microfinanzas y de la inclusión financiera, y les presentó dos listas: una lista de oportunidades y una de obstáculos. Cada una de las listas contiene 30 puntos. Las listas surgieron de un intercambio de ideas interno del personal del proyecto 2020 de Inclusión Financiera del CFI sobre los componentes clave necesarios para alcanzar la meta de la inclusión financiera, para luego ser examinadas por un número de expertos. En el proceso, se añadieron algunos puntos, otros se sacaron y algunos se consolidaron. Aprendimos que no existe la lista perfecta para un tema tan complejo como la inclusión financiera. Sin embargo, los puntos presentados en la encuesta re-

flejan la mayor parte de los elementos que aparecen en conversaciones actuales de inclusión, a pesar de que el modo de expresarse y la manera en que se combinaron puntos individuales sin duda afectan los resultados. La encuesta se presentó en inglés, español y francés, y estuvo disponible desde fines de enero hasta comienzos de marzo de 2011. Hubo 301 respuestas completas, que conforman la base de los resultados aquí presentados (ver el Apéndice II para obtener más información).

Para completar la encuesta, los encuestados seleccionaron diez puntos de cada lista que consideraron que eran las oportunidades u obstáculos más importantes para lograr la inclusión financiera plena. Para obtener la clasificación general presentada en la Tabla 1, llevamos la cuenta del número de personas que incluyeron un punto dado entre sus diez puntos más importantes. De este modo, 199 personas colocaron la educación financiera entre sus primeros diez puntos (66 por ciento de todos los encuestados), convirtiendo la educación financiera en la 1.º oportunidad clasificada.³

La sección siguiente (Parte I) de este informe analiza estos resultados generales, yendo usualmente de las oportunidades mejor clasificadas a las de clasificación más baja (y sus obstáculos complementarios). Debido a que estos puntos se interconectan, no es necesario tratar los temas de los 60 puntos por separado. El análisis de la Parte I toca casi todos los puntos, aun si lo hace brevemente.

Un aspecto importante de la encuesta es cómo da a conocer las diferencias de enfoque entre encuestados en los diferentes segmentos de la industria (Parte II) y de los países (Parte III). Tres grupos principales de la industria completaron la encuesta: proveedores de servicios financieros regulados y no regulados (26 por ciento), inversionistas (16 por ciento) y organizaciones de apoyo (40 por ciento, incluyendo redes, consultores, proveedores de ayuda técnica, etc.). El

3. La encuesta también solicitó a los encuestados que seleccionaran tres puntos prioritarios de su lista personal donde incluyeron sus diez primeros puntos. Estos resultados no difirieron sustancialmente de los diez puntos prioritarios en la clasificación, y por lo tanto el debate en este estudio se enfoca principalmente en las diez clasificaciones más altas, excepto cuando se señale lo contrario. Los tres resultados más altos se presentan en el Apéndice Tabla 3.

restante 18 por ciento incluye donantes, académicos, organismos de control y otros, con un número insuficiente de respuestas en cualquier grupo determinado como para ser tratado en forma separada (ver el Apéndice Figura 1). Regionalmente, el grupo más grande fue del norte global (Europa Occidental, los Estados Unidos y Canadá), 43 por ciento de todos los encuestados. El restante 57 por ciento de encuestados estaba bastante dispersado en América Latina (23 por ciento), al sur y al este de Asia (14 por ciento), África (12 por ciento) y unos cuantos del Medio Oriente, Europa Oriental y Asia Central (ver Apéndice Figura 2). Las Partes II y III exploran las diferencias entre estos grupos. Es importante observar que las voces de organizaciones de apoyo y de personas de los países más desarrollados influyen conside-

rablemente la clasificación general presentada en la Tabla 1 y en la Parte I. Como verán, sin embargo, mientras que existen preocupaciones especiales por grupo y región, hay también muchas áreas fuertes de acuerdo en toda la industria.

La intención de este informe es la de ser usado como material de referencia. Se invita a los lectores a asimilar los mensajes principales de la Parte I y luego tener la libertad de saltar a temas específicos o áreas geográficas de interés. Las Partes II y III han sido escritas como mini informes independientes. Consulte los Apéndices para obtener definiciones completas de puntos de la encuesta, tablas de resultados ampliadas y detalles adicionales de metodología de la encuesta y de los encuestados.

Parte I. Mensajes principales de las diez clasificaciones más altas

1. La inclusión financiera requiere de clientes con educación

La educación financiera y los conocimientos financieros están, absolutamente, en el nivel superior de las

tablas de esta encuesta. Como Lindsay Gleason de ACCION escribe: “La educación financiera es una de las mejores maneras de capacitar a los trabajadores de bajos ingresos (y franca-

mente a todos nosotros) para que tomen control de sus vidas financieras, lo cual tiene un efecto dominó en todas las áreas de sus vidas”.

Los encuestados consideran la educación financiera como el factor que facilita la apertura a otras dimensiones clave de la inclusión financiera:

- Protección al cliente: “Las opciones sin educación son peligrosas y crean oportunidades para sacar ventaja de las personas de bajos ingresos. Empujar a los clientes a comprometerse a algo que no conocen lo suficiente refuerza la idea de que no se puede confiar en las instituciones financieras”, continúa Gleason.
- Prevenir el sobreendeudamiento: “Los burós de crédito y otros mecanismos sin conocimientos financieros no funcionan. Los clientes se sobreendeudarán buscando a proveedores de servicios financieros informales”, declara Ngeth Chou, un proveedor de servicios financieros regulados de Cambodia.
- Desarrollo de nuevos productos: “La educación financiera es muy importante para ampliar la gama de productos, y para que el uso de los productos sea bien entendido por cliente final”, expresa José Luís Aguela, miembro de una organización de apoyo de Perú.
- Llegar a los clientes de bajos ingresos: “En países como los nuestros con escuelas de calidad muy baja, es importante concientizar a las personas con respecto al buen manejo del dinero, incluyendo ahorros, crédito, manejo del ingreso, etc.”, escribe Teresa Rivarola de Vellila, una proveedora paraguaya.

Las personas pueden señalar la educación financiera como una solución lista para usarse en otros problemas. Cuando los proveedores desarrollan productos que ellos consideran valiosos pero cuya aceptación es baja, pueden buscar una explicación en la falta de conocimiento de los clientes. Marten Leijon de MIX (y miembro de nuestro comité de revisión) advierte que la educación financiera no es un punto de partida para la inclusión, pero si acompaña cambios de modelos de negocios “puede ser una condición necesaria para lidiar con la complejidad inherente de un nuevo producto/sistema de distribución para que estos funcionen para satisfacer al cliente”.

Una razón para su clasificación alta es que la educación del cliente tiene importancia geográfica mundial. Se les pidió a los encuestados que consideraran a su propio país o región al responder a la encuesta, y esto influyó las clasificaciones por puntos con alcance geográfico desigual. Por ejemplo, la banca móvil y el banco correspondiente están altamente clasificados en regiones donde son aceptados, pero no tanto en otras partes del mundo, trayendo abajo sus clasificaciones generales. Un comentarista observó que la educación financiera “es importante en todos los contextos de los países”. La educación financiera fue avalada muy fuertemente en América del Sur: 86 por ciento de los encuestados de la región incluyeron la educación financiera en su lista de diez puntos principales.

Las clasificaciones altas de los conocimientos y de la educación financiera pueden derivar en parte del diseño de la encuesta. Algunos temas, como la regulación, aparecen en múltiples puntos en diferentes formularios, esencialmente dividiendo los votos. Pero no hay sustitutos cercanos para los conocimientos y la educación financiera. Hemos puesto a prueba estos indicadores revisando las primeras tres enumeraciones, que señalan intensidad y prioridad (ver el Apéndice III), y han pasado la prueba. La educación financiera lidera los primeros tres puntos de la lista de oportunidades (ver el Apéndice Tabla 3), y a pesar de que la carencia de conocimientos financieros cae en 5.º lugar en la lista de obstáculos, las clasificaciones más altas de esa lista están muy cerca.

Al considerar las implicaciones de la acción en este mensaje, surgen preguntas sobre cómo “crear” la

educación financiera. Los encuestados tienen diversas ideas. Sandhya Suresh, una proveedora de servicios financieros de India, escribe: “Hemos comenzado a proveer educación financiera a nuestros clientes y ¡consideramos que funciona! Especialmente las mujeres sienten un temor natural cuando escuchan hablar sobre las ‘finanzas’ o el manejo de las finanzas, a pesar de que son las mejores gerentes financieras en el hogar. Un poco de conocimientos y consejos sobre el ahorro, la creación de activos y el uso efectivo de las finanzas las convertirán en responsables de tomar decisiones sabias”. Ngeth Chou sugiere que las “Asociaciones de IMF y Bancos deben aunar fuerzas para establecer y ejecutar programas de educación financiera nacionales para el público”. Otro escritor propone campañas de estudios financieros. En conclusión, las ideas cambian sobre quiénes pueden proporcionar, de la mejor manera, educación financiera y cómo.

A pesar de que muchas preguntas permanecen sin contestar, el mensaje es claro y fuerte de que los conocimientos y la educación financiera deben de ser parte de cualquier plan futuro para alcanzar la inclusión financiera plena.

2. Si deseamos satisfacer las necesidades de los clientes, necesitamos entenderlos

Finalmente se ha captado el mensaje: las personas de pocos recursos necesitan más que el crédito, y la industria de las microfinanzas debe de escuchar a sus clientes para responder con más productos impulsados por la demanda. Los encuestados clasificaron la expansión de la gama de productos a un 2.º lugar dentro de las oportunidades, junto con la demanda de mejor información (10.º). Ellos clasificaron el enfoque monoproducto de las microfinanzas y el entendimiento limitado de las necesidades de los clientes como el 3.º y 4.º obstáculos.

La idea de ampliar la gama de productos ha sido un reto para la comunidad de las microfinancieras desde hace un tiempo, incluso mientras que la mayor parte de instituciones microfinancieras han continuado a buen ritmo con la actividad habitual de aumentar el crédito. Las crisis de sobreendeudamiento, surgiendo como lo han hecho de un crecimiento rápido del crédito, han por fin roto el apoyo del mantra crédito/

aumento. “El suministro de crédito a plazo corto es solamente un paso pequeño (y por si solo inestable) hacia la inclusión financiera”, de acuerdo al analista Daniel Rozas (miembro del comité de revisión de esta encuesta).

El mandato de cambio viene también de una dirección completamente diferente: la investigación nueva. Estudios cualitativos como el “Financial Diaries” (“Diarios Financieros”) y experimentos de campo al azar obligan a los proveedores a mirar más allá del crédito y escuchar con más cuidado a los clientes.

Un cambio radical de posiciones generó comentarios como los siguientes: “Estamos solamente comenzando a entender el nivel de necesidad y el flujo de caja de los clientes, y no hemos hecho todavía mucho para convertir esa información en productos que sirvan a nuestros clientes de la mejor manera”, declara Larry Reed, un líder en microfinanzas. “Es muy importante desarrollar productos nuevos basados en las necesidades de la gente local. Esta demanda es diferente en cada contexto”, escribe Marieke de Leede, una inversionista. “La generación de un enfoque más integral para satisfacer las necesidades financieras de las personas de bajos ingresos requiere mucha y mejor información de parte de la demanda”, observa un encuestado de una organización de apoyo. Finalmente, “La industria que no reacciona ante las necesidades del cliente está destinada al fracaso”, expresa Stewart Kondowe, miembro de una organización de apoyo de Malawi.

Este mensaje se hizo evidente frecuentemente en los comentarios que estamos empezando a considerar como la nueva mantra de las microfinanzas. Sin embargo, una cosa es reconocer la necesidad de una gama más amplia de productos, y otra muy diferente, es proporcionar realmente los nuevos productos. Muy pocos comentarios dan prueba de un movimiento real en esa dirección. Esto es en parte debido al

OPORTUNIDADES

- 2. Expandir la gama de productos
- 7. Instituciones de inclusión financiera plena
- 10. Demanda de mejor información

OBSTÁCULOS

- 3. Enfoque monoproducto de las microfinanzas
 - 4. Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes
-

grave problema de alterar los modelos de negocios. “Los modelos actuales de negocios son efectivos en alcanzar únicamente a un segmento limitado del mercado entre las personas de bajos ingresos con un solo producto específico (el microcrédito)”, escribe un encuestado.

Son evidentes, en este comentario de un inversionista de Colombia, los patrones arraigados:

Existe un círculo vicioso: la población rural no demanda productos ni servicios financieros porque no tiene conocimiento de su existencia. Aquellas personas que deberían ofrecerles estos productos y servicios no saben de las necesidades verdaderas de la población rural porque no se trata solamente de investigación del mercado sino de una investigación integral que facilite el entendimiento en el contexto total de las necesidades, expectativas y tendencias de la población rural. Y sin saber eso, no saben qué ofrecer, y continúan ofreciendo ‘más de lo mismo’.

Unas pocas personas mencionaron productos nuevos específicos, como los servicios de envío internacional en la región del Pacífico, servicios de captación de depósitos y productos de la banca islámica. Puede ser que sea en parte un mecanismo de estudio el hecho de que hayan pocos mensajes sobre productos individuales. Una lista original más larga de posibles productos fue consolidada en un solo indicador para mantener manejable el largo de la lista. Ciertamente una lista de productos individuales hubiera suscitado comentarios esclarecedores.

Otro aspecto de la dificultad de la diversificación de productos está en la pregunta: “¿Quién proporciona?”. El 7° lugar en la clasificación de instituciones financieras de inclusión plena sugiere la importancia de los proveedores que ofrecen una gama completa de servicios, incluyendo ahorros básicos, crédito y servicios de pago, y posiblemente alguna forma de seguro. Los bancos comerciales, bancos rurales y bancos especializados en microfinanzas pueden ofrecer tal conjunto de servicios. Sin embargo, relativamente pocas instituciones de microfinanzas son realmente proveedoras de servicios completos y muchas de las innovaciones mejoradas por la tecnología y que se están propagando rápidamente están lideradas por comerciantes al por menor y compañías de

telecomunicaciones.

Por lo menos un encuestado prefiere sociedades en vez del modelo de proveedor de servicios completos: “En lugar de que un proveedor de servicios agrupe un conjunto de productos/servicios, promociones y el fortalecimiento de los nexos entre los proveedores de servicios de apoyo, tanto a niveles informales como formales, las sociedades ofrecerían mejores oportunidades de desarrollar la inclusión financiera”, escribe Maria Teresa Bayombong de una organización de apoyo de Tanzania. Las clasificaciones bajas que obtuvieron los proveedores de servicios no tradicionales (25.º) y la agrupación de productos y venta cruzada (26.º), sugiere una falta de claridad con respecto al tema de que los mejores proveedores aporten una diversidad de productos.

3. La banca móvil y los bancos corresponsales prometen cambios radicales en costo y alcance

Debido a su potencial para la expansión rápida e impresionante de servicios, se considera a la banca sin sucursales como casi equivalente a una institución financiera. Un encuestado de Tailandia describe la banca telefónica móvil como clave para la inclusión financiera. Mientras que las personas que respondieron a esta encuesta están de acuerdo en que los canales de distribución con tecnología avanzada representan una oportunidad mayor y más estimulante, no consideran a la banca sin sucursales como la historia única o incluso la principal de la inclusión financiera.

La banca móvil se clasificó en 3.º lugar en general, mientras que los bancos corresponsales ocuparon el 9.º lugar. Como se esperaba, el entusiasmo por la banca móvil fue mayor en África, donde la expansión rápida de M-Pesa por millones de kenianos ha deslumbrado a los observadores de la industria. Los latinoameri-

OPORTUNIDADES

- 3. Banca móvil (celular)
- 9. Bancos corresponsales
- 11. Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas

OBSTÁCULOS

- 7. Estructuras de costos de productos
 - 12. Costos de abrir/operar agencias
-

canos estuvieron más entusiasmados con los bancos corresponsales, una innovación que se originó en Brasil y que, con el apoyo regulatorio, se está esparciendo por toda la región.

Estos nuevos canales de transacciones proporcionan poder sin precedentes para llegar a clientes nuevos. “La investigación ha demostrado ya la mayor capacidad de la banca móvil para llegar a las personas que previamente no participaban en el sistema bancario y que son de bajos ingresos, que la mayor IMF en el país en el período más corto de tiempo”, escribe Anne Hastings, jefe de la más grande IMF de Haití. Els Boerhof, una inversionista, considera la banca móvil y los bancos corresponsales como maneras esenciales de “lograr escalar y penetrar bastante en territorios nuevos”.

Los canales nuevos ofrecen aumentos impresionantes en la cobertura resolviendo costos críticos, tanto fijos como variables, de cuello de botella. Las estructuras de costos de productos (7.º) y los costos de abrir agencias (12.º) se consideraron como obstáculos importantes, especialmente por los proveedores. “Los bancos corresponsales reducen drásticamente el costo de establecer puntos de contacto con los clientes, permitiendo que las IMF, los bancos y otros proveedores establezcan contactos en áreas donde establecer agencias sería muy costoso”, comenta Larry Reed. Como muchos de los encuestados observaron, los costos altos de abrir agencias en áreas rurales se asocian con la infraestructura física deficiente: caminos, electricidad, etc., que los bancos sin sucursales pueden evitar. Tales barreras de infraestructura tuvieron una clasificación sorprendentemente alta, en 9.º lugar en la lista de obstáculos.

Además de reducir los costos tradicionales de llegar a áreas nuevas, la banca móvil puede también minimizar significativamente los gastos de transacciones, como un encuestado señala. Probablemente, esto se refiere a los costos tanto de parte del proveedor como del cliente y se aplica no solamente a clientes en lugares remotos, pero incluso en áreas urbanas de bajo ingreso.

En esta encuesta se incluyeron otros dos canales de distribución de tecnología avanzada, a pesar de que recibieron clasificaciones menos entusiastas: los pa-

gos electrónicos a través de cajeros automáticos y los dispositivos de punto de venta (11.º) y agencias móviles (15.º) en las que camionetas especialmente equipadas funcionan como agencias sobre ruedas. Por lo tanto, tenemos una clasificación de cuatro innovaciones de canales de distribución que resuelven los costos de ubicación y transacciones. Todos se consideran en forma positiva, pero con grados variados de entusiasmo: los teléfonos móviles vienen primero, seguidos de los bancos corresponsales, los cajeros automáticos y los dispositivos de punto de venta, y finalmente las agencias móviles.

Una pregunta implícita es por qué las personas que respondieron a esta encuesta no clasificaron los nuevos canales de distribución como una oportunidad incluso mayor, dado el entusiasmo que suscitan. Solamente hay alusiones como respuestas a esta pregunta, pero parecen enfocarse en el grado en el que los canales requieren que los proveedores reestructuren sus modelos de negocios, y las dificultades que esto plantea a instituciones financieras más pequeñas como las IMF. Los proveedores más pequeños pueden creer que han sido eludidos o relegados a un nicho tradicional por actores empresariales poderosos. “La mayoría de actores de diferentes canales que pueden estar acostumbrados a servir a las personas de bajos ingresos pueden solamente imaginar ampliar lo que ya están haciendo, y no pueden vislumbrar los tipos de cambios radicales en papeles y responsabilidades que la nueva tecnología hace posible”, continúa Reed. El éxito con estos canales también requiere que los proveedores formen sociedades con diferentes clases de compañías: “Lograr la inclusión financiera completa requerirá asociaciones estratégicas entre distribuidores, proveedores de productos y proveedores de tecnología”, declara un encuestado. Alice Lubwama, una proveedora de servicios financieros de FINCA Uganda, menciona la necesidad de servicios de telecomunicaciones y de software de servicios financieros para la sincronización. La ausencia de tales arreglos o problemas para establecerlos es una dificultad digna de mencionar, que junto con la falta de cooperación de redes para la banca electrónica se clasifican en el lugar 13.º de los obstáculos.

Un tanto sorprendentemente, estos problemas de redes se clasificaron en puestos más altos que la re-

gulación que retrasa la tecnología, que se clasificó solamente en el lugar 20.º. Los proveedores pueden implícitamente estar reconociendo los esfuerzos de los reguladores para facilitar canales nuevos.

4. El desarrollo de instituciones eficaces nunca pasa de moda (es la prioridad perenne)

La necesidad perenne de fortalecer las instituciones que proveen servicios a personas de bajos ingresos era el 2.º obstáculo clasificado y el 6.º en la lista de oportunidades. Los

OPORTUNIDADES

6. Generar capacidades para las IMF

OBSTÁCULOS

2. Capacidad institucional limitada entre las MFI

15. Conocimiento limitado de proveedores existentes

comentarios de los encuestados se refirieron a tres áreas particulares de debilidad institucional donde se necesita la generación de capacidad: dirección, expansión de nuevos productos y grupos de clientes y manejo del riesgo. Las institucio-

nes necesitan ayuda para mantener el ritmo de la industria en evolución.

El último informe “Banana Skins” clasificó la dirección corporativa como el 4.º y más importante riesgo que la industria enfrenta hoy en día.⁴ En esta encuesta, las personas que respondieron aludieron varias veces a la dirección, a pesar de que no era un punto de la lista. Subrayaron el papel de la dirección en asegurar el compromiso a los objetivos sociales. “Es crucial mejorar la dirección corporativa en las instituciones microfinancieras”, explica Ruben de Castro de Lara de la Fundación SHED de las Filipinas. Esta visión subraya el tema general que se encuentra en las respuestas a la encuesta: que la industria está volviendo a enfocar su atención en su objetivo inicial social.

Muchos encuestados comentaron acerca de las destrezas técnicas que las instituciones necesitan para aumentar la oferta de productos y que estos lleguen a grupos nuevos de clientes. Barclay O’Brien, miembro de una organización de apoyo de Aus-

tralia, comenta: “La transformación, además de la generación de capacidad, es todavía clave para una mayor inclusión financiera, ya que permite que se logren muchas de las otras oportunidades, p. ej., aumento de productos, mayor cobertura y el uso de canales de distribución alternativos”. John Muhimbise de Uganda vincula “el problema de la mano de obra calificada para dirigir empresas microfinancieras” con “la presente incapacidad de las instituciones de diseñar productos adecuados para los diversos segmentos de clientes”. Los proveedores y la industria en general están profundamente al tanto de esto.

Los grupos nuevos de clientes y los productos nuevos requieren aumentar la capacidad para manejar información. Un encuestado de la organización de apoyo explica: “Pienso que un obstáculo importante de la inclusión financiera son los sistemas adecuados de informes financieros para que las IMF combatan el fraude, e incluyan la investigación de mercado y de impacto ligada a los clientes, así como el rastreo del historial de múltiples productos en diferentes momentos de la vida del cliente”. Un inversionista de México declara: “Me hubiera gustado incluir ‘Capacitación del manejo del riesgo e implementación de sistemas para las IMF’ en mis tres primeras oportunidades. Desde mi punto de vista, la falta de destrezas técnicas y de sistemas de IT necesarios para manejar de forma adecuada el riesgo financiero es la fuerza única más desestabilizadora del mercado”.

Otros encuestados trataron la importancia de la capacidad institucional para la solidez financiera de las MFI, incluyendo uno de Guatemala que señala que la capacidad insuficiente puede causar riesgos operativos y crediticios y pérdidas financieras reales, alejando a inversionistas y financiadores. Algunos, como Joel Mwakitalu de Tanzania, creen que la industria ha progresado en cuanto a la generación de capacidad: “Muchos proveedores de países de bajos ingresos son profesionales de servicios de microfinanzas. Hay ahora universidades oficiales de capacitación de destrezas en microfinanzas en muchos países”. Sin embargo, hay otros que se sienten frustrados. “Los métodos rápidos y sucios para la ‘generación de capacidad’ deben de parar, no se puede crear a un experto en microfinanzas partiendo de cero en dos se-

4. Lascelles y Mendelson, “Microfinance Banana Skins 2011”.

manas a través de un curso en línea. Esta producción en masa de ‘expertos’ en microfinanzas sin ninguna experiencia clara ni entendimiento debe ser evaluada cuidadosamente”, escribe Geetha Nagarajan de los Estados Unidos.

5. No podemos posponer más la acción en los burós de crédito

Las crisis del sobreendeudamiento que son consecuencia de la saturación del mercado y del crecimiento rápido han finalmente convencido a los participantes de la industria de las microfinanzas de la necesidad de dedicarse a los burós de crédito. Hasta hace poco, muchos se sentían poco entusiastas al respecto. Los pretextos para ignorar el desarrollo de los burós de crédito han incluido la renuencia de los proveedores de dejar que sus competidores vean la información

del cliente, confusión acerca de quién debe tomar medidas para crear burós de crédito, y la observación de que muchos burós de crédito existentes solamente cubrirían a clientes

de la clase media de bancos tradicionales.

Las crisis recientes están eliminando rápidamente cualquier racionalización para la inacción, como probablemente participantes de Bolivia y de Sudáfrica hubieran podido predecir, habiendo experimentado crisis por sobreendeudamiento por sí mismos que llevaron al desarrollo de burós de crédito más fuertes. “Acontecimientos recientes han demostrado también que, para mantener la prudencia del sector, la necesidad de burós de crédito y de información crediticia es de suma importancia”, escribe Els Boerhof, una inversionista. El desarrollo de burós de crédito fue la 3.º oportunidad y la carencia de ellos fue el 6.º obstáculo.

La documentación de identificación nacional obtuvo una clasificación relativamente alta, como un prerrequisito para los burós de crédito. En el 15.º lugar en general, la identificación nacional fue una oportuni-

dad de mediano alcance, probablemente no más alta porque ya existía en muchos lugares. Este punto fue una prioridad más alta en regiones específicas incluyendo África Oriental y Asia Meridional.

Los burós de crédito se consideran no solamente como una medida protectora, pero también como manera de mejorar el alcance a clientes de más bajos ingresos y a precios más bajos. “Ampliar la inclusión quiere decir llegar a personas a quienes en la actualidad es muy costoso o difícil hacerlo. Las identificaciones nacionales, cuando se combinan con burós de crédito, disminuirán el costo de evaluar el riesgo mientras que al mismo tiempo, el dar un incentivo para repagar eso, puede reemplazar sistemas más costosos como los garantes”, escribe Larry Reed. “Con una infraestructura de recolección de datos más desarrollada como los burós de crédito, los proveedores pueden comenzar a expandir para disminuir los segmentos de riesgo al cliente ofreciendo crédito menos costoso”, de acuerdo a Tanir Helayel, un inversionista.

Estos comentarios sugieren que los burós de crédito pueden hacer posible cambios significativos en el modelo de negocios, incluyendo los préstamos basados en el puntaje crediticio. Tales modelos están muy bien desarrollados en países de alto ingreso, especialmente para el préstamo al consumidor. Está por verse cómo los modelos mejorados de préstamo de los burós de crédito encajarán con las microfinanzas tradicionalmente personalizadas. Existe una tensión inherente entre el potencial de reducción de costo al usar el puntaje crediticio y el mensaje de acercarse al cliente que difunde las respuestas de esta encuesta.

6. La protección al cliente es una respuesta a las crisis microfinancieras. ¿Hay otras?

Las respuestas a la encuesta y muchos comentarios sinceros revelan que la industria de las microfinancieras está luchando para identificar las implicaciones de las crisis recientes en el campo de las microfinanzas en Andhra Pradesh (India), Nicaragua, Marruecos y Bosnia (entre otros lugares). Al mismo tiempo, las clasificaciones revelan que los encuestados pusieron estas crisis dentro de una perspectiva más amplia al mirar hacia el futuro de la inclusión financiera completa. Solamente un punto directamen-

te ligado con la crisis, el enfoque monoprodueto, se halla en las clasificaciones más altas de obstáculos o de oportunidades

OPORTUNIDADES

- 3. Burós de crédito
- 5. Regulación de protección al cliente
- 17. Expansión/mejoramiento de las asociaciones de microfinanzas
- 23. Autorregulación

OBSTÁCULOS

- 3. Enfoque monoprodueto de las microfinanzas
 - 5. Interferencia política
 - 10. Protección inadecuada al cliente
 - 11. Prácticas deficientes de negocios
 - 17. Crecimiento insostenible
 - 18. Nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial
 - 27. Falta de confianza en instituciones financieras
 - 28. Riesgo de clientes
 - 29. Imagen negativa ante la prensa
-

El diagnóstico de las causas y soluciones está disperso. Esto se debe en parte a que la encuesta no era sobre las crisis recientes. Pedía a las personas que miraran hacia el futuro en vez de diagnosticar el pasado. Sin embargo, dado el momento en que salió la encuesta, en enero/febrero de 2011, está claro que no tuvieron presente la crisis de Andhra Pradesh. La clasificación de varios obstáculos en especial, ofrece un diagnóstico implícito con respecto a las causas. Algunos atribuyen la crisis al enfoque

monoprodueto, el cual en 3.º lugar, fue el punto que obtuvo la más alta clasificación de cualquier punto asociado con la crisis. Otras personas identificaron la interferencia política (5.º), la protección inadecuada al cliente (10.º) y las malas prácticas de negocios (11.º). Chuck Waterfield, fundador de *Microfinance Transparency*, considera que el problema surge principalmente de la industria misma.

Le hemos puesto demasiado énfasis al mensaje de las mil millones de personas que necesitan crédito. Hemos empujado y esperado un crecimiento masivo del crédito estando la mayor parte de incentivos estructurados para empujar el crecimiento irreflexivo de las IMF. No hemos hecho préstamos en forma responsable ni transparente. Estamos ahora sufriendo las consecuencias del crecimiento y préstamo descuidados. Si no hacemos cambios importantes y radicales muy pronto, los esfuerzos para desarrollar una manera innovadora de prestar servicios a las personas de bajos ingresos se perderá.

Ahmed Syed Moshin, de la Red de Microfinanzas de Pakistán (Pakistan Microfinance Network), hace eco a la opinión de Waterfield de una manera más categórica, escribiendo: “Algunas veces es fácil decir que trabajamos para las personas de bajos ingresos, pero la manera en que obligamos a los clientes a comprar productos y hacemos caso omiso a la demanda de investigación nos lleva a crisis como la que hemos recientemente experimentado mundialmente”.

La encuesta presentó un número de puntos relacionados con la crisis que los encuestados pudieron haber seleccionado, pero que no lo hicieron: crecimiento insostenible (17.º), nuevos participantes con un enfoque comercial (18.º), falta de confianza en instituciones financieras (27.º), riesgo de clientes (28.º) e imagen negativa ante la prensa (29.º). Las últimas dos estuvieron al final de la clasificación de obstáculos, excepto en India, donde la imagen de la prensa subió a la mitad de la lista (todavía sorprendentemente baja, dado el papel incendiario de la prensa al precipitar la reacción violenta en contra de las microfinanzas en Andhra Pradesh). La clasificación baja de riesgo de clientes es sorprendente debido a que la última “Microfinance Banana Skins” identificó el riesgo de clientes como el riesgo más importante que enfrenta la industria. Una idea es que la percepción de los encuestados cambió al nombrarlo riesgo de “clientes” en vez de riesgo de “crédito” en esta encuesta, a pesar de que ambos se refieren al riesgo de que el prestamista no haga el reembolso. Las clasificaciones bajas de algunos de estos puntos pueden reflejar una falta de visión coherente de cómo todos los elementos trabajan juntos para crear problemas, pero también pueden verse como una manera de catalogar la importancia relativa de las causas.

Utilizando la última idea, la narrativa de la situación es la siguiente: la crisis de las microfinancieras resultó de un énfasis excesivo de las microfinanzas en el crédito (Obstáculo 3) unido con la carrera para el crecimiento (Obstáculo 17). Los políticos aprovecharon los signos del endeudamiento excesivo (Obstáculo 5), y la situación escaló hasta convertirse en una crisis. Un número de otros factores contribuyeron, como burós de

crédito débiles o ausentes (Obstáculo 6) y protecciones al cliente (Obstáculo 10), así como prácticas deficientes de negocios (Obstáculo 11), especialmente por actores muy orientados hacia la ganancia (Obstáculo 18). Sin embargo, la prensa jugó solamente un papel auxiliar (Obstáculo 29), y no se debe culpar a los clientes mismos (Obstáculo 28).

Con miras al futuro, los encuestados sugieren respuestas para prevenir crisis posteriores. El mensaje principal de la encuesta en su totalidad —sobre educación financiera, diversificación de productos y entendimiento de los clientes— puede considerarse como una respuesta implícita a la crisis. Esa versión explica que las microfinanzas deben de regresar a sus raíces y enfocarse en los clientes para eliminar el problema. “Si no nos enfocamos en los clientes y nos aseguramos de que estén protegidos y que se les haya prestado ayuda, la industria de las MF será eventualmente considerada como compañía de tarjetas de crédito. Por ejemplo, proveerán una cantidad enorme de pequeños préstamos lo cual crea una comodidad agradable, pero no hay ninguna ilusión de ayudar a las personas”, escribe Paul Luchtenburg, desde una organización de apoyo de Cambodia (y miembro del Comité Directivo). Las principales acciones explícitas para prevenir crisis futuras son los burós de crédito (3.º) y la regulación de protección al cliente (5.º).

Al observar más de cerca la protección al cliente, es interesante ver que la regulación de protección al cliente (5.º) fue clasificada más altamente como una oportunidad que la protección inadecuada al cliente y las prácticas deficientes de negocios como problemas (10.º y 11.º). Más aún, hubo puntos de vista muy diferentes de acuerdo al segmento de la industria, con organizaciones de apoyo e inversionistas mucho más preocupados sobre la protección al cliente que los proveedores. Estas diferencias se tratan con más detalle en la Parte II.

Es también importante observar que los encuestados generalmente preferían un enfoque regulatorio, mientras clasificaban la autorregulación en solamente el lugar 23.º y las asociaciones fuertes en el 17.º. Entre las tareas encargadas a los reguladores están las de asegurarse de que los proveedores pongan precios de una manera transparente, evitar el so-

breendeudamiento y tratar a los clientes justamente, de acuerdo a un encuestado. Ahmed Syed Moshin propone: “Establecer un mecanismo central para recibir y resolver quejas (a la NCR en Sudáfrica) reducirá el riesgo político y ayudará a proporcionar la infraestructura necesaria para el crecimiento sostenible en microfinanzas”. Él no está solo al referirse al marco de protección al cliente en Sudáfrica como un modelo para el resto del mundo.

Algunos encuestados observaron que solamente un enfoque regulatorio no es suficiente. “Desarrollar, dentro de un país u organización, una cultura de acoger y honrar los principios de protección al cliente es la manera de crear un mundo financiero más inclusivo. Crear instituciones y programas fuertes centrados en la protección al cliente es la única manera en que la inclusión financiera puede realmente convertirse en una realidad”, escribe Lindsay Gleason. Kalpana Sankar, de una ONG hindú de la India, quien trata el tema bastante delicado de la maximización de ganancias declara: “La sostenibilidad y las ganancias razonables deben ser la meta y no la maximización de las ganancias mientras que se traten con clientes de bajos ingresos”.

En el análisis final, como David Baguma, de la asociación de microfinanzas de Uganda, resume: “La protección al cliente se enfoca en los usuarios finales, los clientes, la razón verdadera por la que los servicios de MF comenzaron”.

7. Aquí está una industria que realmente desea más (y mejor) regulación

Es algo difícil evaluar la prioridad que se le ha dado a la regulación debido a que varios puntos tratan diferentes aspectos de la regulación. La mayor parte de los puntos sobre la regulación ha tenido una clasificación alta, pero no está a la cabeza de la lista. La regulación de protección al cliente ocupó el lugar más alto del grupo, el 5.º, mientras que el marco regulatorio para los proveedores de las personas de bajos ingresos salió en 8.º lugar, tanto en la lista de oportunidades como en la de obstáculos. La regulación, en general, ocupó el 13.º lugar.

En cierta medida, los diferentes puntos regulatorios dividieron los votos, haciendo que la regulación pa-

reciera tener una prioridad baja. En casos como este, consultamos las tres listas más importantes, para determinar que por el lado de los obstáculos, la falta

OPORTUNIDADES

- 5. Regulación de protección al cliente
 - 8. Regulación y supervisión mejoradas de las MFI
 - 13. Regulación y supervisión (en general)
 - 22. Garantías y reforma de las operaciones garantizadas
 - 23. Autorregulación
- #### OBSTÁCULOS
- 8. Marco regulatorio inadecuado para las MFI
 - 10. Protección inadecuada al cliente
 - 13. Infraestructura legal débil
 - 19. Ambiente no favorable a los negocios
 - 20. Regulación rezagada en cuanto a la tecnología
 - 21. Prioridades de regulación financiera
 - 25. Falta de interés en proveedores y gestores de políticas públicas
-

de marcos regulatorios para las IMF y otros proveedores de las personas de bajos ingresos, 8.º en los primeros diez obstáculos, fue 4.º en las primeras tres listas, representando alguna intensidad de opinión. Sin embargo, la clasificación de otros puntos de regulación en la parte superior de la lista de los primeros tres fue virtualmente la misma que en la de los primeros diez, y los comentarios escritos, aunque numerosos, raramente manifestaron urgencia. En conclusión: los encuestados favorecen la regulación más estricta especialmente en áreas de protección al cliente y regulaciones especializadas en las cuales los

proveedores puedan establecer la base de la pirámide, pero esta no es su preocupación más urgente.

Puede ser sorprendente para los participantes de una industria pedir más regulación. La industria bancaria convencional raramente pide más regulación. Sin embargo, los participantes de las microfinanzas parecen esperar que la regulación dirigida específicamente a los proveedores de servicios financieros y a la protección al cliente puedan generar mayor legitimidad y un ambiente de mercado más ordenado. “La regulación y la supervisión son herramientas indispensables para fortalecer el sistema financiero y hacer de la industria una entidad digna de crédito”, escribe Teresa Rivarola de Vellila, una proveedora de Paraguay.

Algunos encuestados consideran la regulación como un antídoto a las enfermedades recientes de la industria. “Para contrarrestar la preocupación sobre una desvia-

ción de la misión o actividades poco éticas, la tercera oportunidad clave debe ser mejorar la regulación y la supervisión; no solamente restringir a las MFI (como parece ser la corriente post Andhra Pradesh) pero catalizar mejor el rendimiento y el alcance de las MFI, permitiendo, por ejemplo, que las MFI acepten depósitos”, escribe Barclay O’Brien, de una organización de apoyo. “La competencia de nuevos participantes y una mejor regulación (es decir la transparencia) y supervisión son clave para fomentar que la gerencia baje precios, mejore eficiencias operativas, llegue a poblaciones nuevas e introduzca productos nuevos” expresa otro observador de la organización de apoyo, Bill Harrington. Otro encuestado mencionó que una buena regulación desalentaría el crecimiento descontrolado. Los encuestados implicaron que los reguladores están comprometidos en forma adecuada con estos temas, clasificando la falta de prioridad regulatoria y el interés en la generación de políticas bastante bajo, en los lugares 21.º y 25.º, respectivamente.

La autorregulación (23.º), aunque útil, no se considera como sustituto adecuado para la regulación de las autoridades bancarias. Sin embargo, algunos comentarios señalaron un papel positivo. Pauline Nsa, una proveedora de servicios financieros regulados de Nigeria escribe: “La autorregulación ayudaría a establecer cordura en la industria”, y el inversionista Jacco Minnaar añade: “La autorregulación debe enfocarse en no hacer daño (especialmente abordando el tema del sobreendeudamiento) y en fomentar un diálogo sobre cómo las IMF pueden avanzar hacia la banca sostenible en un sentido amplio”.

El papel de la regulación en facilitar —o retardar— la propagación de tecnologías nuevas es una preocupación de políticas de alto nivel actuales; es el enfoque de la AFI y de la iniciativa de inclusión financiera del G-20, y el tema de varios análisis del CGAP. Sin embargo, los participantes de esta encuesta no estuvieron demasiado preocupados, clasificándolo solamente como el 20.º obstáculo. Esto puede reflejar la relativa falta de participación de las instituciones microfinancieras en la implementación de tecnologías nuevas.

Unos cuantos encuestados se vieron, sin embargo, obligados a comentar. “La banca móvil es lo que marca la pauta. Sin embargo, los reguladores están atrasados en la regulación de este campo. Esto le da una oportunidad a las microfinanzas, y las instituciones fi-

nancieras de inclusión tienen un papel en el desarrollo de prácticas de autorregulación para esta industria”, expresa Michael Rauenhorst, un inversionista. El reto de mantener las regulaciones al día mientras que la tecnología cambia es evidente en un comentario de Tomas Gomez, un proveedor de servicios financieros regulados de Filipinas: “La supervisión regulatoria de la subcontratación de servicios externos (la computación en la nube, por ejemplo) necesita actualizarse, ya que las actuales normas de subcontratación de servicios externos son restrictivas”. El comentario de Gomez conecta la velocidad del cambio regulatorio con otro obstáculo clave, el costo de abastecimiento de servicios (7.º y 12.º).

Los puntos relacionados con la regulación en general y con el ambiente de políticas más amplio atrajo relativamente poca atención. Los encuestados estaban algo preocupados sobre la regulación prudente y la supervisión del sistema bancario en su totalidad (13.º oportunidad) y una infraestructura legal débil (13.º obstáculo), pero no estaban preocupados sobre las garantías y las transacciones garantizadas (22.º oportunidad) o un ambiente empresarial no favorable (19.º obstáculo).

8. La financiación y la transformación no son tan apremiantes como lo eran antes (y otros puntos en el medio de la clasificación)

Un número de asuntos que eran puntos focales en debates de microfinanzas anteriores han retrocedido a un punto intermedio en esta encuesta. Entre estos puntos estaban la transformación de las microfinan-

cieras (19.º), el desarrollo de mercados de inversión (20.º) y el obstáculo relacionado de la financiación inadecuada (15.º), y el fomentar que los mercados comerciales bajen de nicho (21.º), con el obstáculo relacionado del conocimiento limitado de los proveedores

OPORTUNIDADES

17. Grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas

19. Transformación de microfinancieras

20. Desarrollo de mercados de inversión

21. Fomentar que los bancos comerciales bajen de nicho

OBSTÁCULOS

15. Financiación inadecuada

15. Conocimiento limitado de proveedores existentes

existentes (15.º). Otra oportunidad que fue clasificada a la mitad de la lista, los grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas (17.º) es posiblemente un punto que va en ascenso. Los siguientes son comentarios breves con respecto a cada uno de estos:

- La transformación de las instituciones microfinancieras sin fines de lucro a organizaciones con fines de lucro ha sido un proceso importante de desarrollo de la industria durante las últimas dos décadas. Hoy en día, en las regiones más desarrolladas, especialmente en Sur América, la clasificación baja de la transformación probablemente refleja la opinión que la mayor parte de las transformaciones que se necesitaban ya han ocurrido y que las nuevas transformaciones tienen poca probabilidad de cambiar el panorama de la inclusión financiera. En áreas menos desarrolladas, como América Central, la transformación tuvo un puntaje algo mayor.
- Durante las últimas dos décadas, la industria de las microfinancieras se enfocó fuertemente en desarrollar las conexiones a los mercados capitales que permitirían el crecimiento. Estos esfuerzos han tenido tanto éxito que el financiamiento ya no se considera un obstáculo importante. Existen los mercados inversionistas, que permiten que el enfoque pase del desarrollo de componentes básicos de transparencia financiera a aquellos de rendimiento social y experiencia del cliente.
- Algunos participantes en microfinanzas esperaban, durante las últimas dos décadas, que una vez que los modelos empresariales de microfinanzas hubieran sido comprobados, los bancos comerciales existentes los adoptarían y desarrollarían carteras de micropréstamos por sí solos. Los proyectos que fomentan que los bancos bajen de nicho como el Credifé del Banco Pichincha fueron anunciados como los primeros en tomar la iniciativa en una tendencia de posible escalada rápida. Mientras que existe un número de modelos exitosos de bancos que bajan de nicho, pareciera ser, según esta encuesta, que el concepto de bancos que establecen sucursales de micropréstamos tienen relevancia de nicho, especialmente en Sur América, pero que no llegarán a ser contribuyentes importantes para la inclusión financiera.

- Los ahorros en banco comunales y cooperativas, y el fenómeno relacionado con los grupos de autoayuda también ocupan el rango medio de esta encuesta, probablemente debido a que hay métodos que sus creyentes acogen firmemente pero que en gran medida son ignorados por los partidarios de la microfinanzas reguladas. Los defensores de estos mecanismos semiformales en África y en Asia Meridional han atraído atención en años recientes, a medida que sus modelos se han esparcido para alcanzar a más personas y han demostrado resistencia frente a las crisis en el sector de las microfinanzas.

9. Desaprobación de las intervenciones gubernamentales directas

En conversaciones entre representantes del sector público y organizaciones de donantes, los programas que funcionaban a través de, con, o bajo la dirección

OPORTUNIDADES

- 24. Ahorros incentivados o planes de transferencias en efectivo
- 26. Enlazar las transferencias gubernamentales a las cuentas de ahorro
- 28. Mandatos para crear cuentas de depósito sin complicaciones
- 29. Reforma de bancos estatales
- 30. Créditos dirigidos/seccionales

del sector prioritario en India. También incluyen innovaciones más recientes, como los mandatos de cuentas sin complicaciones (por ejemplo, la cuenta Mzansi de África del Sur), y el pago de beneficios de gobierno a través de medios electrónicos como manera de introducir clientes nuevos a los servicios bancarios.

Las cuentas de ahorros incentivados, que se usan mucho en los EE.UU. y en el R.U. están designadas para fomentar el aumento de activos añadiendo una subvención en efectivo a los ahorros de los clientes. Estas últimas tres iniciativas han estado muy de

moda en círculos de desarrollo. Hay muchas razones para esto. Por ejemplo, los ahorros incentivados y los pagos transferidos por el gobierno son propiciados por aquellos que buscan desarrollar los comienzos de una red de seguridad social. Jan Maes, de una organización de apoyo explica: “Los sistemas de transferencia de efectivo tienen un potencial enorme de poner a las personas de muy bajos ingresos en el camino de la autosuficiencia y la capacidad de usar servicios financieros. El sector de microfinanzas mismo no debe ser fuente de tales fondos, pero necesita ayudar a conectar las transferencias del gobierno a los destinatarios quienes se convierten en sus nuevos clientes”. Otra razón es que con seguridad, estos programas dirigidos por el gobierno parecen ofrecer a los gestores de políticas, palancas listas que ellos pueden jalar para causar un gran efecto, sin tener que confiarse en las decisiones de otros actores.

Con muy pocas excepciones, sin embargo, los participantes de esta encuesta no favorecen tales iniciativas ni las ven como esenciales para la inclusión financiera. Maes fue uno de solamente el 14 por ciento de todos los encuestados que seleccionaron las transferencias de efectivo ligadas al gobierno como importantes. Estos puntos y otros relacionados, se acumularon al final de las oportunidades, ocupando los lugares 24.º y 26.º, hasta el 30.º (es decir, el último).

Este es un mensaje muy fuerte sobre la percepción del papel del sector público. Mientras que los encuestados apoyaron e incluso pidieron acción por parte del sector público en la esfera de la regulación, no favorecieron la estipulación del servicio público. Las explicaciones para las clasificaciones bajas pueden incluir la simple falta de conocimiento acerca de tales iniciativas; quizás haya una oportunidad de educación y diálogo. Las clasificaciones están sin duda también influenciadas por la tendencia de las personas a calificar las actividades en las que están involucradas como importantes. No obstante, el mensaje manifiesta que los proveedores, inversionistas y organizaciones de apoyo que completaron esta encuesta no perciben al sector público como el proveedor clave, ni desean que el gobierno les diga qué productos ofrecer o a quiénes hacerlo.

Parte II. Lo que piense usted depende de su ubicación – Respuestas de grupos de interés

Como puede esperarse, los proveedores piensan de manera diferente a los inversionistas sobre la inclusión financiera, las organizaciones de apoyo o los reguladores. Dividir las respuestas de la encuesta por grupo interesado demuestra cómo las prioridades de cada grupo, en cuanto a la inclusión financiera, se alinean con sus intereses principales así como con sus realidades diarias.⁵ También nos permite considerar los papeles únicos que los actores tienen en los diferentes niveles del ecosistema de la inclusión financiera.

La mayoría de los encuestados (82 por ciento) pertenece a uno de tres grupos interesados: organizaciones de apoyo, como redes, asesores y organizaciones promocionales (40 por ciento), proveedores de servicios financieros (26 por ciento) e inversionistas (16 por ciento). Estos tres grupos juegan papeles distintos en el ecosistema de inclusión financiera y sus respuestas a la encuesta reflejan su posición ventajosa en cuanto a la inclusión financiera. Las categorías restantes de los encuestados incluyeron a reguladores, donantes, académicos y a otros. Sus puntos de vista no se comparan en forma directa a aquellos de los otros grupos porque el número de encuestados de cada categoría es muy pequeño, pero sí tomamos nota de las respuestas de reguladores y donantes al final de esta sección.

Vale la pena tener presente ciertas predisposiciones cognitivas al analizar las diferencias de cómo varios grupos interesados clasificaron las oportunidades y los obstáculos. Estas son tendencias que todos comparten: ningún grupo tiene más tendencia a las debilidades de la naturaleza humana que otros.

- *Otros son los culpables.* Una de las primeras explicaciones que se viene a la mente puede ser la aversión de verse a uno mismo como problema. Por ejemplo, los proveedores clasificaron un obstáculo que está en la esfera del control, el enfoque de un solo producto de la microfinanzas, en un lugar más bajo (8.º) que los inversionistas (5.º) o las organizaciones de apoyo (2.º). El juego poco visible de la “papa caliente” que podría estar afectando las clasificaciones podría también originarse de una falta relativa de entendimiento profundo sobre lo que otros grupos interesados hacen, comparando con el entendimiento del trabajo de uno mismo.

Tabla 2. Resultados de la encuesta: oportunidades por grupo interesado

PROVEEDORES	INVERSIONISTAS	ORGANIZACIONES DE APOYO
1 Educación financiera (1)	1 Burós de crédito (3)	1 Educación financiera (1)
2 Expandir la gama de productos (2)	2 Expandir la gama de productos (2)	2 Regulación de protección al cliente (5)
3 Burós de crédito (3)	3 Regulación de protección al cliente (5)	3 Expandir la gama de productos (2)
3 Generar capacidades para las microfinancieras (6)	4 Generar capacidades para las microfinancieras (6)	4 Banca móvil (celular) (3)
5 Instituciones de inclusión financiera plena (7)	5 Banca móvil (celular) (3)	5 Instituciones de inclusión financiera plena (7)
6 Regulación de protección al cliente (5)	6 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (8)	6 Generar capacidades para las microfinancieras (6)
7 Banca móvil (celular) (3)	7 Bancos corresponsales (9)	7 Burós de crédito (3)
8 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (8)	8 Educación financiera (1)	8 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (8)
9 Bancos corresponsales (9)	9 Instituciones de inclusión financiera plena (7)	9 Bancos corresponsales (9)
9 Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas (11)	10 Documentación de identificación nacional (15)	10 Demanda de mejor información (10)

Nota: n = 248. Las respuestas de otras categorías de encuestados han sido excluidas. Los números en paréntesis indican la clasificación general del punto.

5. Para una comparación completa de cómo los proveedores, los inversionistas y las organizaciones de apoyo clasificaron las oportunidades y los obstáculos, ver el Apéndice IV.

Tabla 3. Resultados de la encuesta: obstáculos por grupo de interés

PROVEEDORES	INVERSIONISTAS	ORGANIZACIONES DE APOYO
1 Costos de abrir/operar agencias (12)	1 Falta de burós de crédito (6)	1 Educación financiera limitada (1)
2 Interferencia política (5)	2 Interferencia política (5)	2 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (3)
2 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (4)	3 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (8)	3 Capacidad institucional limitada entre las instituciones microfinancieras (2)
4 Falta de burós de crédito (6)	4 Capacidad institucional limitada entre las instituciones microfinancieras (2)	4 Protección inadecuada al cliente (10)
5 Capacidad institucional limitada entre las instituciones microfinancieras (2)	5 Infraestructura insuficiente (9)	5 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (4)
6 Estructuras de costos de productos (7)	5 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (3)	6 Interferencia política (5)
7 Educación financiera limitada (1)	7 Protección inadecuada al cliente (10)	7 Infraestructura insuficiente (9)
8 Infraestructura insuficiente (9)	7 Estructuras de costos de productos (7)	8 Prácticas deficientes de negocios (11)
8 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (3)	9 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (4)	8 Estructuras de costos de productos (7)
10 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (8)	10 Educación financiera limitada (1)	10 Falta de burós de crédito (6)

Nota: n = 248. Las respuestas de otras categorías de encuestados han sido excluidas. Los números en paréntesis indican la clasificación general del punto.

- *Árboles vs. bosque.* Cuanto más lejos un encuestado está de las operaciones de campo, más tiende a enfocar su trabajo en una visión global, incluyendo entender tendencias generales y conceptos más teóricos. Como resultado, las organizaciones de apoyo y los reguladores pueden estar menos inclinados que los proveedores a mencionar puntos importantes a nivel operativo y pueden poner menos peso en soluciones milagrosas.
- *Tener menos control de algo lo hace más atemorizante.* Cuando un problema está fuera de nuestra capacidad de controlarlo o de anticiparlo, parece ser un riesgo u obstáculo más grande. Por ejemplo, los inversionistas clasifican la interferencia política, algo sobre lo cual tienen poco o nada de control, como el 2.º obstáculo.

1. Los proveedores de servicios financieros miran el lado práctico

Los proveedores de servicios financieros que fueron encuestados vinieron de una variedad de tipos de organizaciones: sin fines de lucro (27 por ciento), bancos de microfinanzas regulados (48 por ciento), bancos comerciales (18 por ciento), cooperativas (3 por ciento) y otros (5 por ciento). La mayor parte serían descritas, probablemente, como instituciones microfinancieras.

Las oportunidades más importantes: educación financiera, gama de productos, desarrollo de la capacidad institucional y los burós de crédito, sugieren que la industria de las microfinanzas puede estar haciendo una pausa en su búsqueda de escalas para enfocarse en mejorar su proposición de valor al cliente (Tabla 2). Las oportunidades típicamente asociadas con el crecimiento rápido, como la banca móvil (celular), y los bancos corresponsales, recibieron una clasificación ligeramente más baja de los proveedores que de los inversionistas y organizaciones de apoyo.

Al mismo tiempo, las instituciones de microfinanzas saben que podrían hacer más para promover la inclusión financiera. Específicamente, los encuestados señalaron que para ampliar la gama de productos, las IMF necesitan desarrollar sus capacidades internas. “Existe el tema de la mano de obra calificada para dirigir las empresas de microfinanzas y la incompetencia relacionada de las instituciones de diseñar productos adecuados a los diversos segmentos de clientes”, escribe John Muhimbise de Uganda.

Como los principales implementadores de la inclusión financiera, los proveedores ponen en orden de prioridad temas muy prácticos. Su primer obstáculo en la clasificación, es el costo de abrir agencias, lo que ni siquiera lle-

gó a estar entre los diez primeros puntos de la lista de todos los encuestados (fue el 12.º). Como John Lwande, un profesional de Tanzania, explica: “Los costos de abrir/operar agencias son generalmente altos. La política de seguridad física del Banco de Tanzania hace que la instalación de la infraestructura de las agencias sea muy costosa, lo cual les toma a las agencias todavía más tiempo para alcanzar un umbral de rentabilidad y atender a un número grande de clientes de manera rentable”. La clasificación de este obstáculo presenta las siguientes perspectivas: primero, que los proveedores no ven en la actualidad canales alternativos como la banca móvil y los bancos correspondientes como las únicas soluciones o incluso las soluciones clave para llegar a clientes nuevos; y segundo, que los reguladores pueden ayudar a los proveedores a establecer agencias menos costosas modernizando los requisitos físicos de la agencia.

Los segundos grandes obstáculos citados por los proveedores fueron la interferencia política y el entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (Tabla 3). Estos no son lo que podríamos imaginar que los proveedores citarían como sus retos mayores en los años anteriores; son evidencia de un reflejo de las crisis en Andhra Pradesh, Nicaragua y Marruecos, así como mensajes de estudios de impacto recientes que van más allá del crédito. Estos dos obstáculos confirman la pausa observada en la lista de oportunidades: los proveedores pueden estar desplazando su atención de la búsqueda de clientes nuevos a un mejor entendimiento de cómo prestar servicios a los clientes que tienen.

Los proveedores, comparándolos con otros grupos interesados, le dan menos importancia a la protección al cliente. En la lista de oportunidades la regulación de protección al cliente se clasifica en el 6.º lugar comparado con el 3.º lugar para inversionistas y 2.º lugar para las organizaciones de apoyo. La diferencia es todavía mayor por el lado de los obstáculos. Allí los proveedores clasificaron la protección inadecuada al cliente casi al final (27.º) comparada con la clasificación en el lugar 7.º para los inversionistas y 4.º para las organizaciones de apoyo. Aparentemente, los proveedores piensan que están protegiendo bien a sus clientes. Ellos pueden, sin embargo, preocuparse acerca de otros proveedores. Esto puede explicar por qué la regulación de protección al cliente (lo que implica acción por par-

te del gobierno) es clasificada en forma relativamente más alta por este grupo que la protección inadecuada del cliente (lo que se puede entender como hechos deficientes por parte de los proveedores).

Los proveedores están ansiosos de obtener buena información acerca de sus clientes. Los proveedores clasifican en un lugar más alto que cualquier otro grupo interesado la falta de información demográfica de las personas excluidas (15.º) y el riesgo al cliente (19.º), al igual que el entendimiento de las necesidades de los clientes (2.º) y la falta de burós de crédito (4.º), aunque también aluden a la complejidad de la relación entre cliente y proveedor. Los proveedores necesitan entender a los clientes en una variedad de niveles; no solamente saber cómo manejan sus recursos (y por lo tanto cómo diseñar más servicios que se adecúen a la demanda) sino también obtener información más básica, como dónde viven y quiénes son los clientes. Los proveedores tienen un entendimiento directo de cómo es la actual población heterogénea financieramente excluida y cuán poco saben sobre las personas excluidas así como sobre aquellos a los que ya prestan servicios.

2. Los inversionistas ven el mundo en términos de riesgo

Los inversionistas están relativamente alejados de los usuarios finales de los servicios financieros, y mientras que comparten la meta de ampliar la inclusión financiera, su preocupación más inmediata es la selección y el manejo prudente de sus inversiones. Ellos ven la industria a través de lentes de evaluación del riesgo.

Los inversionistas de la encuesta votaron a los burós de crédito tanto como su oportunidad principal como su obstáculo principal (Tablas 2 y 3). Más del 80 por ciento de inversionistas colocaron a los burós de crédito en su lista de oportunidades y más del 70 por ciento hicieron lo mismo por el lado de los obstáculos (ver los Apéndices Figuras 3 y 4). Como un inversionista observa: “La falta de datos tanto en el nivel sector como en el nivel cliente es un obstáculo importante. Crea un ambiente que es vulnerable al sobreendeudamiento”.

Las otras oportunidades y obstáculos principales para los inversionistas también se enfocaron en mi-

nimizar el riesgo. Los inversionistas mencionaron el ampliar la gama de productos (2.º) como una manera de controlar los riesgos asociados con el crédito, la competencia, la interferencia política y la liquidez. Los primeros tres de estos riesgos se clasifican en “Microfinance Banana Skins” dentro de los primeros cinco riesgos que enfrenta la industria de microfinanzas, especialmente la interferencia política (Obstáculo 2). En la última encuesta, “Banana Skins”, realizada hace poco mientras surgía la crisis de Andhra Pradesh, los inversionistas clasificaron la interferencia política como el quinto y más importante riesgo. Desde entonces, ha surgido más incomodidad sobre el futuro de las microfinanzas en India, y en cómo los cambios en India pueden afectar las microfinanzas a nivel mundial.

Los inversionistas esperan que los reguladores jueguen el papel de mitigadores del riesgo, como se demuestra por sus clasificaciones altas para la regulación de protección al cliente (Oportunidad 3) y la regulación inadecuada para los proveedores de las personas de bajos ingresos (Obstáculo 3). Ellos clasificaron el marco regulatorio inadecuado para las IMF significativamente más arriba que los otros grupos; el 65 por ciento de los inversionistas lo colocó dentro de sus primeros diez obstáculos, versus aproximadamente el 40 por ciento de proveedores y organizaciones de apoyo (ver el Apéndice Figura 4). Un inversionista resume lo siguiente: “El crecimiento continuo sostenible del sector y la diversificación de la oferta de productos requieren de regulaciones firmes y de mecanismos de protección al cliente para asegurar un mejor crecimiento controlado”.

Los comentarios de los inversionistas revelan que ellos también ven un lugar para la autorregulación de la industria al lado de la regulación formal. “La autorregulación debería enfocarse en no hacer daño (especialmente abordando el sobreendeudamiento) y fomentando un diálogo sobre cómo las IMF pueden avanzar hacia la banca sostenible en un sentido amplio”, escribe el inversionista Jacco Minnaar.

Naturalmente, los inversionistas buscan el crecimiento y esto se puede ver en el número de oportunidades y obstáculos en la lista de los inversionistas sobre el aumento del acceso. La banca móvil (5.º), los bancos corresponsales (7.º) y los documentos de

identificación nacional (10.º) se clasificaron ligeramente en lugares más altos, más por parte de los inversionistas que por parte de los demás. Els Boerhof de los Países Bajos escribe: “Para la siguiente etapa de crecimiento de la inclusión financiera, lo fundamental son las maneras nuevas de distribuir productos, a través de teléfonos móviles o la banca sin cursales. Solamente entonces lograremos una escala, y penetrar a fondo en territorios nuevos”. Del lado de los obstáculos, la infraestructura insuficiente (5.º) y la estructura de costos de productos (7.º) subrayan barreras de crecimiento clave desde el punto de vista del inversionista.

Los inversionistas se relacionan con la inclusión financiera principalmente a través de las instituciones de microfinanzas, y eso explica las clasificaciones altas para la capacidad institucional limitada entre las IMF (4.º) y la generación de capacidades para las microfinancieras (también 4.º). Los inversionistas, como los proveedores, ven la posibilidad de mejorar dentro de las instituciones microfinancieras. Un inversionista de México ofrece su punto de vista en cuanto al tipo de capacidad que más hace falta en las IMF: “La fuerza única más desestabilizadora del mercado es la falta de destrezas técnicas y de los sistemas IT necesarios para manejar en forma adecuada el riesgo financiero”.

A pesar de estar a un nivel de separación del cliente, los inversionistas, así como los proveedores, expresaron preocupaciones acerca del entendimiento limitado de los clientes. Marilou van Golstein Brouwers, de Triodos Investment Management, resume el caso de la siguiente manera:

En la financiación inclusiva, necesitamos enfocarnos en ofrecer una gama diversa de servicios financieros que satisfagan las necesidades reales de los clientes. Esto es esencial para un desarrollo sólido y sostenible del sector. En ese sentido no observamos tensión entre la misión social y la rentabilidad a largo plazo. Puede haber, sin embargo, tensión entre la maximización de la rentabilidad a corto plazo y la misión social; si el enfoque es solamente en el crecimiento y las ganancias, el sobreendeudamiento de los clientes puede ser un resultado, y se perdería el enfoque en el bienestar de los clientes. Pero si usted

le da vuelta a esto; si el enfoque está en prestar servicios a los clientes con buenos productos y servicios que satisfagan sus necesidades, entonces vendrán las ganancias.

Como ejemplo, Tanir Helayel, un socio de PMD Capital, señala el valor de entender los segmentos del mercado. “Sin la capacidad de diferenciar a los clientes, es sumamente difícil entender y poner precio al riesgo asociado con el préstamo que se otorgue a diferentes segmentos de clientes. Por lo tanto, se considera a todos los clientes como los más riesgosos. Con una infraestructura de recolección de datos más desarrollada, como los burós de crédito, los proveedores pueden empezar a expandirse para disminuir los segmentos de riesgo al cliente ofreciendo crédito menos costoso”.

Los inversionistas tampoco desean entender al cliente solamente en aras del resultado financiero. “Si entendiéramos mejor el impacto de la inclusión financiera, comercializaríamos de forma más precisa este impacto a donantes e inversionistas, evitando así algunas de las actuales incongruencias en las expectativas”, señala Caroline Bressan de la Fundación Calvert. Una mejor información sobre los clientes, no solamente en términos de sus necesidades, pero también en términos del impacto al acceso financiero, es crucial para lograr las metas de los inversionistas.

Los inversionistas pusieron en orden de prioridad varios puntos, clasificándolos en lugares más altos que los otros encuestados: infraestructura insuficiente, marco regulatorio inadecuado para los proveedores de las personas de bajos ingresos y documentos de identificación nacional. Estos puntos representan elementos clave en el ambiente propicio, y los inversionistas los consideran al evaluar negocios potenciales.

Los puntos que los inversionistas clasificaron en lugares más bajos que los otros grupos son igualmente interesantes. El primero en sobresalir es la transformación de las microfinancieras, algo que se fomentaba en el pasado porque era el punto de entrada de los inversionistas. En la encuesta, sin embargo, fue clasificada en el lugar 21.º, bastante por debajo de las clasificaciones hechas por otros grupos (en el lugar 12.º para los proveedores y 18.º entre las organizaciones de apoyo). Los inversionistas pueden pensar

que la mayoría de las IMF que se podrían beneficiar de la transformación ya lo han hecho.

Otro punto que los inversionistas clasificaron de manera especialmente baja es la falta de cooperación entre las redes (en el lugar 23.º comparado con el 14.º para las organizaciones de apoyo y 11.º para los proveedores). Este punto, que trata el ambiente para la banca electrónica, es una referencia a uno de los retos clave para las soluciones de escala innovadoras, como la banca móvil telefónica, que los inversionistas clasificaron en el 5.º lugar. Ya que los inversionistas están menos involucrados en implementar estos canales, podrían estar menos preocupados con temas de implementación prácticos.

Los puntos relacionados con la solidez de la industria de las microfinanzas, como la expansión y el progreso de las asociaciones de microfinanzas y el tener una voz industrial débil, fueron también clasificados en un nivel más bajo por los inversionistas que por otros. Podría ser que los inversionistas estén menos preocupados con la calidad de la industria microfinanciera mundial en su totalidad debido a que su trabajo se enfoca en situaciones individuales y su contexto en el mercado.

3. Las organizaciones de apoyo toman en cuenta la misión social

Las organizaciones de apoyo representan el grupo de interesados más grande de la encuesta, con 121 personas que respondieron, 40 por ciento del total. Este grupo es heterogéneo, incluye a las asociaciones y redes microfinancieras, evaluadores, asesores técnicos y otras personas especializadas en ayudar, evaluar o asesorar a los proveedores de microfinancieras. Muchos miembros de organizaciones de apoyo trabajan directamente con los proveedores. Esta heterogeneidad crea una lista diversa de oportunidades y obstáculos que no se alinean fácilmente con un punto de vista en particular. Además, muchas organizaciones de apoyo trabajan en más de un país e incluso de una región. Se puede considerar, por lo tanto, que sus perspectivas combinadas, tienen aplicación a nivel global, en toda la industria. Finalmente, debido al peso de la muestra, los puntos de vista de las organizaciones de apoyo influyen firmemente a las clasificaciones generales.

Los puntos que estuvieron a la cabeza de las lista de organizaciones de apoyo registran las respuestas generales de diferentes maneras, incluyendo los temas con más puntaje: educación y conocimientos financieros, expansión de la gama de productos, protección al cliente y capacidad institucional (Tablas 2 y 3). Las prioridades más altas de las organizaciones de apoyo están sincronizadas con los esfuerzos de la industria de regresar al enfoque en el cliente, fortaleciendo la capacidad financiera de los clientes, asegurando que no sean inadvertidamente perjudicados por los proveedores y ofreciéndoles diversos productos.

Las organizaciones de apoyo son responsables, en realidad, de la clasificación general alta de la educación financiera como un obstáculo. La clasificaron en el 1.º lugar como obstáculo comparada con el 7.º lugar para los proveedores y 10.º para los inversionistas. Lindsey Gleason, de ACCION, escribe: “Las opciones sin educación son peligrosas y crean oportunidades para sacar ventaja de las personas de bajos ingresos”. Su comentario destaca otra prioridad clara para las organizaciones de apoyo: la protección al cliente. La regulación de protección al cliente fue la 2.º oportunidad clasificada para las organizaciones de apoyo comparada con la 6.º para los proveedores. La protección inadecuada al cliente fue el 4.º obstáculo clasificado, comparado con el 7.º para los inversionistas y el 27.º para los proveedores. Esta gama de clasificaciones para la protección inadecuada al cliente fue mayor que para cualquier otro punto. Esto apunta a la necesidad de diálogo honesto entre los grupos interesados para aceptar las prácticas de la industria: quizás las organizaciones de apoyo hayan exagerado el tema de la protección al cliente, o quizás los proveedores consideran sus prácticas propias y vigentes con pasividad. Con toda probabilidad, hay algo de verdad en ambos puntos de vista.

El enfoque monoproducto de las microfinanzas también fue clasificado en un lugar alto como un problema por las organizaciones de apoyo (2.º comparado con 5.º por los inversionistas y 8.º por los proveedores). Un encuestado de una organización de apoyo hace hincapié en la importancia de expandir la gama de productos y lo que eso requeriría. “La industria de las microfinanzas ha sido un monoproducto por demasiado tiempo y generar un enfoque más integral para satisfacer las necesidades financieras de las

personas de bajos ingresos requiere de una mejor información por parte de la demanda”.

El resto de las diez primeras oportunidades y obstáculos de las organizaciones de apoyo son similares a aquellas de otros grupos, con una excepción: las prácticas deficientes de negocios, que obtuvieron el 8.º lugar por las organizaciones de apoyo, un lugar más alto que por parte de otros grupos. La encuesta define las prácticas deficientes de negocios como: “Instituciones financieras que roban al personal y a los clientes, usan prácticas de cobro indebidas y buscan ganancias excesivas. Los clientes sobreendeudados perjudican a la industria en su totalidad”. Un número de encuestados comentó acerca de la búsqueda de ganancias excesivas. Ruben de Castro de Lara de la Fundación SHED de Filipinas escribe: “Si ustedes observan a los profesionales de la inclusión financiera, la mayoría, sino todos, están impulsados por las oportunidades de ganancias que puedan generar con solo proporcionar servicios de microfinanzas. No hay nada incorrecto con respecto a la generación de ganancias debido a que la viabilidad es muy importante. Sin embargo, hay simplemente mucho enfoque en las ganancias a costa de las personas de bajos ingresos”.

Los comentarios de De Lara y otros similares señalan que los nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial son una razón para las prácticas deficientes de negocios, especialmente debido a la búsqueda de ganancias excesivas. Geetha Nagarajan comenta: “Las prácticas deficientes de negocios van a ser el obstáculo ‘mayor’ para la industria de las microfinanzas en el futuro. Esto es parcialmente debido a nuevos participantes sin un entendimiento claro de las microfinanzas y a que algunos actores de la industria transmiten mensajes en voz alta de que las microfinanzas son muy rentables, que las microfinanzas pueden ser comercializadas y de que su comercialización representa ganancias de cualquier manera posible sin mucha contextualización”. Los proveedores, como Alice Lubwama de FINCA Uganda, también expresaron la preocupación que “los nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial tiendan a enfocarse en el negocio de generación rápida de ganancias”.

4. Una nota sobre reguladores y donantes

A pesar de que el número de reguladores (16) y donantes (17) que participaron en la encuesta era muy

pequeño para ameritar una comparación a fondo con otros grupos interesados, dimos una mirada rápida a cómo respondieron.

Los reguladores que participaron en la encuesta estuvieron de acuerdo con los otros encuestados en poner la educación financiera y los conocimientos financieros como la oportunidad y el obstáculo número uno, con casi todos los reguladores eligiendo esos puntos. Los canales de distribución alternativos, como la banca móvil y los bancos correspondientes también tuvieron un gran valor asignado por los reguladores que respondieron. Los reguladores, al igual que otros, vieron poco valor en las iniciativas gubernamentales para la inclusión financiera. Oportunidades como créditos dirigidos/seccionales, planes de ahorros incentivados, mandatos para crear cuentas de depósito sin complicaciones y enlazar las transferencias gubernamentales a las cuentas de ahorro, se clasificaron todos cerca del final de la lista.

En la mayor parte de aspectos, los reguladores clasificaron los obstáculos de manera similar a otros grupos, con temas enfocados en los clientes, la capacidad institucional y los costos, que se clasificaron primero. La sorpresa más grande entre las respuestas de los reguladores fue la clasificación baja del enfoque monoproducto de las microfinanzas como un obstáculo; solamente tres lo pusieron en la parte superior de la lista. Sus respuestas sugieren que los reguladores pueden tener un punto de vista más amplio con respecto a la inclusión financiera al considerar las crisis en microfinanzas como la que ocurrió en Andhra Pradesh.

Estos resultados están en línea con las conclusiones de la encuesta que la AFI, una organización de reguladores, hizo a sus miembros en 2010. En la siguiente cita de la encuesta hemos incluido notas para indicar cómo las clasificaciones generales de esta encuesta coinciden con las conclusiones de la encuesta de la AFI.

Las tendencias emergentes incluyen el reconocimiento de que el papel de los generadores de políticas está cambiando y que el liderazgo es importante para las estrategias exitosas de inclusión financiera y las respuestas; que las microfinanzas pueden usarse como un punto de entrada para mejorar el acceso;

que la tecnología nueva (Oportunidad 3), es una consideración muy importante pero no la única para los generadores de políticas de países en vías de desarrollo que buscan mejorar el acceso; que el ahorro es el elemento fundamental de las iniciativas de inclusión financiera (Oportunidad 2); que los bancos tienen un papel importante en llegar a las personas de bajos ingresos con sus servicios (Oportunidad 21) y que la política de inclusión financiera debe enfocarse no solamente en preocupaciones de suministro, sino también en la demanda al consumidor (Obstáculo 4 y Oportunidad 10).

Barreras comúnmente identificadas incluyen la respuesta del mercado, la necesidad de mayor coordinación de grupos interesados (Obstáculo 13), falta de datos confiables (Oportunidad 10) y documentos de identidad nacional y sistemas (Oportunidad 15), y la necesidad de mayor entendimiento del consumidor (Obstáculos 1 y 4), confianza (Obstáculo 27) y protección (Oportunidad 5).⁶

La única divergencia importante del mensaje es la clasificación relativamente alta que se les dio a los bancos comerciales como agentes de la inclusión financiera, lo cual refleja el fuerte enfoque de los reguladores en las instituciones que regulan, mientras que nuestros encuestados están predominantemente asociados con proveedores más pequeños. Nuevamente, sin embargo, el número pequeño de respuestas de los reguladores hace que cualquier conclusión de esta encuesta sea tentativa.

Para los 17 donantes que completaron la encuesta, el orden de prioridad de las oportunidades corresponde bastante con las clasificaciones generales. En el lado de los obstáculos vemos más diversidad. En especial, dos obstáculos que fueron clasificados en lugar bajo por los encuestados en su totalidad —ambiente no favorable a los negocios (19.º en general) y falta de interés de los proveedores y generadores de políticas (25.º en general)— fueron ubicados dentro de los primeros diez por muchos donantes. De otro lado, los donantes clasificaron los obstáculos que estaban más relacionados a los operativos, cerca del final: riesgo del cliente, costo de establecer agencias y falta de información demográfica.

6. Alliance for Financial Inclusion, “The 2010 AFI Survey Report on Financial Inclusion Policy in Developing Countries”, 2.

Parte III. Oportunidades similares, obstáculos diferentes – Respuestas por región⁷

1. África: ¿se saltará la banca móvil los retos de la infraestructura?

Entre los encuestados africanos los puntos principales fueron la expansión de la gama de productos y la capacidad institucional limitada, ambos muy por encima de los siguientes puntos clasificados (Tabla 4). Los encuestados africanos no clasificaron los conocimientos ni la educación financiera limitada en primer lugar; sin embargo, en el 2.º y 4.º lugares estuvieron bastante priorizados. Un comentario típico, de John Muhimbise, un proveedor de Uganda, fue: “La mayor parte de la población rural es analfabeta o viene de orígenes educativos humildes. Por lo tanto, es difícil convencerlos de que los servicios financieros son para ellos, ya que erróneamente creen que son para los muy educados. La educación financiera es, en consecuencia, absolutamente necesaria si se va a incluir a este segmento importante”.

Dentro de un acuerdo amplio con sus colegas de todo el mundo, los encuestados africanos presentaron unas cuantas preocupaciones en particular. Por ejemplo, las brechas en la infraestructura obtuvieron un 3.º lugar, bastante más alto que el total. Estas brechas estuvieron relacionadas al costo alto de abrir agencias (6.º en África). Desde Nigeria, la proveedora de servicios financieros Pauline Nsa escribe: “La infraestructura insuficiente, como la electricidad, el agua y el transporte, hace que el costo de proveer servicios financieros a las personas de bajos ingresos sea muy caro”. John Lwande, CEO del Akiba Commercial Bank, de Tanzania observa: “Los costos de abrir/operar agencias son generalmente altos. La política de seguridad física del Banco de Tanzania hace que establecer la infraestructura de las agencias sea demasiado costoso, tomando más tiempo a las agencias alcanzar un umbral de rentabilidad y atender a un número más grande de clientes en términos rentables”. Su mensaje señala no solamente las brechas en la infraestructura básica sino las regulaciones que ponen más valor a la seguridad que a la inclusión, y que con toda probabilidad no se han nivelado con las alternativas a la seguridad física que las tecnologías nuevas tienen disponible.

Un punto en particular de la infraestructura aparece en forma repetida: el problema causado por la falta de documentos únicos de identificación. Mundialmente, este punto se clasificó 15.º como oportunidad y 24.º como obstáculo, pero en África fue la 6.º oportunidad y el 9.º obstáculo. Muchos comentaristas trataron este problema. Desde Victoria Collins, con un programa de desarrollo empresarial para mujeres jóvenes, quien expresa: “Un obstáculo grande para el acceso a servicios financieros para las niñas, es su falta de tarjetas nacionales de identificación que se requieren para abrir cuentas en el sistema bancario formal”. John Lwande expresa lo siguiente: “En Tanzania los burós de crédito desempeñarían un gran papel en modernizar las selecciones. Sin embargo, esto no se puede lograr fácilmente sin que existan las tarjetas nacionales de identificación, lo cual aseguraría que los clientes tuvieran un número único de identificación para todas las transacciones”. Además, “Los requisitos para abrir cuentas en un país como Tanzania, donde no hay tarjetas de identificación nacionales ni un sistema general de direcciones, o en general direcciones de calles, hace difícil agilizar la apertura de cuentas para los clientes”. John Muhimbise de Uganda, declara: “Sin tarjetas nacionales de identificación se hace difícil rastrear a los prestatarios ya que simplemente incumplen y se evaporan”. Es importante observar que el problema de la documentación tiene muchos efectos tanto en los ahorros como en la concesión de crédito, ya que inhibe tanto la apertura de cuentas como el compartir la información de crédito”.

Mientras que África está rezagado en tarjetas de identificación, hay un entusiasmo palpable acerca de los teléfonos móviles, la 2.º oportunidad clasificada. Las ventajas para los clientes son grandes. “Mi investigación sobre por qué solamente el 3 por ciento de la población utiliza las instituciones financieras revela que la mayoría de usuarios valora la conveniencia seguida del costo de los servicios. Con el 30 por ciento de la po-

7. Aquí no hay ninguna sección de respuestas de Europa Occidental, Canadá y los Estados Unidos. Estas respuestas registran las respuestas en total, dado su gran peso en la encuesta. Más aún, los encuestados de estos países generalmente contestaron desde un punto de vista mundial en vez de desde una perspectiva regional o nacional. Para obtener más información sobre cómo se comparan las respuestas de cada región con las clasificaciones generales de todos los encuestados, ver el Apéndice V.

Tabla 4. Resultados de la encuesta: África

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Expandir la gama de productos(73)	1 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos (68)
2 Banca móvil (celular) (62)	2 Educación financiera limitada (59)
2 Generar capacidades para las microfinancieras (62)	3 Infraestructura insuficiente (57)
4 Educación financiera (59)	4 Interferencia política (54)
5 Burós de crédito (54)	4 Falta de burós de crédito (54)
6 Documentación de identificación nacional (49)	6 Costos de abrir/operar agencias (51)
7 Regulación de protección al cliente (46)	7 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (49)
7 Instituciones de inclusión financiera plena (46)	8 Prácticas deficientes de negocios (41)
7 Establecer contacto con grupos nuevos de clientes (46)	9 Requisitos de documentación (38)
10 Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas (no en efectivo) (43)	10 Protección inadecuada al cliente (35)
	10 Estructuras de costos de productos (35))

Nota: n = 37. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez puntos principales.

blación que posee teléfonos móviles, no existe mejor canal de distribución de servicios financieros que sea más conveniente y económico que un teléfono móvil”, escribe John Muhimbise; y el pensamiento de los consumidores hacen eco en John Lwande, quien señala las ventajas del lado del proveedor, es decir, permitir que el banco llegue a un segmento de la población de menor ingreso a un costo menor.

2. Asia: una mezcla de distintos mercados de microfinanzas

El panorama de inclusión financiera de Asia varía extensamente entre países. Las Filipinas y Camboya tienen sectores de microfinanzas que prosperan. Las microfinanzas de India están en crisis pero otras innovaciones financieras están en planificación, y el enfoque de China, de control del gobierno, es único. Existen situaciones diversas que son responsables en parte de la falta de señales claras cuando las respuestas asiáticas se añaden.

Las clasificaciones más altas están muy cercanas (Tabla 5). La generación de capacidades para las microfinancieras está clasificada como la oportunidad más importante, con la expansión de la gama de productos, la educación financiera y los burós de crédito viniendo

detrás y cerca. Del lado de los obstáculos, tres puntos empataron por el primer puesto: la educación financiera limitada, el marco regulatorio inadecuado y el entendimiento limitado de las necesidades de los clientes. De hecho, los resultados para Asia son bastantes similares a los resultados en general: las siete oportunidades más altas son exactamente las mismas en Asia que en las clasificaciones totales, a pesar de que están clasificadas en un orden ligeramente diferente.

Solamente unas cuantas excepciones sobresalen. Asia fue la única región en clasificar el marco regulatorio inadecuado a la cabeza de la lista de obstáculos. Sin embargo, un comentario de Tomas Gomez de las Filipinas, reconoce que los reguladores están progresando:

Ya la ley ordena la creación de un buró de crédito en las Filipinas, con la participación del sector privado a través de la participación accionaria.... Esperamos que la compañía esté organizada durante este año. Recientemente el Bangko Sentral ng Pilipinas (BSP) ha emitido regulaciones que de forma efectiva permite que los bancos de todos los tamaños ejecuten las correspondientes actividades bancarias. Nuevas regulaciones del BSP también preparan el camino para una gama más amplia de servicios para segmentos de bajos ingresos.

Tabla 5. Resultados de la encuesta: Asia

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Generar capacidades para las microfinancieras (71)	1 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (55)
2 Expandir la gama de productos (69)	1 Educación financiera limitada (55)
3 Burós de crédito (67)	1 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (55)
3 Educación financiera (67)	4 Interferencia política (52)
5 Regulación de protección al cliente (64)	4 Falta de burós de crédito (52)
6 Banca móvil (celular) (55)	4 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos (52)
7 Instituciones de inclusión financiera plena (52)	7 Protección inadecuada al cliente (48)
8 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (45)	7 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (48)
9 Documentación de identificación nacional (40)	9 Estructuras de costos de productos (43)
9 Grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas (40)	10 Prácticas deficientes de negocios (40)
	10 Costos de abrir/operar agencias (40)

Nota: n = 42. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez puntos principales.

Los encuestados asiáticos tenían menos probabilidades que otros de endosar las microfinanzas comerciales (clasificando en el lugar 12.º a los nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial) y clasificaron la competencia como propulsora de la inclusión en un lugar más bajo (16.º comparada a 13.º). Ellos ven los bancos comunales y los préstamos como una oportunidad más vibrante (9.º comparado con 17.º en total). Esto puede estar relacionado al reconocimiento de los grupos populares, que son especialmente difíciles de alcanzar a través de medios formales (reflejado en la clasificación de las poblaciones transitorias, migrantes y desplazadas, 16.º comparada con el último lugar en total). Se pueden ver los efectos de la crisis de India en las clasificaciones relativamente altas dadas a los grupos auto-regulados y asociaciones como oportunidades, y a la imagen negativa de la prensa como un problema.

Algunos países de la región enfrentan situaciones únicas. Considere esta respuesta anónima que viene de Afganistán, evocadora de los años anteriores, en muchos países, cuando las microfinanzas eran en gran parte, una actividad dirigida por donantes.

El problema en Afganistán no es de fondos para los préstamos, sino de la capacidad de usar los fondos

en forma responsable y con una base sostenible. Es una batalla constante la de poner freno a los donantes que empujan el ‘desembolso y la cobertura’ cuando no existe una ruta. Un gran programa diseñado para proporcionar acceso financiero a áreas rurales y a empresas agricultoras en especial, fue conceptualizado en un principio para trabajar a través de los proveedores existentes de servicios financieros, p. ej., bancos comerciales, IMF, etc. Dada la ausencia de proveedores que ofrecieran productos relacionados con la agricultura, que tuvieran una infraestructura para distribuir o la capacidad de discernir la calidad de los prestatarios o ejecutar los reintegros (sin mencionar la geografía), no hubo instituciones calificadas y deseosas de asociarse con este programa de una manera significativa.

La inclusión de un número grande de respuestas de India indudablemente influencia las clasificaciones de Asia, así que le dimos una mirada más detallada (ver el Recuadro en la página 32).

3. América Latina y el Caribe: diferentes sub-regiones enfrentan diferentes realidades

Los encuestados de América Latina estuvieron de acuerdo con sus pares y el resto del mundo en los

mensajes centrales. Ellos avalaron firmemente la educación financiera como la oportunidad número uno (Tabla 7). En términos generales, pusieron énfasis en el mejor entendimiento de los clientes y en darles respuestas a sus necesidades. El consenso sobre la educación financiera entre los encuestados suramericanos fue especialmente alto, teniendo en cuenta que el 86 por ciento la seleccionaron. Este enfoque en la educación financiera se ve bastante relacionado con los siguientes dos retos: llegar a grupos a los que todavía no se les ha prestado servicios y ampliar la gama de productos. Jose Luis Aguela, de una organización de apoyo de Perú afirma: “La educación financiera es muy importante para expandir la gama de productos, para que los clientes entiendan y usen los productos inteligentemente”.

Sin embargo, dentro del consenso general sobre las necesidades de los clientes y la gama de productos, América Central y América del Sur ofrecen puntos de vista diferentes. América del Sur emerge como un mercado maduro, enfrentando las tensiones que vienen con una fase más avanzada del desarrollo de la industria. Ha ido más allá de los puntos básicos de desarrollar una industria de microfinanzas y ahora está enfocada en retos específicos, competitivos y relacionados con su misión. Ante la elevada competencia y la saturación de algunos mercados, los proveedores suramericanos están preocupados sobre la reducción de costos y encontrar segmentos del mercado a los que todavía no se les haya prestado bien los servicios. Por ejemplo, Ramón Larrea observa: “El Perú es un mercado grande, pero lo suficientemente concurrido en las ciudades principales”. Él recomienda salir de las ciudades grandes de mucha competencia e ir a las áreas rurales, como lo hacen un número de sus pares.

El obstáculo principal a la cobertura rural es, sin embargo, el costo. Los problemas de costo se clasificaron 2.º y 3.º entre los encuestados suramericanos, siendo estas clasificaciones mucho más elevadas que en otras regiones. Los costos de llegar a áreas rurales son desalentadores, e incluyen la infraestructura física, que se considera como una barrera importante (8.º). En Paraguay, por ejemplo, Teresa Rivarola de Velilla escribe: “Debemos observar la gran inseguridad que persiste en Paraguay, que requiere grandes costos para las inversiones en detectores de metal para las entradas, guardias en todas las agencias, costos altos para el transporte de efectivo, etc.”.

La necesidad de expansión rural y sus costos acompañantes ayudan a explicar las esperanzas altas para la banca móvil y los bancos corresponsales, clasificados en lugares altos, en 2.º y 4.º lugares de la lista de oportunidades de América del Sur. En esta región (y en América Central y el Caribe), a diferencia de otras, los bancos corresponsales ocupan lugares más elevados en las clasificaciones que la banca móvil telefónica. Esto no es sorprendente, dado que el modelo de banco corresponsal originado en Brasil se propagó a otros países de América del Sur, mientras que la banca móvil telefónica todavía no se ha extendido en ningún país del continente. Entre las dificultades que ahora impiden la expansión de la banca móvil y de los bancos corresponsales es la falta de cooperación entre redes, un punto que aparece como el 3.º obstáculo en América del Sur, a pesar de que solamente se clasificó 13.º en general.

Era menos probable que los encuestados de América del Sur citaran los elementos fundamentales de la industria como obstáculos importantes. La capacidad limitada de las IMF, el 2.º obstáculo de carácter mundial, estaba en solamente el lugar 11.º entre los encuestados suramericanos. La falta de burós de crédito, en 6.º lugar en general, ocupó el lugar 21.º, y otros temas legales de infraestructura, incluyendo la documentación de identificación nacional, y las garantías y la reforma de las operaciones garantizadas, estuvieron todos cerca del final de la lista. La protección inadecuada al cliente, en el lugar 10.º en general, ocupó el lugar 26.º en América del Sur. La transformación de las instituciones microfinancieras ocupó el lugar 20.º, es decir que tuvo una clasificación baja. Presumiblemente, las clasificaciones bajas indican que se han resuelto estos retos básicos.

Sin embargo, al mismo tiempo, la generación de capacidades para las microfinancieras todavía se clasifica en un lugar elevado como oportunidad, así como la regulación de protección al cliente. De los comentarios se pueden obtener explicaciones para las discrepancias. Por ejemplo, se necesita la generación de capacidades en áreas especializadas como la capacitación del personal. Teresa Rivarola de Velilla, quien administra un MFI en Paraguay, escribe: “Para desarrollar servicios financieros buenos en áreas de bajos ingresos tenemos que hacer inversiones importantes en la capacitación del personal, incluyendo actitudes

Tabla 6. Resultados de la encuesta: India

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Expandir la gama de productos (72)	1 Interferencia política (72)
1 Educación financiera (72)	2 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (61)
3 Regulación de protección al cliente (67)	2 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (61)
4 Generar capacidades para las microfinancieras (61)	4 Falta de burós de crédito (56)
4 Burós de crédito (61)	4 Educación financiera limitada (56)

Nota: n = 18. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez principales.

Operando en el epicentro de los sucesos que han sacudido las microfinanzas, los encuestados de India están intentando aceptar las causas de la crisis y sus posibles soluciones.^a Mientras que las oportunidades que observan hacen eco del punto de vista de todo el mundo (gama de productos, educación financiera, regulación de protección al cliente, generación de capacidades para las MFI y burós de crédito), los principales obstáculos pueden incluso considerarse un autodiagnóstico de los errores cometidos en Andhra Pradesh (Tabla 6).

No es ninguna sorpresa que la interferencia política lleve la delantera, seguida de la regulación inadecuada para las microfinanzas y el enfoque monoproducto. Hay una distribución sucinta de culpa: la causa de la crisis fue la interferencia política que sucedió debido a la regulación inadecuada que canalizó a las microfinanzas para que siguieran un enfoque monoproducto. Los siguientes cinco puntos (ausencia de burós de crédito, niveles bajos de educación financiera, falta de entendimiento de las necesidades de los clientes y prácticas deficientes de negocios) pusieron, además, las bases para la crisis. Otros obstáculos relacionados con la crisis que obtuvieron un puntaje bastante más alto en India que en otras regiones incluyen la imagen negativa ante la prensa (10.º) y el crecimiento insostenible (12.º).

Las oportunidades mejor clasificadas abarcan una lista de cosas por hacer en cuanto a prioridades para desarrollar una industria más favorable para los clientes: ampliar la gama de productos, educar a los clientes, mejorar la protección a los clientes, crear burós de crédito y fortalecer la capacidad de las MFI. (Aunque es irónico observar que la capacidad institucional débil de las MFI, clasificada mundialmente en 2.º lugar, obtuvo solamente el lugar 16.º en India).

Al mismo tiempo, las microfinanzas de India están intentando organizarse mejor para vigilar la conducta del mercado, asegurar la protección al cliente e interactuar de manera efectiva con los reguladores. La autorregulación y las asociaciones fortalecidas de microfinanzas obtuvieron ambas el 9.º lugar entre las oportunidades, una clasificación mucho más elevada que en otras regiones.

Solamente después de lidiar con estos temas relacionados con la crisis, surgen en India retos y oportunidades a largo plazo. El esfuerzo mayor ayudado por la tecnología es la identificación nacional (en 6.º lugar), que está relacionada con la necesidad apremiante de burós de crédito (4.º). Los grupos de autoayuda están también situados en un lugar relativamente alto en la lista de oportunidades (12.º). Por el lado de los obstáculos, India es uno de los únicos sitios donde las poblaciones transitorias y desplazadas (12.º) surgen como importantes. La banca sin sucursales a través de teléfonos celulares (11.º) y agentes bancarios (12.º) son todavía importantes, pero han caído muy por debajo de su clasificación en la mayor parte de regiones.

Finalmente, en un país donde los bancos del sector público dominan el paisaje financiero, y donde los reguladores no han dudado en darles a los bancos mandatos sobre cómo funcionar, las personas que llenaron esta encuesta dieron marcas muy bajas a las iniciativas del gobierno (mandatos de reforma de la banca estatal; cuentas de depósito sin complicaciones), con la excepción de ahorros incentivados y planes de transferencias en efectivo (18.º). En el país donde los requisitos de préstamo del sector prioritario han alimentado el crecimiento de las microfinanzas, ni siquiera un hindú encuestado eligió el crédito dirigido entre las diez primeras oportunidades, colocándolo al final de la clasificación.

a. En noviembre de 2010, informes del sobreendeudamiento de los clientes en el sector de microfinanzas de rápido crecimiento del sur de India incitó que el Banco de Reserva de India pasara regulación nueva controvertida para reducir el crecimiento insostenible.

Tabla 7. Resultados de la encuesta: América Latina

AMÉRICA DEL SUR	
OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Educación financiera (86)	1 Educación financiera limitada (70)
2 Bancos corresponsales (70)	2 Estructuras de costos de productos (62)
3 Generar capacidades para las microfinancieras (59)	3 Falta de cooperación entre las redes (51)
4 Regulación de protección al cliente (57)	3 Costos de abrir/operar agencias (51)
4 Banca móvil (celular) (57)	5 Interferencia política (49)
6 Instituciones de inclusión financiera plena (54)	5 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (49)
7 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (51)	5 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (49)
8 Burós de crédito (49)	8 Infraestructura insuficiente (46)
8 Expandir la gama de productos (49)	8 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (46)
10 Competencia (46)	10 Prácticas deficientes de negocios (41)
AMÉRICA CENTRAL Y EL CARIBE	
OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Educación financiera (72)	1 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (72)
1 Expandir la gama de productos (72)	2 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos (59)
3 Burós de crédito (69)	2 Estructuras de costos de productos (59)
4 Bancos corresponsales (66)	4 Infraestructura insuficiente (53)
5 Generar capacidades para las microfinancieras (59)	5 Falta de burós de crédito (50)
6 Instituciones de inclusión financiera plena (50)	6 Enfoque monoproducto de las microfinanzas (47)
7 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (47)	7 Educación financiera limitada (41)
8 Demanda de mejor información (44)	7 Costos de abrir/operar agencias (41)
8 Expansión y mejoramiento de las asociaciones de microfinanzas (44)	7 Interferencia política (41)
8 Transformación de microfinancieras (44)	7 Infraestructura legal débil (41)
	7 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (41)
	7 Prácticas deficientes de negocios (41)
	7 Financiamiento inadecuado (41)

Nota: América del Sur: n = 37; América Central y el Caribe: n = 32. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez principales.

así como aptitudes”. Un encuestado del Perú menciona la necesidad de mejorar las tecnologías de crédito que funcionaron bien durante períodos de riesgo alto, después de la crisis financiera mundial.

En el caso de la protección al cliente, la discrepancia puede estar en que mientras que los encuestados creen que ellos tratan bien a sus clientes, están también preocupados acerca de los otros proveedores y les gustaría que haya regulación para establecer condiciones iguales para todos. Algunos encuestados mencionaron la transparencia en la tasa de interés como una brecha importante, así como las preocupaciones acerca de la tasa de interés máxima que se vislumbra.

El temor de la tasa de interés máxima refleja una preocupación general sobre la relación entre las microfinanzas y los actores políticos. La interferencia política se clasificó como el 5.º obstáculo más importante de América del Sur. Pero aquí hay algunos puntos no relacionados: la imagen negativa ante la prensa estuvo en último lugar, citada como un obstáculo clave por solamente una persona en la región. En forma similar, la voz débil de la industria estuvo en la segunda mitad de la lista de obstáculos. Esto sugiere que mientras que los participantes de la subregión están preocupados acerca de la interferencia política, esta interferencia no ha sido alimentada por la prensa, como en India. También sugiere que los participantes no ven mucha ventaja en alzar la voz de la industria o iniciar la autorregulación como manera de contrarrestar la interferencia política.

América Central y el Caribe presentan una situación diferente. Las presiones de la competencia y de la interferencia política están presentes, y son un problema para una industria que todavía no está muy desarrollada. Las instituciones de microfinanzas de América Central están enfrentando tanta presión como sus pares de América del Sur, pero están menos preparadas para ello. Entre los diez obstáculos principales, además del entendimiento general limitado de las necesidades del cliente, están presentes los siguiente conceptos básicos institucionales y del mercado: capacidad institucional limitada de las IMF (2.º), infraestructura insuficiente (4.º), falta de burós de crédito (5.º), un marco regulatorio inadecuado (7.º) y la falta de financiamiento adecuado (también 7.º). América Central es la única región

que coloca la transformación de las microfinancieras y el financiamiento entre los diez primeros puntos. Sorprendentemente, en esta región, la falta de educación financiera no obtuvo un lugar elevado; comparte el 7.º lugar con otros puntos. Pareciera que en América Central las brechas básicas son tan urgentes que dejan fuera la educación financiera.

Al mismo tiempo, América Central enfrenta la presión de los costos (2.º y 7.º). Mercedes Canalda, la Directora Ejecutiva de ADOPEM, una IMF importante de la República Dominicana, observa los altos costos operativos, incluyendo la falta de infraestructura básica que requiere la compra de generadores de electricidad para cada agencia. Tanir Helayel, un inversionista, comenta sobre el mejor manejo del riesgo de crédito incentivado por los burós de crédito como respuesta a la presión competitiva: “Con una infraestructura más desarrollada de recolección de datos como los burós de crédito, los proveedores pueden comenzar a expandirse para disminuir los segmentos de riesgo al cliente ofreciendo crédito menos costoso”.

La interferencia política (7.º) está también presente en las subregiones, aunque no tan fuertemente como en América del Sur. Aparentemente, los problemas políticos de Nicaragua no han afectado gravemente a las microfinanzas de países vecinos. La región tiene grandes esperanzas en un modelo de bancos corresponsales (4.º) pero todavía no se ha enfocado en la banca móvil telefónica (13.º).

4. Otras regiones: el Medio Oriente y África del Norte; Europa Oriental y Asia Central

A pesar de que las respuestas a la encuesta de las regiones de Medio Oriente y de África del Norte (MENA) y Europa Oriental y Asia Central (EECA) fueron muy pocas (9 y 10, respectivamente) para ameritar un análisis importante, les dimos un vistazo.

Las principales oportunidades en la región de MENA incluyen regulación de protección al cliente, ampliación de la gama de productos y burós de crédito. Los principales obstáculos son la protección inadecuada al cliente y la educación financiera limitada. No se considera una oportunidad importante a los bancos corresponsales. Sorprendentemente, para una región con instituciones microfinancieras

nuevas, la capacidad institucional limitada entre las IMF solamente recibió un voto de los encuestados de MENA.

En EECA, los burós de crédito encabezaron la lista de oportunidades, seguidos de cerca por la regulación mejorada y la supervisión de las IMF. Los obstáculos mejor clasificados fueron únicos para esta región: después de la educación financiera limitada, los encuestados de EECA colocaron a los nuevos

participantes con un fuerte enfoque comercial, el financiamiento adecuado y las prioridades regulatorias financieras como las siguientes barreras más importantes para la inclusión.

Es difícil sacar conclusiones con esta pequeña muestra, pero estas respuestas pueden apuntar hacia preguntas que pueden ayudar a desarrollar un mayor entendimiento sobre la inclusión financiera en estas regiones únicas.

México: entusiasmo con respecto a los bancos corresponsales

Tabla 8. Resultados de la encuesta: México

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Bancos corresponsales (85)	1 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (80)
2 Burós de crédito (80)	2 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos (60)
3 Expandir la gama de productos (75)	2 Estructuras de costos de productos (60)
4 Educación financiera (65)	2 Infraestructura insuficiente (60)
5 Generar capacidades para las microfinancieras (55)	5 Falta de burós de crédito (55)
5 Competencia (55)	

Nota: n = 20. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez principales.

De acuerdo a las respuestas de México, los bancos corresponsales representan la oportunidad más grande para la inclusión financiera (Tabla 8). Recientemente las autoridades mexicanas proporcionaron regulaciones para los bancos corresponsales, desastando una avalancha de actividad por parte de instituciones financieras que son las primeras en desarrollar redes corresponsales sólidas. Los mexicanos favorecen firmemente a los bancos corresponsales por encima de la banca móvil, que se clasificó solamente en el 15.º lugar. Esto puede reflejar tanto el estatus de la regulación para la banca móvil como las preocupaciones sobre la cobertura de las redes de teléfonos celulares en el área rural de México. La búsqueda para crear canales de distribución accesibles tecnológicamente se refleja también en la clasificación relativamente alta que se dio a la infraestructura insuficiente y a la regulación rezagada en cuanto a la tecnología como obstáculos.

Los encuestados mexicanos tienen una confianza mayor en la competencia como impulsora de la inclusión que en otros puntos, clasificándola en 5.º lugar, mientras en la competencia de clasificaciones mundiales obtuvo el lugar 13.º. Todavía están interesados en las transformaciones microfinancieras, posiblemente debido a la introducción de las Sociedades Financieras Populares (SOFIPO) y otras nuevas categorías regulatorias; las instituciones todavía están considerando qué forma organizativa desean adoptar. La protección inadecuada al cliente se clasificó en un lugar bajo, posiblemente reflejando el trabajo de CONDUSEF, la agencia de protección al consumidor de México, uno de los esfuerzos regulatorios mejor desarrollado en el mundo. Y la educación financiera también se clasificó solamente 10.º como obstáculo a pesar de que tuvo una clasificación alta como oportunidad. Una anomalía final: en un país con datos demográficos disponibles que abarcan hasta la última cuadra de la ciudad, la falta de datos demográficos se clasificó 8.º como obstáculo, mucho más elevado que en otros lugares. Pareciera que aquellos que tienen los datos, desean tener más.

Apéndice I. Los puntos de la encuesta y sus definiciones

Apéndice Tabla 1. Definiciones: oportunidades

- Desarrollo de mercados de inversión** – Promover fondos privados de inversión que ofrezcan de manera responsable, deuda y capital a las instituciones financieras que atienden a las personas de bajos ingresos.
- Generar capacidades para las microfinancieras** – Mejorar la administración, el gobierno, los sistemas y las operaciones de las instituciones de microfinanzas.
- Regulación de protección al cliente** – Los sistemas de regulación se establecen para asegurar que los proveedores sean transparentes con respecto a la fijación de precios, que eviten el sobreendeudamiento de sus clientes y que los clientes reciban un trato justo.
- Garantías y reforma de las operaciones garantizadas** – Proporcionar un marco jurídico más sólido para los préstamos a través de registros de garantías, de la reforma de los derechos de propiedad y de procesos judiciales mejorados.
- Fomentar que los bancos comerciales bajen de nicho** – Los bancos comerciales deben de realizar operativos para prestar servicios a clientes de bajos recursos, ya sea a través de sus propias organizaciones o creando subsidiarias.
- Competencia** – Muchas instituciones financieras que compiten para prestar servicios a una clientela limitada pueden mejorar los precios y la calidad de los productos.
- Bancos corresponsales** – Utilizar los negocios existentes y las cadenas locales (p. ej., oficinas postales, gasolineras, etc.) como agentes bancarios para reducir los costos de los proveedores y ayudarlos a expandirse a áreas rurales y remotas.
- Burós de crédito** – Dar facilidades a las instituciones financieras para que compartan información sobre los historiales de pago de los prestatarios y su deuda total.
- Créditos dirigidos/seccionales** – Existen políticas que requieren que los proveedores den a ciertos segmentos o poblaciones ciertos productos, como los Préstamos Sectorizados en India y los Requisitos de Reinversión en Comunidades en los EE.UU.
- Expandir la gama de productos** – Desarrollar productos nuevos para las personas de bajos ingresos como: financiamiento hipotecario, microseguro, ahorro, crédito educativo, agrícola y energético.
- Expansión y mejoramiento de las asociaciones de microfinanzas** – Las asociaciones industriales pueden proveer servicios de educación al consumidor y al público en general, mejorar las relaciones públicas de la industria, tener capacidad de diálogo con las autoridades y ser el canal para buscar proyectos a nivel del sector.
- Educación financiera** – Enseñar a los clientes cómo manejar los recursos financieros, usar los servicios de manera adecuada y entender sus derechos como consumidores.
- Instituciones de inclusión financiera plena** – Las instituciones de microfinanzas y otras instituciones financieras proveen una gama completa de productos financieros a los clientes de bajos recursos: crédito, ahorros, seguro y pagos.
- Demanda de mejor información** – Información de a quiénes les falta acceso financiero y qué tipos de servicios necesitan.
- Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas** – Y otras instituciones financieras orientadas al mercado de bajos ingresos.
- Enlazar las transferencias gubernamentales a las cuentas de ahorros** – El pago de los beneficios gubernamentales debe ser a través de cuentas de depósito o tarjetas de débito para fomentar la atracción de nuevos clientes.
- Mandatos para crear cuentas de depósito sin complicaciones** – Los gobiernos requieren que los bancos ofrezcan a los clientes de bajos ingresos un producto simple sin un balance mínimo o cuotas de mantenimiento.
- Ahorros incentivados o planes de transferencias en efectivo** – Programas que incentivan el ahorro contribuyendo una cantidad similar a la depositada por el ahorrador.
- Transformación de microfinancieras** – Convertir a instituciones de microfinanzas sin fines de lucro en instituciones financieras reguladas para permitirles proveer más servicios y utilizar los mercados de capital para financiar el crecimiento.
- Banca móvil (agencias)** – El uso de fuentes transportables (p. ej., “bancos sobre ruedas”) para llegar a áreas rurales o remotas con densidad poblacional baja.
- Banca móvil (celular)** – Creación de dinero móvil y el uso de teléfonos celulares para llevar a cabo transacciones financieras.
- Documentación de identificación nacional** – Proporcionar identificación a todos los ciudadanos para que puedan fácilmente abrir una cuenta bancaria, registrarse en un Buró de Crédito o sacar un préstamo.
- Proveedores no tradicionales** – Grandes empresas (no financieras) (p. ej., Wal-Mex, Cemex, Western Union) pueden ofrecer servicios financieros a sus clientes.
- Venta cruzada y productos agrupados** – Prácticas en las cuales los proveedores agrupan servicios (p. ej., vender seguros con crédito) o vender nuevos productos a una serie de clientes (p. ej., ahorros a prestatarios) para disminuir los costos de ofrecer nuevos productos.
- Regulación y supervisión** – La prevención de quiebras bancarias, inflación y mercados financieros poco fiables sientan las bases para la inclusión.
- Establecer contacto con grupos nuevos de clientes** – Niños y jóvenes, rurales y en áreas remotas, discapacitados, grupos marginalizados, etc.
- Autoregulación** – Instituciones que permitan a las instituciones microfinancieras elaborar normas de común acuerdo y vigilarse entre ellos para cumplir, sin necesidad de una supervisión formal por parte del gobierno.
- Reforma de bancos estatales** – Lograr que los bancos estatales que prestan servicios a las personas de bajos ingresos sean más financieramente viables y mejoren la calidad de sus servicios.
- Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas (no en efectivo)** – Promover la efectividad y facilitar el uso de cajeros automáticos y dispositivos de punto de venta (p. ej., cajeros multilingües o que acepten depósitos).
- Grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas** – Grupos locales, informales (que ahorran y se prestan mutuamente dinero) pueden satisfacer necesidades financieras cuando los proveedores formales no puedan hacerlo.

Apéndice Tabla 2. Definiciones: obstáculos

- Financiación inadecuada** – Falta de financiamiento adecuado de una combinación confiable de fuentes locales e internacionales. Esto incluiría problemas de riesgo de cambio.
- Riesgo de clientes** – Muchos de los segmentos actualmente excluidos no son clientes adecuados para recibir servicios financieros.
- Nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial** – Los actores carentes de alicientes sociales que ingresan ya sea como inversionistas (p. ej., fondos de capital privado) o como proveedores (p. ej., prestamistas de consumo) desvían los esfuerzos de inclusión financiera de su enfoque en beneficio del cliente.
- Costos de abrir/operar agencias** – Los costos altos de abrir y operar agencias hacen que sean canales costosos para los vecindarios de bajos recursos o con poca densidad poblacional.
- Requisitos de documentación** – Las políticas para abrir cuentas o pedir préstamos (p. ej., contra el lavado de capitales/políticas de “Conozca a su cliente”) crean barreras para las personas de bajos recursos que carecen de identificación.
- Prioridades de regulación financiera** – La regulación prudencial que da prioridad a la estabilidad sobre el acceso puede desanimar a los proveedores de servicios de fomentar la inclusión.
- Impacto de la inclusión financiera** – Falta evidencia de que el acceso a los servicios financieros atenúe la pobreza.
- Protección inadecuada al cliente** – Los proveedores o reguladores no han desarrollado mucho las políticas de protección al cliente que aseguren que los servicios sean transparentes, justos y adecuados.
- Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos** – Regulación y supervisión débiles de las instituciones de microfinanzas y otras instituciones dedicadas a prestar servicios a personas de bajos recursos, como las políticas que impiden la captación de depósitos.
- Infraestructura insuficiente** – Infraestructura insuficiente en materia de transporte, comunicaciones y red eléctrica limitan la prestación de servicios financieros en áreas rurales y remotas.
- Falta de burós de crédito** – Información insuficiente sobre el historial de deuda y pago de los prestatarios limita la habilidad de los proveedores de evaluar la capacidad de pago, desalentándolos de prestar servicios a clientes nuevos y de más bajos recursos.
- Falta de información demográfica sobre las personas excluidas** – Información geográfica y demográfica insuficiente sobre las personas financieramente excluidas que impide la acción adecuada.
- Falta de interés en proveedores y gestores de políticas públicas** – Los proveedores no buscan prestar servicios a clientes de bajos ingresos porque no piensan que estos sean clientes viables. Los gestores de políticas públicas no fomentarán la inclusión si no la valoran.
- Falta de cooperación entre las redes** – Los canales de distribución como la banca móvil y los bancos corresponsales necesitan la participación crítica de agentes, telecomunicaciones, clientes, etc., o de la interoperabilidad para generar valor.
- Educación financiera limitada** – Los posibles clientes carecen de conocimientos para comparar y utilizar los servicios financieros, manejar un negocio y sus finanzas personales.
- Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos** – Muchas instituciones que prestan servicios a clientes de bajos ingresos tienen limitaciones de personal, administración y de dirección que impiden su desarrollo pleno.
- Conocimiento limitado de proveedores existentes** – Los proveedores existentes carecen de conocimientos suficientes para diseñar, fijar precios y mercadear servicios financieros para las personas de bajos ingresos.
- Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes** – Hay muy poca investigación de mercado sobre los elementos financieros del estilo de vida de los clientes —como flujo de caja y acumulación de activos— para fomentar el diseño de servicios costosos.
- Enfoque monoproducto de las microfinanzas** – Las microfinanzas se enfocan abrumadoramente en el microcrédito; muchas instituciones microfinancieras no han podido ampliar en forma significativa su gama de productos.
- Imagen negativa ante la prensa** – La crítica desfavorable de las instituciones microfinancieras pone en duda la inclusión financiera como un esfuerzo legítimo de desarrollo.
- Ambiente no favorable a los negocios** – Funcionarios corruptos, burocracias inútiles e inestabilidad política impiden la formación y el crecimiento de las instituciones.
- Interferencia política** – Los políticos propugnan políticas dañinas para el lucro político; los movimientos para no pagar o protestas por las deudas dificultan las operaciones de los proveedores de servicios financieros.
- Prácticas deficientes de negocios** – Las instituciones financieras que piratean personal y clientes de otras instituciones, utilizan prácticas abusivas de cobro, persiguen ganancias excesivas y el sobreendeudamiento de sus clientes, lo que daña a toda la industria.
- Estructuras de costos de productos** – Los métodos actuales de operación y entrega de servicios son costosos; esto da como resultado precios altos para los clientes de bajos ingresos (algunas veces los precios son hasta prohibitivos) e inhibe el suministro de servicios a los segmentos de escasos ingresos y mercados más remotos.
- Falta de confianza en instituciones financieras** – Las quiebras bancarias, las prácticas poco éticas y los paradigmas culturales (p. ej., bancos formales que están en mejor situación) hacen que las personas de bajos recursos eludan las instituciones formales.
- Regulación rezagada en cuanto a la tecnología** – La regulación y supervisión que no van a la par con (y por lo tanto limita la expansión de) tecnologías nuevas.
- Poblaciones transitorias, migrantes, desplazadas** – Es difícil prestar servicios con productos, metodologías y canales de distribución actuales a las personas que se mudan constantemente.
- Crecimiento insostenible** – El crecimiento rápido en áreas ya cubiertas en vez de desarrollar los mercados nuevos que todavía carecen de proveedores de servicios financieros para personas de bajos ingresos.
- Voz débil de la industria** – Los proveedores de inclusión financiera no están organizados para abogar en forma efectiva por sus intereses con los generadores de políticas o de fijar estándares propios.
- Infraestructura legal débil** – Los tribunales débiles y poco definidos que no ejecutan derechos de propiedad y acuerdos contractuales hacen que los proveedores consideren como arriesgado o costoso prestar servicios a clientes de bajos recursos.
-

Apéndice II. La encuesta y quién la tomó

La encuesta presentó dos listas: una lista de oportunidades y una lista de obstáculos. Cada una tenía 30 puntos. Se les pidió a los encuestados que seleccionaran, pero que no clasificaran, los diez puntos más importantes de cada lista. Como segundo paso, se les pidió a los encuestados que seleccionaran, de sus listas de diez puntos, los tres puntos que consideraran más importantes. Las diez primeras preguntas tenían como meta evaluar qué oportunidades y obstáculos generalmente se perciben como importantes, mientras que las tres preguntas más importantes buscaban identificar los puntos que se perciben como más urgentes.

La diversidad de opiniones con respecto a las 30 oportunidades y obstáculos fue grande. Los encuestados consideraron todos los puntos como importantes (queriendo decir que todos los puntos fueron seleccionados por lo menos por algunos encuestados en su lista de los diez puntos más importantes). Las respuestas a las tres preguntas más importantes están todavía más dispersas, muestran incluso menos consenso y no son tan reveladoras. El análisis de este informe se enfoca en cómo las personas respondieron a las diez preguntas más importantes, a menos que se indique lo contrario.

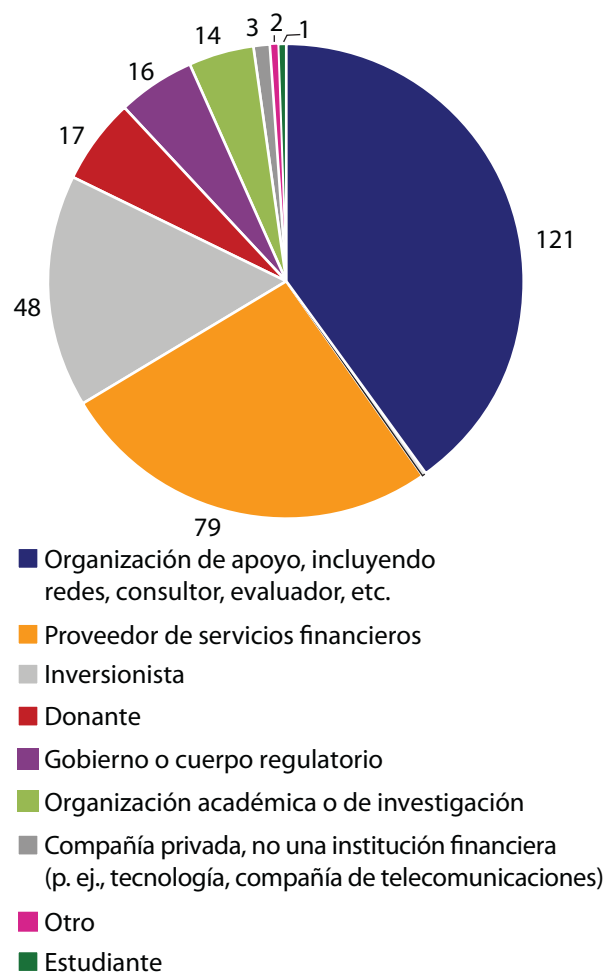
La encuesta se realizó en inglés, español y francés. Hubo 301 respuestas completas, que forman la base de los resultados que se presentan en este estudio. Se llevó a cabo de enero a marzo de 2011.

De acuerdo con los grupos interesados con los que el Centro para la Inclusión Financiera trabaja frecuentemente, la mayoría de las 301 personas que participaron en esta encuesta, trabajan en instituciones de microfinanzas o en organizaciones que invierten, fomentan, asesoran o analizan instituciones de microfinanzas. Por lo tanto, estos resultados deben considerarse como representativos de la voz de la industria de microfinanzas, en vez de representar las opiniones de todas las personas asociadas con la inclusión financiera.

Encuestados por industria

El grupo más grande de encuestados, con 121 respuestas, vino de “organizaciones de apoyo” (ver Apéndice Figura 1). Las organizaciones de apoyo

Apéndice Figura 1. Encuestados por industria



Nota: n = 301.

incluyen a consultores, redes, proveedores de ayuda técnica, evaluadores y otras organizaciones que proveen recursos, ayuda o asesoría.

El segundo grupo más grande estuvo compuesto por profesionales o proveedores directos de servicios financieros, con 79 respuestas. La mayoría de profesionales (75 por ciento) representados en la encuesta pertenecen a instituciones de microfinanzas, divididas relativamente igual entre las IMF reguladas y las sin fines de lucro. El resto de proveedores son los bancos comerciales (18 por ciento), las cooperativas (3 por ciento) y otros (5 por ciento).

El tercer grupo, con 48 respuestas, estuvo compuesto de inversionistas. Hay buena representación tanto de deuda como de participación accionaria. Los donan-

tes (17), reguladores (16) y académicos (14) forman el 16 por ciento de los encuestados, y un puñado de proveedores de servicios no financieros (p. ej., compañías tecnológicas) y otros complementan el resto de participantes.

Encuestados por región

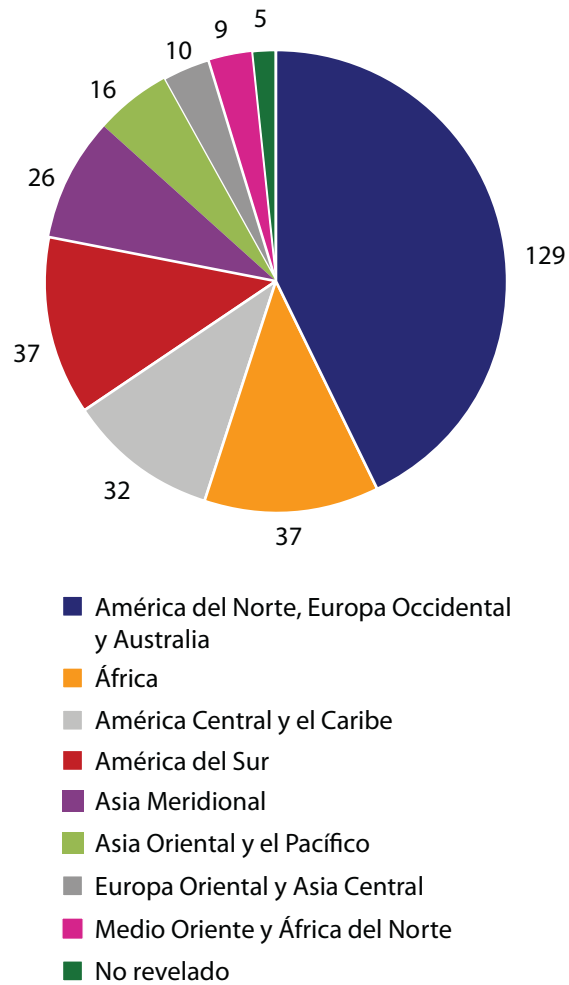
Los encuestados vinieron de 67 países. La mayoría eran de los Estados Unidos, Canadá, Europa Occidental y Australia (129). El segundo grupo regional más grande representado es América Latina con 37 encuestados de América del Sur y otros 32 de América Central y el Caribe. En Asia, hubo 26 encuestados de Asia Meridional y 16 de Asia Oriental y el Pacífico. Diez participantes de la encuesta vinieron de Europa Oriental y Asia Central. África trajo 37 respuestas; otras 9 vinieron del Medio Oriente y África del Norte.

Además, a los encuestados se les pidió que especificaran si su trabajo tenía una perspectiva mundial, regional o nacional, y se les indicó que emplearan esa perspectiva en sus clasificaciones. Casi todos los encuestados de América del Norte y Europa Occidental eran organizaciones de apoyo o inversionistas, y declararon que ellos tenían una perspectiva mundial. Otra manera de ver los resultados es que casi la mitad de los encuestados proporcionaron clasificaciones pertinentes al sector financiero mundial mientras que el resto basaron sus respuestas en las realidades locales de su región o nación.

La encuesta no tiene rigor científico. Sus resultados deben de ser considerados como indicativos en vez de concluyentes, ya que es consistente con su meta principal, iniciar la conversación y el debate.

Lectura de las clasificaciones. Al analizar las respuestas, determinamos las clasificaciones presentadas aquí basándonos en el número de personas que colocaron un punto dado en su grupo de diez puntos principales. Para ilustrar: la educación financiera era la oportunidad más popular, ya que 199 de los 301 encuestados (66 por ciento) la colocaron entre sus diez principales oportunidades. La segunda oportunidad más popular, expandir la gama de productos, fue seleccionada por 197 participantes (65 por ciento). Las diez oportunidades y obstáculos que ocupa-

Apéndice Figura 2. Encuestados por región



Nota: n = 301.

ron los lugares más altos fueron seleccionados por el 40 por ciento, por lo menos, de todos los encuestados (con una excepción). Por lo tanto, mientras que hay un número de mensajes muy claros, los lectores deben de tener en cuenta que hubo una gama amplia de opiniones entre las respuestas.

Hemos revisado las respuestas observando las tres clasificaciones más altas (ver el Apéndice III). La intención de esta pregunta fue compensar la posibilidad de que un punto pueda ser clasificado en un lugar alto debido a que muchas personas pensarán que era un tanto importante, a pesar de que no tuviera demasiado valor. La realidad es que las tres clasificaciones más altas al igual que las diez más altas fueron muy similares, especialmente en las oportunidades. La oportunidad número uno en general, educación

financiera, también fue la oportunidad principal en las tres más importantes, ya que fue colocada entre las primeras tres por el 32 por ciento de todos los encuestados. La oportunidad número dos (banca móvil telefónica) fue elegida por solamente el 23 por ciento de los encuestados. Hubo unos pocos cambios en la secuencia, pero la mayor parte de estos no tuvieron mucha importancia: la banca móvil telefónica, por ejemplo, se clasificó 3.º en general (dentro de las diez más altas), pero 2.º dentro de las tres principales, demostrando alguna intensidad de opinión sobre el futuro de la banca móvil pero sin cambiar el panorama significativamente.

Entre los obstáculos, los diez más importantes y los tres más importantes discreparon algo más, siendo consistente con la gran diversidad general de opinión sobre los obstáculos. El obstáculo número uno entre los tres primeros fue la interferencia política,

seleccionada dentro de los tres primeros por el 21 por ciento de los encuestados. Dado que este punto se clasificó solo en el 5.º lugar dentro de las diez primeras clasificaciones generales, el mensaje probable es que en esos países donde la interferencia política es un factor, los participantes de la industria están bastante preocupados, mientras que en muchos países o en la mayoría de ellos, tal interferencia simplemente no está presente.

Muchas personas se tomaron el tiempo para explicar sus respuestas en comentarios escritos. Estos comentarios ayudan a la interpretación de los resultados y añaden mucho a su riqueza. Muchos comentarios ilustran las interconexiones entre puntos de la lista. En este informe nos hemos tomado la libertad, en algunas instancias, de corregir la ortografía y la puntuación, reconociendo que las personas que responden a las encuestas pueden no enfocarse en ser perfeccionistas.

Apéndice III. Resultados de las tres preguntas más importantes

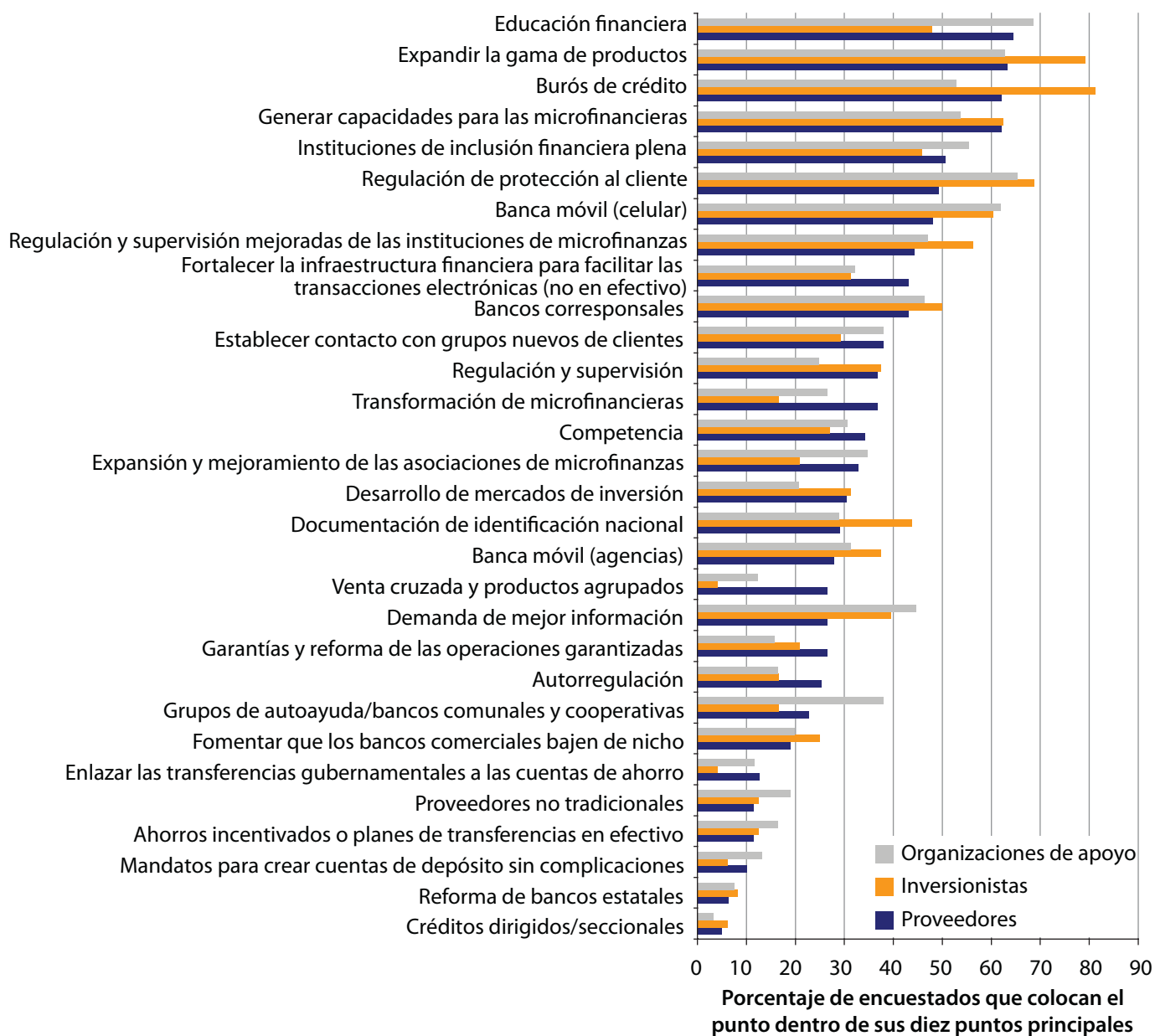
Apéndice Tabla 3. Resultados de la encuesta: respuestas a las tres preguntas más importantes

OPORTUNIDAD	OBSTÁCULO
1 Educación financiera (1)	1 Interferencia política (5)
2 Banca móvil (celular) (3)	2 Entendimiento limitado de las necesidades de los clientes (4)
3 Expandir la gama de productos (2)	3 Capacidad institucional limitada entre instituciones de microfinanzas y otros proveedores de personas de bajos ingresos (2)
4 Regulación de protección al cliente (5)	4 Marco regulatorio inadecuado para proveedores de personas de bajos ingresos (8)
5 Generar capacidades para las microfinancieras (6)	5 Educación financiera limitada (1)
5 Burós de crédito (3)	6 Estructuras de costos de productos (7)
7 Bancos corresponsales (9)	7 Enfoque monoproducción de las microfinanzas (3)
8 Regulación y supervisión mejoradas de las instituciones de microfinanzas (8)	8 Prácticas deficientes de negocios (11)
9 Instituciones de inclusión financiera plena (7)	9 Infraestructura insuficiente (9)
10 Demanda de mejor información (10)	10 Crecimiento insostenible (17)
11 Establecer contacto con grupos nuevos de clientes (12)	11 Falta de burós de crédito (6)
12 Regulación y supervisión (13)	12 Protección inadecuada al cliente (10)
13 Desarrollo de mercados de inversión (20)	13 Financiación inadecuada (15)
14 Grupos de autoayuda/bancos comunales y cooperativas (17)	14 Costos de abrir/operar agencias (12)
14 Competencia (13)	15 Prioridades de regulación financiera (21)
16 Banca móvil (agencias) (15)	16 Nuevos participantes con un fuerte enfoque comercial (18)
17 Expansión y mejoramiento de las asociaciones de microfinanzas (17)	17 Regulación rezagada en cuanto a la tecnología (20)
18 Documentación de identificación nacional (15)	17 Riesgo de clientes (28)
18 Fortalecer la infraestructura financiera para facilitar las transacciones electrónicas (no en efectivo) (11)	19 Infraestructura legal débil (13)
18 Transformación de microfinancieras (19)	20 Falta de cooperación entre las redes (13)
21 Garantías y reforma de las operaciones garantizadas (22)	21 Impacto de la inclusión financiera (23)
22 Fomentar que los bancos comerciales bajen de nicho (21)	21 Conocimiento limitado de proveedores existentes (15)
23 Ahorros incentivados o planes de transferencias en efectivo (24)	23 Voz débil de la industria (26)
24 Enlazar las transferencias gubernamentales a las cuentas de ahorro (26)	23 Ambiente no favorable a los negocios (19)
24 Autorregulación (23)	25 Requisitos de documentación (24)
26 Proveedores no tradicionales (25)	26 Imagen negativa ante la prensa (29)
27 Mandatos para crear cuentas de depósito sin complicaciones (28)	27 Falta de interés en proveedores y gestores de políticas públicas (25)
28 Venta cruzada y productos agrupados (26)	28 Falta de información demográfica sobre las personas excluidas (21)
28 Reforma de bancos estatales (29)	29 Falta de confianza en instituciones financieras (27)
30 Créditos dirigidos/seccionales (30)	30 Poblaciones transitorias, migrantes, desplazadas (30)

Nota: n = 301. Los números en paréntesis indican el porcentaje de encuestados que colocaron el punto en su lista de los diez puntos principales.

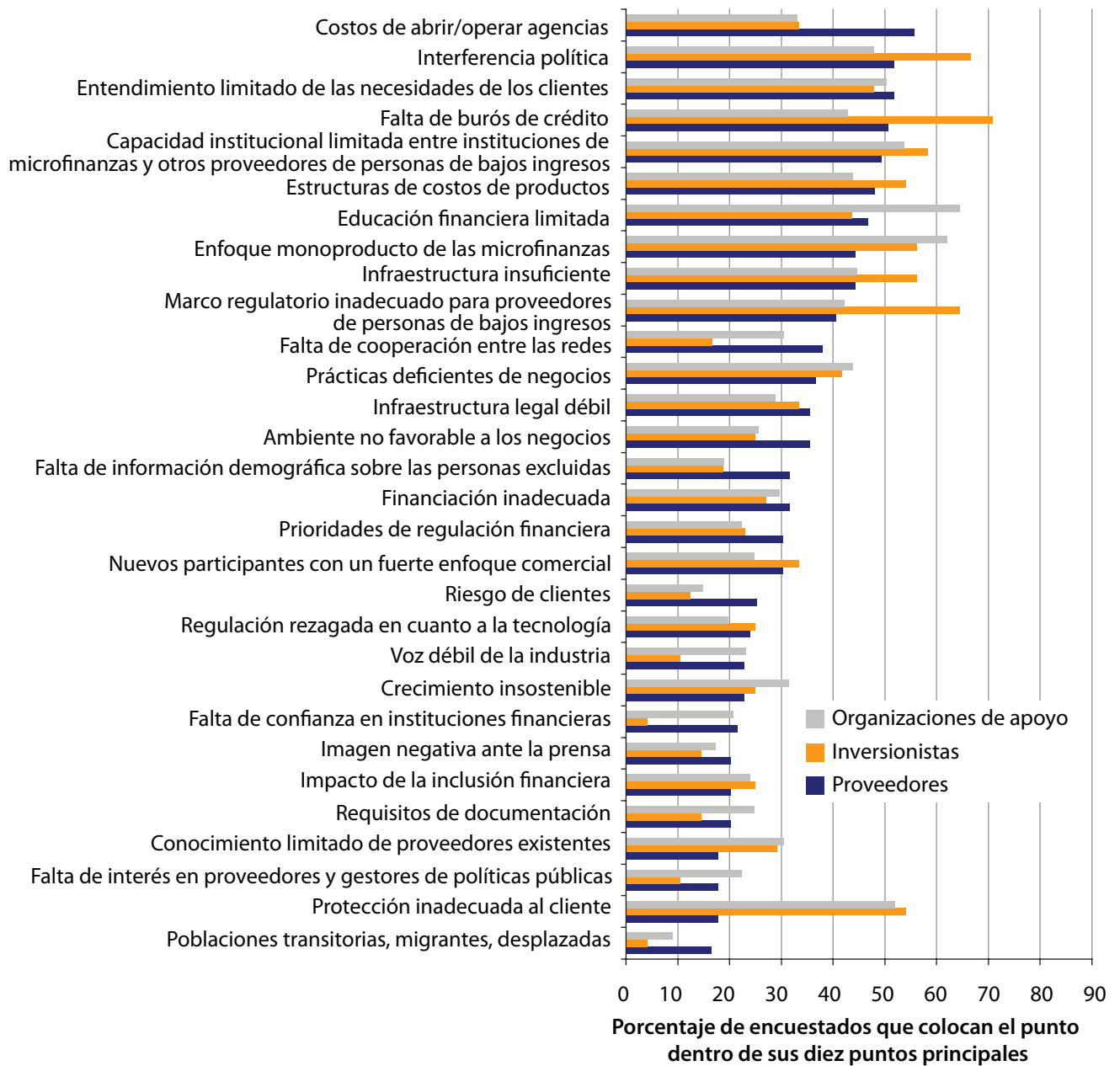
Apéndice IV. Resultados por grupo de interés

Apéndice Figura 3. Resultados de la encuesta: oportunidades por grupo de interés



Nota: n=248. MFI = instituciones de microfinanzas. Las oportunidades están enumeradas en orden a las clasificaciones de los proveedores.

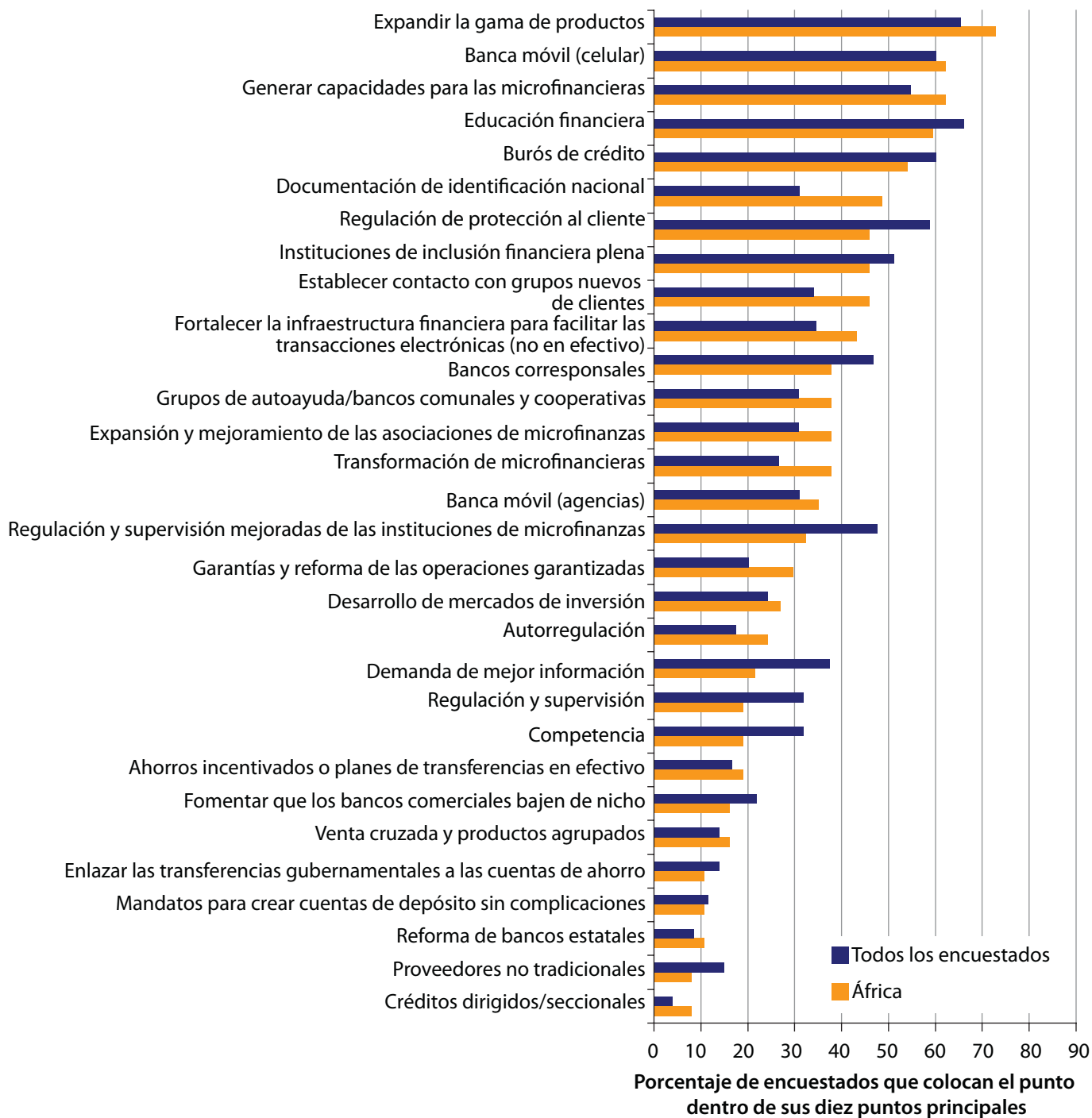
Apéndice Figura 4. Resultados de la encuesta: obstáculos por grupo de interés



Nota: n=248. MFI = instituciones de microfinanzas. Las oportunidades están enumeradas en orden a las clasificaciones de los proveedores.

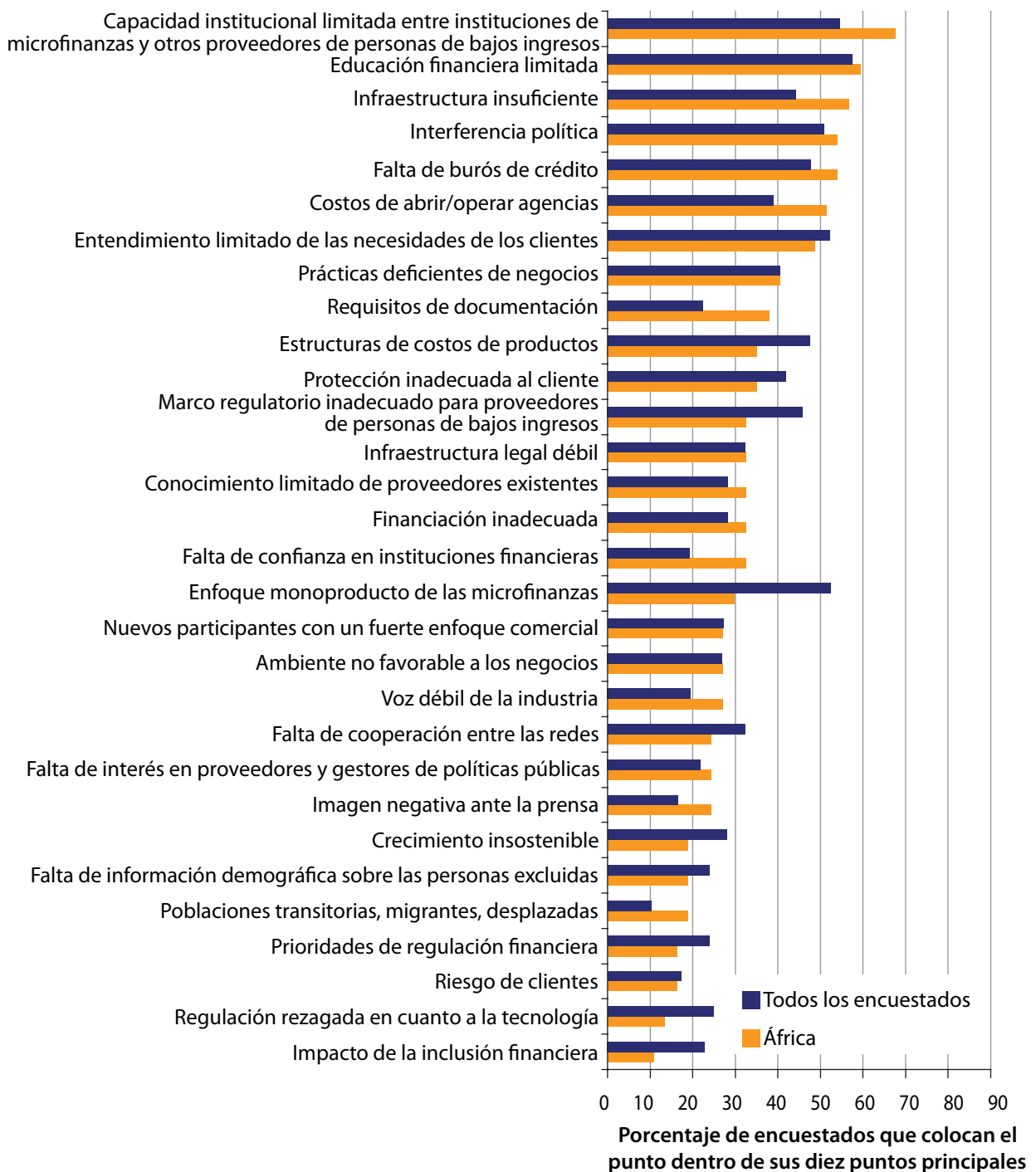
Apéndice V. Resultados por región

Apéndice Figura 5. Resultados de la encuesta: oportunidades en África



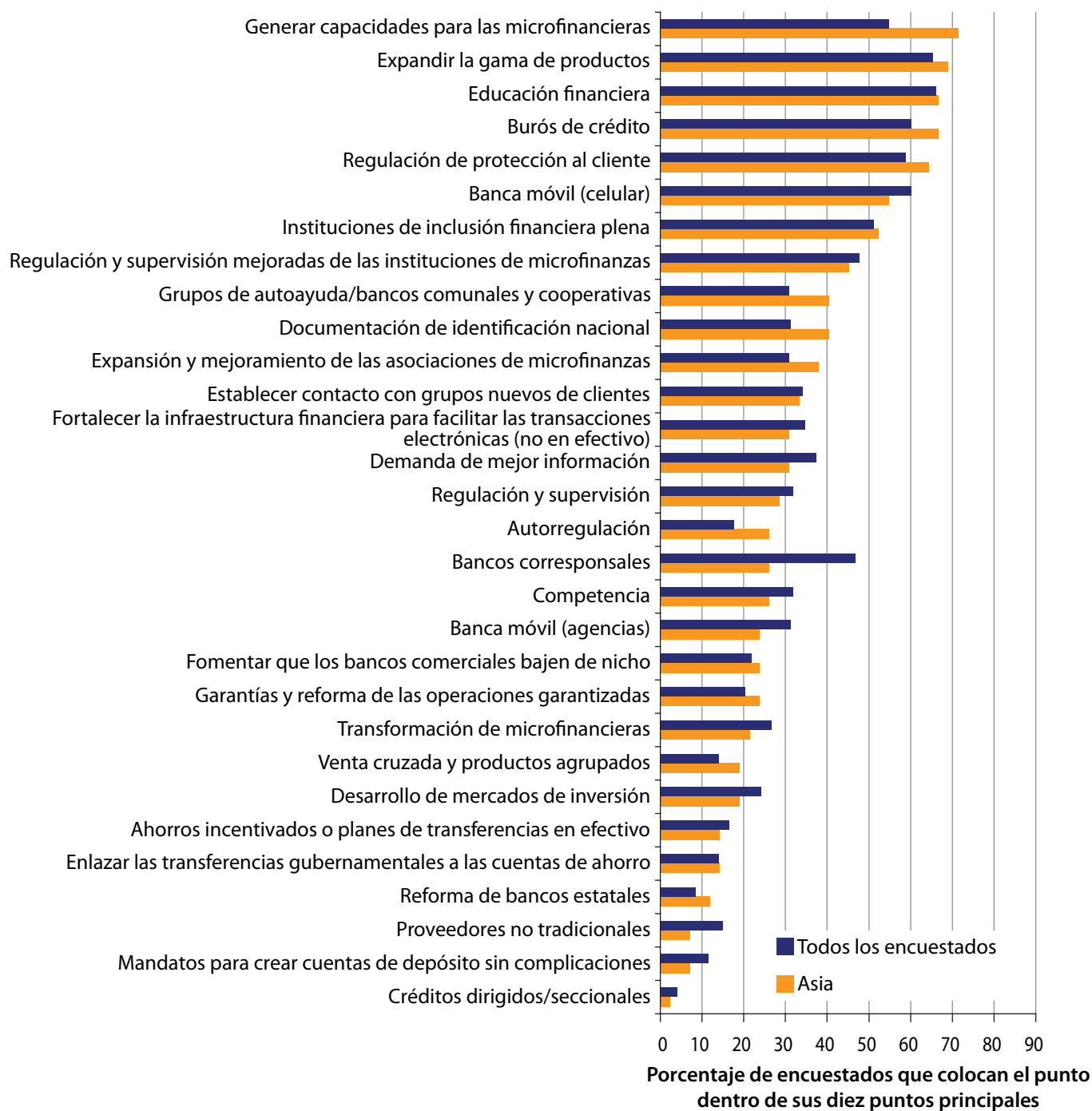
Nota: n=37. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones de África.

Apéndice Figura 6. Resultados de la encuesta: obstáculos en África



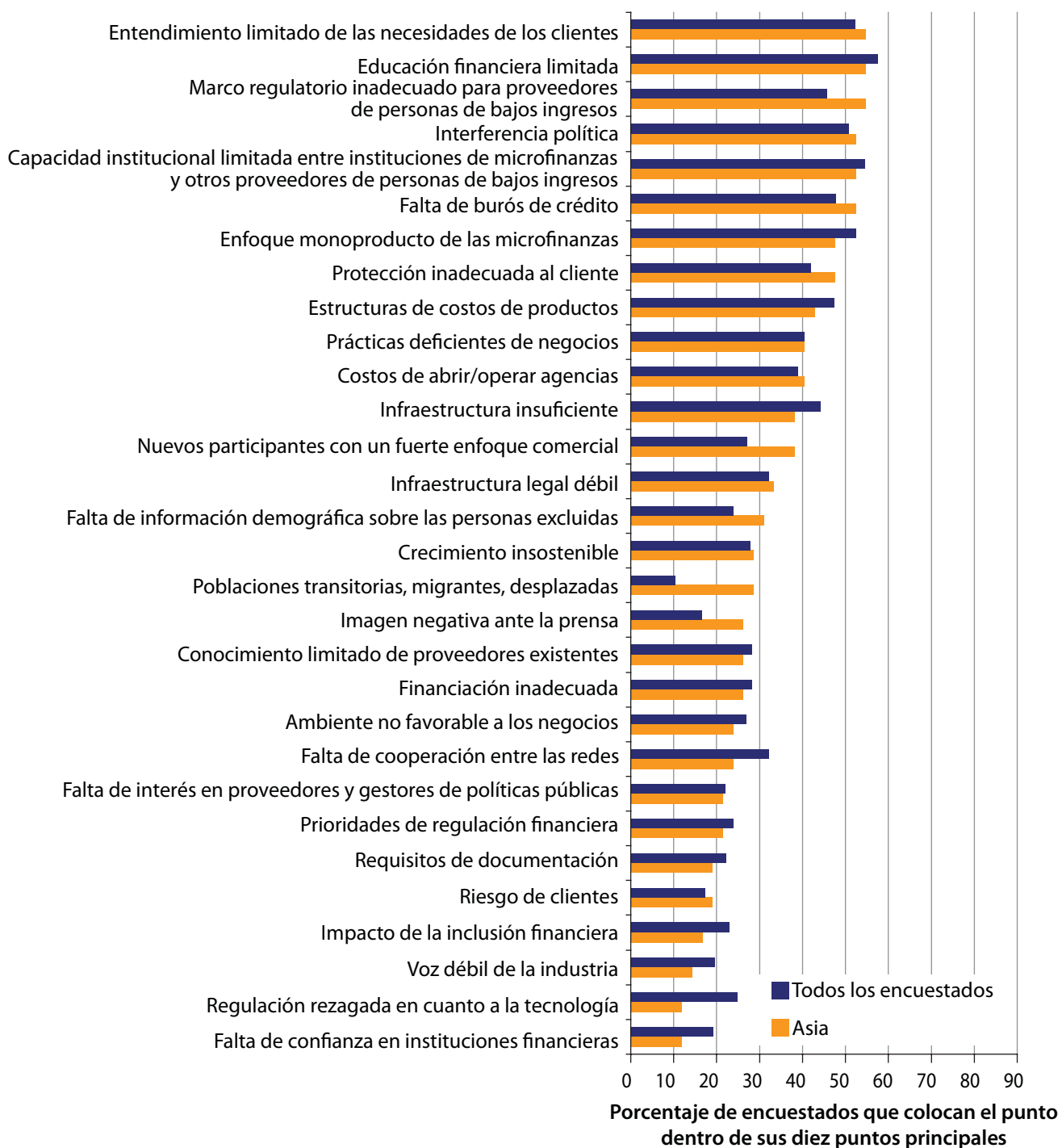
Nota: n=37. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones de África.

Apéndice Figura 7. Resultados de la encuesta: oportunidades en Asia



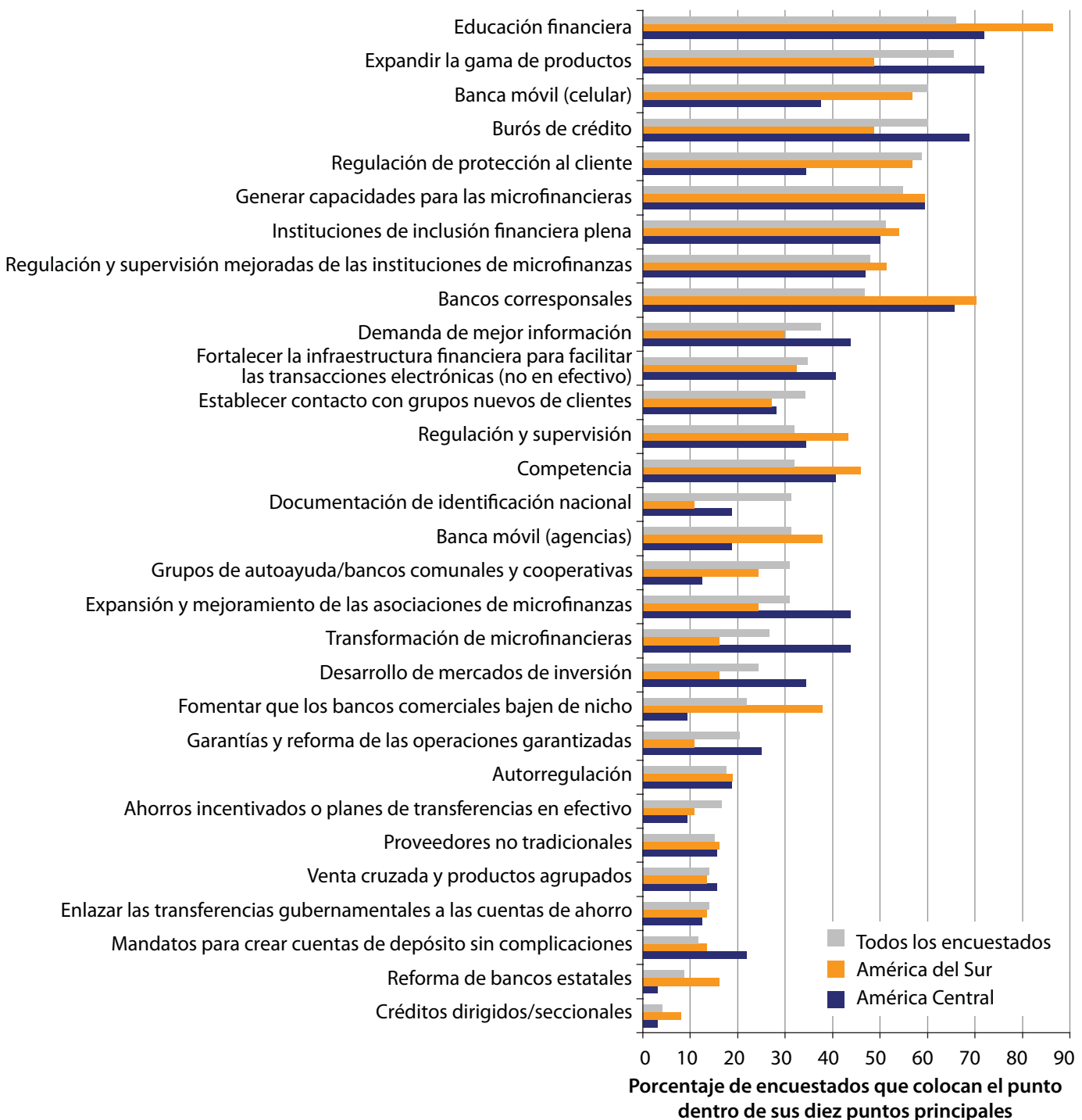
Nota: n=42. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones de Asia.

Apéndice Figura 8. Resultados de la encuesta: obstáculos en Asia



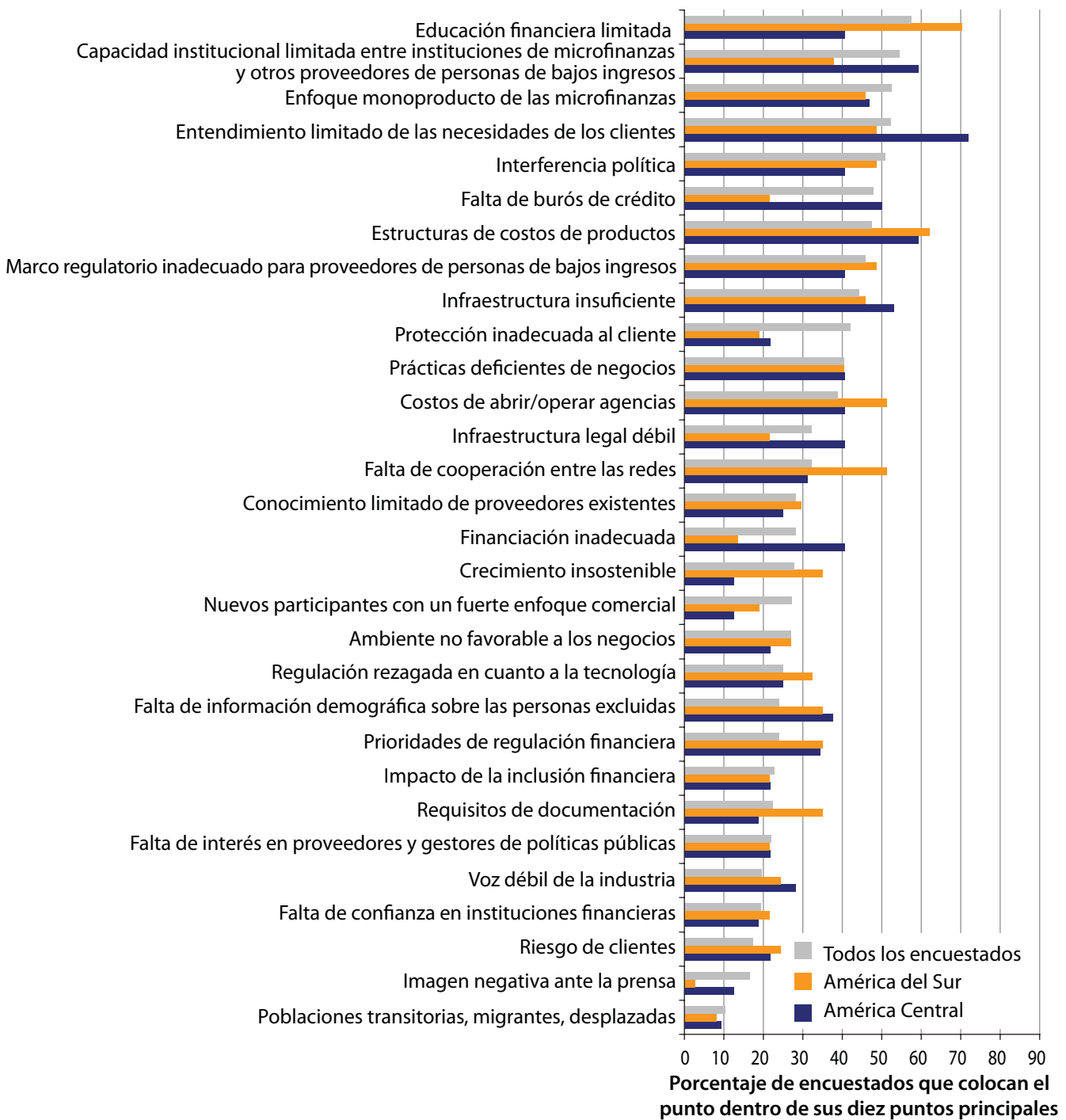
Nota: n=42. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones de Asia.

Apéndice Figura 9. Resultados de la encuesta: oportunidades en América Latina



Nota: América del Sur n=37. América Central y el Caribe n=32. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones generales.

Apéndice Figura 10. Resultados de la encuesta: obstáculos en América Latina



Nota: América del Sur n=37. América Central y el Caribe n=32. Las oportunidades se enumeran en orden a las clasificaciones generales.

Fotografía de la cubierta

Crédito de fotografía: John Rae para ACCION International.

Pie de ilustración: Jamila Jiendeleze, propietaria de un negocio de bizcochitos y cliente de ACCION, socia del Banco Akiba Commercial de Tanzania.

EL CENTRO PARA LA INCLUSIÓN FINANCIERA promueve el principio de que las personas de bajos recursos merecen servicios financieros de alta calidad, y que estos servicios se pueden proporcionar a través de modelos comerciales que incorporan fines sociales. El Centro trabaja en beneficio de la industria de las microfinanzas en su totalidad, sirviendo como puente para apalancar el interés del sector privado en las microfinanzas. El Centro trabaja, en colaboración con otros, para traer el mejor talento y experiencia para tratar los problemas de la industria. Nos enfocamos en los resultados, fijando metas específicas y medidas de responsabilidad para cambios verdaderos.

www.centerforfinancialinclusion.org

