

COMPETENCIA Y TASAS DE INTERÉS PARA MICROCRÉDITOS

Introducción

En muchos países, como Uganda, Bangladesh y Bolivia, la competencia ha aumentado en los últimos años en el ámbito de las microfinanzas¹, fenómeno del que en general se esperan beneficios para el consumidor, a través de una gama de productos y proveedores más amplia y adecuada, mejores servicios y precios más bajos.

Sin embargo, en algunos países en que las microfinanzas se consideran competitivas, las tasas de interés de los microcréditos se han mantenido en un nivel persistentemente elevado. En Bangladesh, por ejemplo, las tasas de interés activas se han mantenido, en promedio, en un nivel fijo del 15% durante muchos años, pese a la competencia entre cientos de instituciones microfinancieras (IMF)². Esta situación ha sido criticada por políticos y por algunos activistas y ha propiciado incluso algunas intervenciones, como el establecimiento de tasas de interés máximas, para hacer frente al aparente fracaso de las soluciones basadas en el mercado. En Bangladesh, por ejemplo, la institución financiera de segundo piso del Estado, PKSF, redujo recientemente las tasas de interés de los créditos que ofrece a las IMF a un nivel fijo del 12,5%.

¿La competencia se refleja en tasas de interés más bajas para los usuarios de microcréditos? A fin de abordar esta interrogante en este número de Enfoques se analizan las experiencias de Uganda, Bangladesh y Bolivia³. Estos tres países son la cuna de algunos de los primeros pioneros regionales, e incluso mundiales, del microcrédito, como el Grameen Bank, CERUDEB y PRODEM, que conjuntamente representan a una clientela considerable de microcréditos—casi 12 millones de prestatarios activos, aunque en Bangladesh las cifras son mucho más elevadas (10,6 millones, frente a 500.000 en Uganda y 400.000 en Bolivia). En los últimos años se han realizado en los mencionados países muchas investigaciones

¹ Un mercado es competitivo cuando, (i) en el ámbito de la demanda, los consumidores tienen la posibilidad efectiva de elegir su proveedor y la capacidad de distinguir entre distintos proveedores y (ii) en el ámbito de la oferta, los proveedores deben tener en cuenta el comportamiento de otros proveedores cuando deciden las condiciones de los productos y servicios que ofrecen.

² Por tasa de interés “fija” se entiende la que se calcula a lo largo de la vida del crédito utilizando la cantidad inicialmente prestada, aunque el prestatario tenga en sus manos una cantidad inferior a medida que pasa el tiempo: una tasa fija del 15% equivale aproximadamente a una tasa de interés anual efectiva del 29%.

³ Este número de Enfoques se basa en investigaciones primarias y secundarias realizadas en los tres países por Iftexhar Hossain (en Bangladesh), Gonzalo Paz (en Bolivia) y Andrew Obara (en Uganda), quienes entrevistaron a 20 altos ejecutivos de entidades microfinancieras en cada país, cuyos resultados se exponen a lo largo de toda esta publicación.



El autor de este número de Enfoques es David Porteous, consultor. El autor desea expresar su reconocimiento a varias personas que han aportado generosamente sus comentarios a versiones anteriores de este documento, en particular a Brigit Helms, Jasmina Glisovic-Mezieres, David Wright, Graham Wright, Paul Rippey, Beth Rhyne y los asistentes a un taller realizado en Kampala (Uganda), en que se realizó un análisis del estudio sobre el país y otras conclusiones. Da las gracias a todos y, en particular, a los tres consultores del CGAP para los países—Andrew Obara (Uganda), Iftexhar Hossain (Bangladesh) y Gonzalo Paz (Bolivia)— quienes realizaron los estudios a nivel país.

© 2006, Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre

El Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (CGAP) es un consorcio de 33 organismos de desarrollo que apoyan las microfinanzas. Para obtener más información sobre el CGAP, visite su sitio Web: (www.cgap.org).



Forjando sistemas financieros que sirvan a los pobres



primarias y secundarias, otro factor que ha determinado su selección para este estudio. Además, en ninguno de ellos la ley impone formalmente un tope máximo a las tasas de interés. Sin embargo, la estructura de las tasas de interés ha sido distinta en cada país. En Bolivia se han observado en la última década disminuciones sostenidas de las tasas de interés de los microcréditos, mientras que en Uganda y Bangladesh hasta hace poco las tasas de interés eran fijas, al menos en términos nominales. Las experiencias distintas de estos países llevan a pensar que la reducción de las tasas de interés no es la consecuencia inevitable del desarrollo del mercado, sino que suele obedecer a determinadas condiciones: debe haber proveedores lo bastante grandes en el mercado, con incentivos y capacidades suficientes para reducir sus tasas.

Este número de Enfoques ayudará a las instituciones microfinancieras, a los responsables de las políticas y a los cooperantes a evaluar el grado de desarrollo de la competencia en un mercado específico y a determinar si se cumplen las condiciones necesarias para fomentar una reducción sostenida de las tasas de interés.

¿Qué efectos suscita la competencia?

Existe la idea generalizada de que la competencia conduce a precios más bajos, porque si en un segmento del mercado las empresas privadas consiguen beneficios extraordinarios, ingresarán empresas nuevas que tratarán de atraer clientes ofreciendo precios inferiores a los propuestos por las demás en ese mercado. Aunque no ingresen nuevas empresas, la amenaza que implica su entrada suele ser un poderoso incentivo para que las existentes ofrezcan precios competitivos. La disminución de los precios reducirá, a su vez, los beneficios extraordinarios de las empresas hasta llevarlos a un nivel en que desaparezca el incentivo de ingresar en el mercado. Las continuas mejoras en la eficiencia de las empresas pueden, no obstante, permitir a las empresas presentes competir con las demás, disminuyendo aún más los precios a lo largo del tiempo.

Esta expectativa general sobre el efecto de la competencia en el nivel de precios se ve matizada por la constatación de que los mercados evolucionan, y lo mismo ocurre con el comportamiento competitivo de las empresas. Por ejemplo, el comportamiento competitivo en un mercado nuevo en rápido crecimiento probablemente sea bastante diferente al de un mercado maduro y saturado. Desde la perspectiva tradicional, el desarrollo de los mercados consta de cuatro fases claramente diferenciadas (véase el Cuadro 1).

Fase 1: Innovación. En la primera fase del desarrollo de un mercado, un proveedor, o a lo sumo unos pocos proveedores, cada uno con alcance limitado, introduce un nuevo producto en el mercado. En esta fase, la competencia se limita a implantar puntos de distribución en nuevas zonas antes de que otros lo hagan.

Fase 2: Despegue. El éxito visible de los pioneros hace que otras empresas se introduzcan rápidamente en el mercado, el cual entra en la segunda fase. A medida que el volumen y la visibilidad del producto van aumentando, las empresas compiten, principalmente mejorando los productos para adecuarlos mejor a los consumidores y mejorando también los niveles de servicios. Sin embargo, el mercado sigue estando principalmente impulsado por la oferta. Las empresas presentes suelen estar más dispuestas a modificar otros aspectos de su producto que a reducir el precio, y a menudo no tienen aún la escala o la estructura de costos necesaria para mantener precios más bajos. En el ámbito de la demanda es posible que los consumidores no sean capaces de comparar ofertas en términos de precios porque los productos todavía no están estandarizados.

Fase 3: Consolidación. Como consecuencia del rápido crecimiento ocurrido en la segunda fase, el mercado todo empieza a dar señales de saturación al nivel de precios existente. Tal vez el crecimiento comienza a desacelerarse y el mer-

Cuadro 1 Competencia a través de las fases de desarrollo de mercado

| Características del mercado | Fases del mercado | | | |
|-----------------------------|---|---|--|---|
| | 1. Innovación | 2. Despegue | 3. Consolidación | 4. Madurez |
| Crecimiento en volumen | Puede ser lento | Rápido | Positivo, pero cada vez más lento | Crecimiento natural sostenido |
| Número de empresas | Una o unas pocas | Aumenta rápidamente | Se reduce desde un máximo, debido a la consolidación | Depende de las características del producto y del mercado |
| Estructura del mercado | Concentrado | Fragmentado, aunque puede aparecer un líder | En proceso de concentración; aparecen líderes claros | Predominan los líderes del mercado |
| Ámbitos de competencia | Poca competencia, salvo en cuanto a instalación de puntos de distribución | Características de los productos y niveles de servicios | Precio | Nombre comercial (incluido el precio) |

cado entra en la tercera fase, en que el crecimiento del mercado generalmente implica una reducción de precios para permitir la participación de nuevos consumidores. Para cuando las empresas exitosas alcanzan esta fase, ha crecido su escala y han disminuido sus costos, lo que conduce a beneficios elevados que les permiten empezar a reducir los precios (dicho en otras palabras, tienen el “margen” necesario para permitirse precios más bajos). Inicialmente, los precios divergirán más que antes y los clientes comenzarán a responder a las señales relacionadas con los precios. A medida que los precios caen, las empresas con estructuras de costos más altos pueden verse obligadas a salir del mercado. La estrategia competitiva cambia: deja de estar impulsada por la oferta, que es cuando los proveedores tienen que competir para distribuir sus productos, y pasa a estar impulsada por la demanda, que es cuando se ven obligados a tener más en cuenta las necesidades de los clientes⁴.

Fase 4: Madurez. Tras la desaparición de las empresas con estructuras de costos elevadas e insostenibles, surge un mercado maduro con un número estable de empresas que, por lo general, sólo crece al ritmo que le permiten variables externas tales como la demografía. Ahora las empresas compiten en función del nombre

comercial, que representa la combinación de las experiencias que han tenido los clientes con los servicios, incluidos todos los atributos tradicionales de precio, lugar y producto. Los precios promedio pueden descender aún más si se logra mayor eficiencia a través de economías de escala. No obstante, pueden aumentar las diferencias de precios entre las empresas, porque la eficaz promoción eficaz de un nombre comercial puede permitir sobrepuestos, incluso para productos por lo demás similares.

La fase de madurez no es el final de la historia para la mayoría de los mercados. Incluso después de alcanzar la madurez, tal como la hemos definido aquí, las innovaciones de los modelos tecnológico y empresarial pueden perturbar la estructura de mercado existente, introduciendo un nuevo comportamiento competitivo y haciendo que se repita el ciclo.

Esta descripción simplificada del desarrollo del mercado pone de relieve el hecho de que la competencia está presente a lo largo de toda la vida de la empresa: el comportamiento competitivo de las empresas cambia en respuesta a las necesidades de los clientes y a las acciones de otras empresas. Los beneficios de la competencia no se limitan a los precios. Los clientes también valoran un mayor acceso, mejores productos y un servicio más eficiente. No cabe esperar una competencia de precios sustancial hasta la tercera fase, en que el mercado empieza a consolidarse.

⁴ Wright y Rippey, “The Competitive Environment in Uganda: Implications for Microfinance Institutions and Their Clients”, MicroSave, septiembre de 2003.

Varios investigadores han aplicado versiones de este enfoque de las fases de los mercados a los mercados de microfinanzas.

Basándose en su estudio de la competencia en un mercado concreto de Kenya, Johnson señala que la competencia gira primero en torno a la disponibilidad del servicio, pasando después a la mejora del servicio al cliente y finalmente al precio⁵. Portocarrero y Byrne proponen una versión en que las nuevas entradas y la creciente saturación del mercado finalmente estimulan reducciones de precios por motivos de competitividad⁶. En el estudio de dos etapas de Rhyne se presenta una fase “precompetitiva”, en que el principal objetivo de las IMF es la captación de fondos para un crecimiento rápido, seguida por una fase competitiva⁷. En la segunda etapa, la principal consideración es atraer y retener a los clientes para mantener la cuota de mercado. Estos estudios respaldan la noción de que en materia de microfinanzas la competencia de precios generalmente sigue otras estrategias competitivas.

Ahora bien, el mercado del microcrédito, en particular, presenta varias características que pueden limitar o modificar la naturaleza de la competencia y los resultados esperados. El planteamiento tradicional se basa en la hipótesis de una competencia entre empresas que buscan el máximo beneficio. Sin embargo, las organizaciones no gubernamentales (ONG), que no persiguen ese objetivo, han sido agentes predominantes, o al menos importantes, en muchos mercados de microcrédito. Además, en algunos mercados, los cooperantes y las entidades de financiamiento para intermediarios controladas por el gobierno han influido en el comportamiento de los prestamistas a través del control de los fondos. Por ejemplo, cuando las entidades financieras externas imponen limitaciones a los precios, los microprestamistas pierden la

libertad de adoptar decisiones competitivas con respecto a los precios. Los enfoques de préstamos para grupos pueden asimismo hacer más difícil para los consumidores, a título individual, cambiar de proveedor (aunque los consumidores pueden unirse a múltiples grupos, y a veces lo hacen)⁸. La presencia de algunos o de todos estos factores en mercados de microfinanzas en particular probablemente modifique la dinámica y los efectos de la competencia teóricamente previsibles.

Antecedentes sobre los tres mercados del microcrédito⁹

Los mercados de microcrédito de Uganda, Bangladesh y Bolivia tienen similitudes y diferencias (véase el Cuadro 2). Uganda ocupa un lugar intermedio con respecto a los otros dos países. En Uganda, muchas IMF relativamente más pequeñas ofrecen microcréditos. Los proveedores sin fines de lucro controlan la mitad de los préstamos, y la mitad de los préstamos son colectivos.

Bangladesh es un país muy poblado, predominantemente rural y pobre. En este país, cientos de proveedores en su mayoría sin fines de lucro, ofrecen créditos muy pequeños usando por lo general metodologías basadas en grupos¹⁰.

⁵ Johnson, S. “The dynamics of competition in Karatina’s financial markets”. Impact Working Paper No. 9. Institute of Development Studies, 2003.

⁶ Portocarrero, F., y G. Byrne. “Estructura de Mercado y Competencia en el Microcrédito”. Documento preparado para CIES, julio de 2003.

⁷ Rhyne, E. *Mainstreaming Microfinance*. Kumarian Press, 2001.

⁸ Incluso con el predominio constante de los préstamos a grupos en Bangladesh, en que abandonar un grupo establecido implica un alto costo, se observa que cada vez son más los empréstitos múltiples (Zohir). En Uganda, los prestatarios participan en varios grupos simultáneamente a fin de no depender demasiado de ninguno ellos y aumentar su capacidad de endeudamiento (Wright y Rippey, 2003).

⁹ El tema central de este estudio es solamente el microcrédito, en lugar de las microfinanzas en general, que incluiría otros mercados de productos diferentes, como los de ahorro o los microseguros. El término “microcrédito” se emplea aquí en el sentido de crédito a corto y medio plazo (hasta 18 meses) a personas que trabajan por cuenta propia. Naturalmente, los productos de diferentes mercados suelen estar vinculados —por ejemplo, el ahorro o el seguro como requisito para la obtención de crédito— e incluso pueden estar vinculados con servicios no comerciales, como la asistencia sanitaria o los servicios empresariales. Sin embargo, era necesario restringir el ámbito de estudio para extraer conclusiones más claras y hacer el estudio más manejable.

¹⁰ Algunos comentaristas señalaron que en la actualidad los créditos a grupos sólo existen en Bangladesh, y que, en realidad, lo habitual son los créditos personales.

Cuadro 2 Mercados de microcrédito en Uganda, Bangladesh y Bolivia, 2003

| | Uganda | Bangladesh | Bolivia |
|--|-------------------------------|-------------------|------------------|
| Población total ^a | 25,3 millones | 138,1 millones | 8,98 millones |
| PNB per cápita (base PPA) ^b | US\$1.360 | US\$2.770 | US\$2.390 |
| Desarrollo del mercado (M3/PNB) ^c | 20,8% | 40,2% | 52,3% |
| Población rural ^d | 87,7% | 75,7% | 36,6% |
| Población que vive con menos de US\$2 al día ^e | 44% | 82% | 34% |
| Prestatarios activos ^f | 500 | 10.600.000 | 400 |
| Saldo promedio de préstamos pendientes ^f | US\$256 | US\$67 | US\$1.000 |
| Saldo promedio de préstamos respecto al PNB per cápita ^g | 104% | 18% | 112% |
| No. de proveedores ^{f,h} | 102 | 721 | 21 |
| Valor total de los microcréditos (2003) ^f | US\$114 millones | US\$905 millones | US\$318 millones |
| Saldo promedio de la cartera de préstamos por proveedor ^f | US\$5,2 millones ⁱ | US\$1.300.000 | US\$25 millones |
| Cartera de préstamos de entidades sin fines de lucro ^{f,h} | 50% | 69% | 19% |
| Cartera de préstamos a grupos ^f | 46% | 100% ^j | 30% |

Notas:^a Banco Mundial, devdata.worldbank.org/external/CPProfile.asp^b Estadísticas de UN-Habitat, www.prb.org/datafind/prjprbdata/wcprbdata5.asp^c Desarrollo del mercado: Estadísticas financieras internacionales del FMI, www.imf.org/external/pubs/cat/longres.cfm?sk=397.0^d Estadísticas de UN-Habitat, www.prb.org/datafind/prjprbdata/wcprbdata5.asp^e Informe sobre Desarrollo Humano 2003, de las Naciones Unidas; Uganda: porcentaje de personas pobres según la definición oficial, 2001^f Informes sobre países del CGAP^g Calculado a partir de The MIX Market country profile y del tamaño promedio de la fila 6 (prestatarios activos)^h Número de proveedores: Bangladesh = según la información proporcionada por CDF y el Grameen Bank; Uganda = según una estimación de 2002, el número de microprestatistas formales e informales de todo tipo, incluidos los SACCO, era de 1.500; sin embargo a efectos de lograr cierta comparabilidad, el número empleado aquí es el de miembros de la entidad sectorial, AMFIU, en sustitución de un grupo formal similar; Bolivia = miembros de las asociaciones Asofin y Finrural, que abarcan la mayor parte del mercado y se usan como base para obtener otras cifras de este cuadro y de otros lugares de este documento.ⁱ Promedio de 11 IMF de Uganda que declararon datos a The MIX, incluidos los participantes de mayor tamaño.^j Véase la nota de pie de página 10 sobre esta categorización de créditos a grupos.

Bolivia, por otra parte, es el país más rico, menos poblado y más urbano de la muestra. Su sector financiero está más desarrollado que el de Uganda y el de Bangladesh. En Bolivia los microcréditos están en manos de un menor número de proveedores con un enfoque más comercial, que normalmente ofrecen préstamos a particulares (en lugar de trabajar con grupos).

Estrategias competitivas

Se considera que los mercados de microcrédito de Uganda, Bangladesh y Bolivia se encuentran entre los más competitivos del mundo. Las encuestas nacionales utilizadas como fuente de información para el análisis que aquí se presenta, confirman que las IMF locales describen sus mercados como competitivos. Diversos proveedores grandes y pequeños ofrecen productos de microcrédito muy similares. Además, los proveedores están muy atentos a lo que hacen los

demás. Todas las IMF entrevistadas indicaron que reúnen periódicamente información sobre los productos ofrecidos por sus competidores; un proceso menos formal se da en Bangladesh. Esas investigaciones sobre los productos de los competidores influyen en el diseño de los productos de quienes las realizan y, en algunos casos, en sus decisiones sobre los precios. Además, las entrevistas revelan que algunas de las tácticas competitivas ampliamente usadas son:

- ubicación competitiva —apertura de sucursales en zonas no cubiertas;
- productos con condiciones flexibles establecimiento de condiciones más flexibles para los créditos, por ejemplo, permitiendo montos y plazos mayores para el primer crédito y para los posteriores;
- productos complementarios —introducir otros tipos de créditos, por ejemplo para la vivienda, u otros servicios financieros,

como los relativos al ahorro o seguros vinculados con los préstamos, y

- mejores servicios —reducción del tiempo que transcurre entre la solicitud y el desembolso del crédito.

En los tres países, los proveedores dijeron que la competencia se había intensificado en los tres años anteriores y que era probable que la tendencia continuara.

Las tasas de interés de los microcréditos no se establecen de la misma manera en los tres países. Los procesos de establecimiento de tasas son formales en las IMF más grandes de Uganda y Bolivia. Por lo general, los comités de activos y pasivos examinan las tasas dos o más veces al año, teniendo en cuenta las tasas vigentes en el mercado de financiamiento, los costos y la competencia. El proceso parece ser menos formal en Bangladesh, en que la estructura de tasas, fija y homogénea, ha hecho que la fijación de los precios revistiera mucho menos importancia hasta hace poco tiempo. En general, las IMF más grandes de Bangladesh toman las decisiones sobre los precios basándose en su propia viabilidad y en su necesidad de financiar el crecimiento. Históricamente, las IMF más pequeñas han tenido que aceptar los precios vigentes en el mercado, ya que han seguido las políticas de precios de entidades más grandes, en lugar de fijar sus tasas de interés de manera independiente.

Las carteras de microcréditos siguen creciendo rápidamente en los tres países. En cada mercado, el valor de los microcréditos pendientes de reembolso registrados aumentó aproximadamente un 15% por año entre 2001 y 2003, superando el crecimiento del total de los créditos bancarios en cada país en el mismo período. Como consecuencia, aunque en cada uno de los países considerados el valor de los microcréditos sigue siendo bajo en relación con el del total de los créditos bancarios su proporción va en aumento en los tres países.

¿Cuál es la evolución de la competencia en Uganda, Bangladesh y Bolivia? Más concretamente, ¿cómo está afectando la competencia a las tasas de interés en esos países?

Uganda: La consolidación está próxima

Podría decirse que en lo que atañe al desarrollo del mercado, en 2003 el sector microfinanciero ugandés se encontraba próximo al final de la fase de despegue. Sigue creciendo rápidamente; su coeficiente de penetración en el mercado es más bajo que el de cada uno de restantes países de la muestra; cuenta con un número relativamente elevado de pequeñas IMF y siguen ingresando nuevas empresas en el mercado.

Según un estudio, se estima que en 2002 había en Uganda unos 1.500 microprestamistas, aunque en su mayoría eran pequeños e informales¹¹. La Asociación de Instituciones Microfinancieras de Uganda señala que hay 102 prestamistas formales de diversa escala.

El mayor microprestamista, en cuanto al tamaño de la cartera (aunque no en relación con el número de clientes), es el Centenary Rural Development Bank (CERUDEB). La ONG que lo precedió se creó en los años ochenta para promover los servicios financieros en las zonas rurales de Uganda. El banco obtuvo su licencia en 1993. Actualmente, CERUDEB es un banco comercial que ofrece créditos y otros servicios a personas de bajos ingresos. Tiene casi 50.000 microprestatarios y una cartera de préstamos de US\$44 millones.

A fin de respaldar el crecimiento del sector, en 2003 se promulgó en Uganda la Ley de instituciones microfinancieras tomadoras de depósitos, que permite a las IMF de mayor escala abrir cuentas de ahorro, bajo la supervisión del banco central, para fortalecer su viabilidad al mismo tiempo que salvaguarda los depósitos. Hasta ahora, sólo cuatro instituciones han solicitado participar en el programa y cumplido los requisitos pertinentes. Probablemente no se regulará a la mayoría de las IMF. Los debates sobre la reglamentación de las numerosas y más pequeñas IMF, llamadas de cuarto nivel, no han progresado mucho. Junto con CERUDEB, las tres instituciones microfinancieras tomadoras de

¹¹ Goren, Ruth Goodwin, Till Bruct y Alexia Latortue, "Uganda Microfinance Sector Effectiveness Review", CGAP, 2004

depósitos más grandes controlan casi el 60% del mercado, y la concentración va en aumento.

El sector de microfinanzas atiende aproximadamente a medio millón de prestatarios activos, cuyo saldo de préstamos pendientes se cifraban en cerca de US\$128 millones en 2004 y que habitan zonas urbanas, periurbanas y rurales, aunque en determinadas zonas rurales la cobertura es reducida. En Uganda, más del 70% de los clientes de las IMF son mujeres.

Efectos en cuanto a las tasas de interés. Las tasas de interés nominales declaradas por las IMF ugandesas poco disminuyeron en los últimos años. En cifras ponderadas con respecto a la escala de las IMF, el promedio del mercado disminuyó un poco en 2002, tras un ajuste por única vez realizado por el CERUDEB en función de las tasas de financiamiento aplicadas a ese banco. Desde entonces ha habido pocos cambios, como se observa en el Gráfico 1, pero el diferencial entre las tasas de interés de las entidades microfinancieras y de los bancos comerciales muestra que en relación con los créditos de los bancos comerciales, el microcrédito se abarató aproximadamente un 10% entre 1999 y 2004.

Todas las IMF ugandesas entrevistadas opinan que las tasas de microcrédito descenderán

considerablemente en los próximos cinco años, pasando de una tasa efectiva media actual de alrededor de 50% a menos de 40%. Según las predicciones de algunos participantes del mercado, el promedio podría bajar a un nivel inferior al 30%.

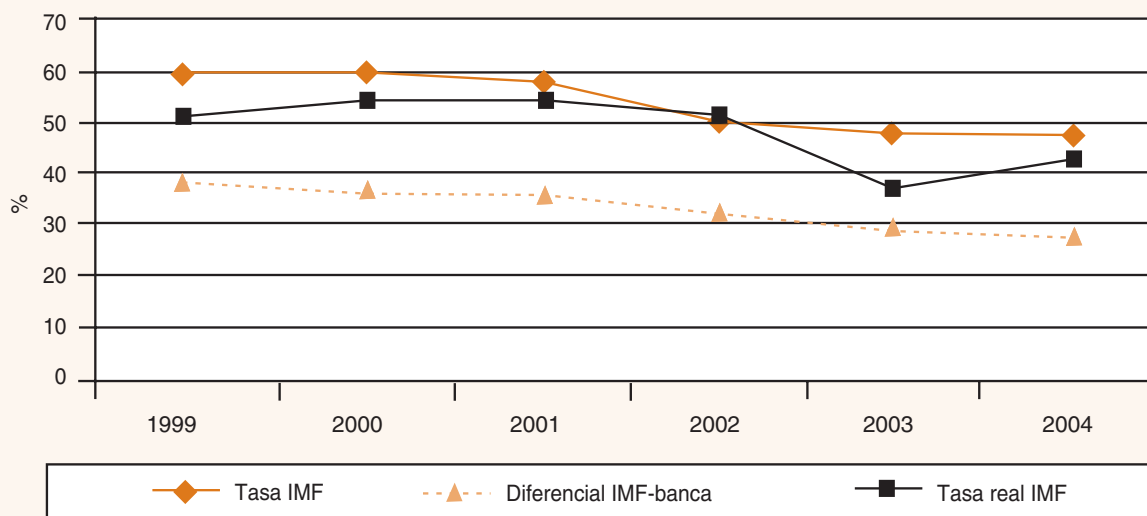
Bangladesh: Consolidación

El sector del microcrédito en Bangladesh sigue creciendo rápidamente y cuenta con un elevado número de proveedores. Sin embargo, las cuatro principales IMF proporcionan el grueso de los microcréditos. El Grameen Bank, pionero en materia de microfinanzas, tenía más de tres millones de miembros activos en 2003¹². En los últimos treinta años aparecieron además otras importantes IMF, como BRAC (cuatro millones de miembros), ASA (2,3 millones) y Proshika (2,8 millones). A las cuatro IMF más grandes les corresponde actualmente, en conjunto, casi el 70% de los microprestatarios del país.

Las estadísticas sobre el sector recopiladas por el *Credit and Development Forum* (Foro de Crédito y Desarrollo, CDF por sus siglas en

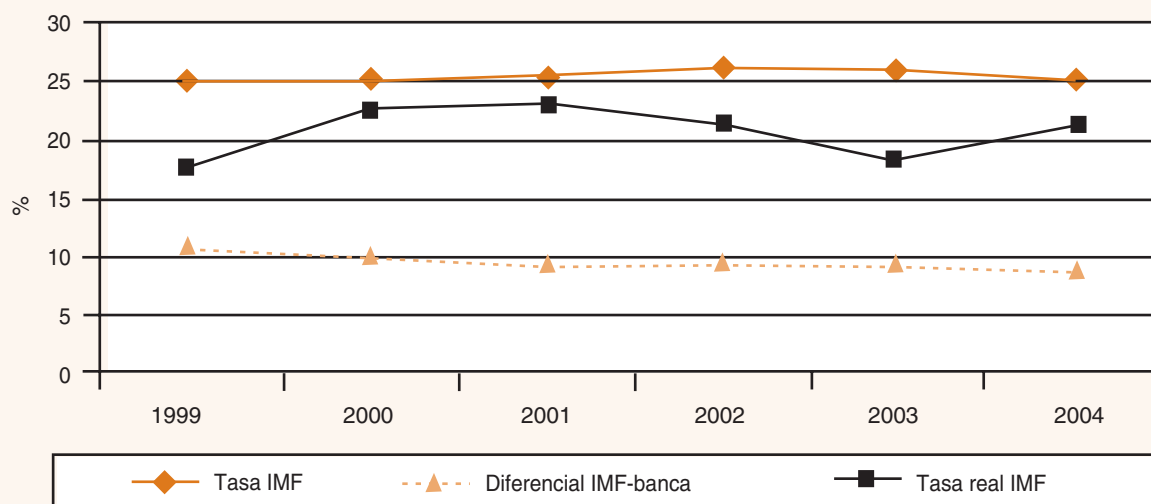
¹² No todos los miembros de las IMF de Bangladesh son prestatarios en algún momento; algunos son únicamente ahorristas.

Gráfico 1 Tasas de interés en Uganda



Fuentes: Tasas IMF: estudio sobre el país; tasas de inflación y tasas de interés activas bancarias: *Estadísticas financieras internacionales* del FMI, www.imfstatistics.org/imf/logon.aspx

Gráfico 2 Tasas de interés en Bangladesh



Fuentes: Tasas IMF: estudio sobre el país; tasas de inflación y tasas de interés activas bancarias: *Estadísticas financieras internacionales* del FMI.

inglés) muestran que el número de IMF ascendió de 533 en 1999 a 721 en 2003¹³, aunque se cree que ese aumento refleja una recopilación más exhaustiva, y no la formación de nuevas IMF. Las IMF todavía son principalmente ONG, aunque algunos grandes programas públicos y unos pocos bancos, como la Islami Banking Corporation, prestan servicios de microfinanciamiento para consumidores. Otros bancos otorgan préstamos a IMF.

El número de miembros activos de entidades microfinancieras a finales de 2003 era de 13,5 millones, es decir, casi el triple de los 4,9 millones declarados siete años antes. El 90% de los miembros de las IMF viven en zonas rurales de Bangladesh y el 85% son mujeres.

Efecto en las tasas de interés. Hasta la fecha ninguna ley en Bangladesh limita las tasas de interés. En el Gráfico 2 se muestra que las tasas nominales se mantuvieron constantes en la mayor parte del último lustro, aunque algunos cambios en la inflación han influido en las tasas reales (es decir, corregidas teniendo en cuenta la inflación). La media ponderada cercana al 25%

se deriva de las tasas aplicadas por el Grameen Bank (tasa fija del 10%, equivalente al 19% como tasa anual efectiva) y por la mayoría de las restantes IMF (tasa fija del 15% o tasa efectiva anual del 29%). El diferencial entre las tasas de los microcréditos y las tasas promedio de los bancos comerciales, citado en la publicación del FMI *Estadísticas financieras internacionales*, también ha permanecido relativamente estable.

Aunque en Bangladesh las tasas de interés de los micropréstamos son relativamente bajas según los estándares internacionales, ha venido aumentando la presión política para reducirlas¹⁴. En abril de 2004 la institución de segundo piso del Estado o proveedora de financiamiento al sector de microfinanzas, PKSF, hizo pública su preocupación ante el hecho de que los prestatarios pobres tuvieran que pagar por operaciones ineficientes de IMF. La investigación realizada por PKSF sobre la estructura de costos de sus entidades asociadas la llevó a la conclusión de que las ineficiencias estaban manteniendo la estructura de costos de los microcréditos en un

¹³ El CDF es una red nacional de ONG de Bangladesh que operan como IMF.

¹⁴ El MicroBanking Bulletin dio a conocer un rendimiento bruto internacional promedio del 34% en todas las IMF que revelaron notificantes, como punto de referencia para el 2003 www.mixmbb.org/en/benchmarks/2003/2003%20MFI%20Benchmarks.xls

nivel elevado¹⁵. PKSF impuso a las tasas de interés aplicada a todos sus clientes un tope consistente en una tasa fija del 12,5% (aproximadamente una tasa efectiva anual de 24%) a partir de enero de 2005¹⁶. Los clientes de PKSF aceptaron el nuevo máximo, con excepción de los dos más grandes, ASA y BRAC, que representaban conjuntamente casi dos tercios de la cartera de préstamos de PKSF.

El resultado ha sido una estructura de tasas de interés con tres niveles para los microcréditos en Bangladesh. El Grameen Bank, con 18% del mercado, ofrece la tasa más baja (una tasa fija del 10%). Los asociados de PKSF, con una proporción total de mercado apenas inferior a la mitad, aplican un precio del 12,5%. ASA y BRAC, con un tercio del mercado, mantienen el 15%.

Por consiguiente, las tasas promedio de interés para los microcréditos han disminuido recientemente, pero ello obedece más a la presión externa ejercida por PKSF que a la competencia en el mercado. Algunos observadores afirman que el régimen de tasa fija aplicado por el PKSF va en detrimento de la competencia, al limitar el rendimiento y dificultar el ingreso de nuevas instituciones carentes de las economías de escala necesarias para sobrevivir dentro de ese tope. PKSF sostiene que está sentando la base para una reducción continuada y sostenible de las tasas, al obligar al sector a ser más eficiente.

Algunas de las mejoras en materia de eficiencia se deberán a la consolidación en IMF de mayor escala. La naturaleza de la consolidación en un entorno de ONG que proveen microcréditos a grupos probablemente difiera de la habitual en el mercado, donde las entidades se fusionan o las empresas con buenos resultados adquieren a las que fracasan¹⁷. No se puede comprar una ONG, aunque sí su cartera de préstamos. Ahora bien, en un entorno de prés-

tamos a grupos con una relación personal muy estrecha con quien los tramita, no está claro que las carteras de préstamos puedan adquirirse en la forma habitual. Lo más probable es que cierto número de IMF fracase, lo que podría reducir considerablemente el número de proveedores. Esto cabría esperarlo en la fase de consolidación de un mercado. Los prestamistas restantes serían más grandes y más eficientes, pero eso no garantiza que los beneficios se trasladen a los clientes en forma de tasas más bajas. Algunas grandes IMF de Bangladesh entrevistadas para este análisis no esperan que las tasas de interés aplicadas a los microcréditos varíen mucho en los próximos cinco años.

En Bangladesh, el sector de microfinanzas enfrenta otros posibles cambios adicionales. Por ejemplo, sobre el mercado nacional se percibe la amenaza de que el banco central generalice en mayor medida los topes a las tasas de interés. Además se ha impulsado un proyecto de ley que establece una nueva forma jurídica —un banco de microcrédito— que permitiría a prestamistas con fines de lucro la entrada en el mercado y captar depósitos. La promulgación de esta ley daría pie a nuevas fuentes de competencia futura en materia de precios.

Bolivia: Fin de la consolidación y principio de la madurez

El sistema microfinanciero de Bolivia surgió durante la oleada de reformas macroeconómicas de mediados de los años ochenta, que incluyó el cierre de bancos nacionales de desarrollo. En 1987, importantes empresarios y políticos bolivianos, junto con la red de entidades microfinancieras ACCIÓN Internacional, pusieron en marcha PRODEM, una de las primeras IMF modernas, con fondos de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional. PRODEM utilizó una metodología de préstamos a pequeños grupos para atender las necesidades de microempresarios. En 1991 PRODEM ya tenía una cartera de préstamos de US\$5 millones y crecía rápidamente. A fin de

¹⁵ Uddin, J. "Current Interest Rate and Financial Sustainability of PKSF's Partner Organizations". PKSF, diciembre de 2003.

¹⁶ A diciembre de 2003, los empréstitos de PKSF financiaron tan sólo un poco más de un quinto del total de los préstamos pendientes de todas las IMF que declararon datos a CDF.

¹⁷ Comentario de David Wright, correspondencia privada con el autor.

ampliar las posibilidades de financiar ese crecimiento, PRODEM se convirtió en la primera ONG en formar un banco regulado de microfinanzas, BancoSol, en 1992.

En ese mismo año, el grupo internacional de consultoría IPC puso en marcha Procrédito, empleando un enfoque de préstamos individuales. Procrédito también creció rápidamente. En 1995, Bolivia creó un nuevo marco normativo, los Fondos Financieros Privados (FFP), en cuyo contexto las IMF pueden recibir depósitos contando con un capital mínimo inferior al de los bancos. Procrédito recibió una licencia de FFP para operar como Caja los Andes y desde entonces obtuvo una licencia bancaria completa.

En 1997 cerca de la mitad de los microempresarios que reunían las condiciones pertinentes habían ingresado en el mercado del microcrédito¹⁸. Al mismo tiempo surgieron varias compañías de crédito comercial para el consumo, siendo la más grande la empresa chilena Acceso. Esas empresas concedían créditos con facilidad a trabajadores asalariados, y posteriormente incluso a microempresarios, introduciéndose así en el mercado tradicional de las IMF. Pero no evaluaron adecuadamente la capacidad de reembolso de los microempresarios. Era cada vez más frecuente que los clientes obtuvieran préstamos múltiples. Según una estimación, en ese entonces cerca de un tercio de los clientes de los FFP estaban endeudados con más de un prestamista. La intensidad de la competencia aumentó. “Al final de los años noventa las tasas de interés disminuyeron y los clientes empezaron a prestar atención a las pequeñas diferencias existentes entre las tasas aplicadas por uno u otro prestamista”¹⁹.

El creciente sobreendeudamiento, combinado con un cambio desfavorable de la situación económica, condujeron en 1999 y 2000 a un aumento de los coeficientes de incumplimiento, que propició la quiebra de entidades otorgantes de préstamos al consumo y perjudicó a las IMF tradicionales. En un clima de crisis se formó un movimiento de deudores disconformes y se

registraron protestas callejeras frente a las oficinas de los prestamistas. Esta crisis se considera como la llegada a la “mayoría de edad” de las principales IMF de Bolivia, todas las cuales sobrevivieron. Como consecuencia de la crisis, quedaron menos IMF, pero más grandes y más estables.

El microcrédito en Bolivia parece haber entrado en la fase de madurez, pero el crecimiento sigue siendo mayor del que cabría esperar en esta etapa.

Hoy, el grueso del sector del microcrédito en Bolivia está compuesto por siete proveedores regulados y 14 no regulados. Además hay docenas de cooperativas financieras locales de pequeño tamaño y ONG. El buró de crédito Infocred calcula que existen más de 400.000 clientes activos de microcrédito, con un saldo agregado de préstamos pendientes de reembolso de US\$500 millones. Las cuatro IMF principales (BancoSol, PRODEM, Banco los Andes, Procrédito y FIE) están reguladas y representan el 71% del valor de los créditos.

Efectos en cuanto a las tasas de interés. En el Gráfico 3 se observan sucesivas reducciones de las tasas de interés nominales y reales aplicadas por las principales IMF bolivianas: los rendimientos promedios disminuyeron de un 50% a mediados de los años noventa a un promedio actual apenas superior al 20%. El diferencial entre las tasas de interés bancarias y las de las IMF se mantiene más o menos constante desde mediados de los años noventa. Las reducciones de las tasas se produjeron antes de lo que se esperaba: la disminución más drástica se produjo entre 1992 y 1998, antes de que se iniciara la consolidación, en 1999.

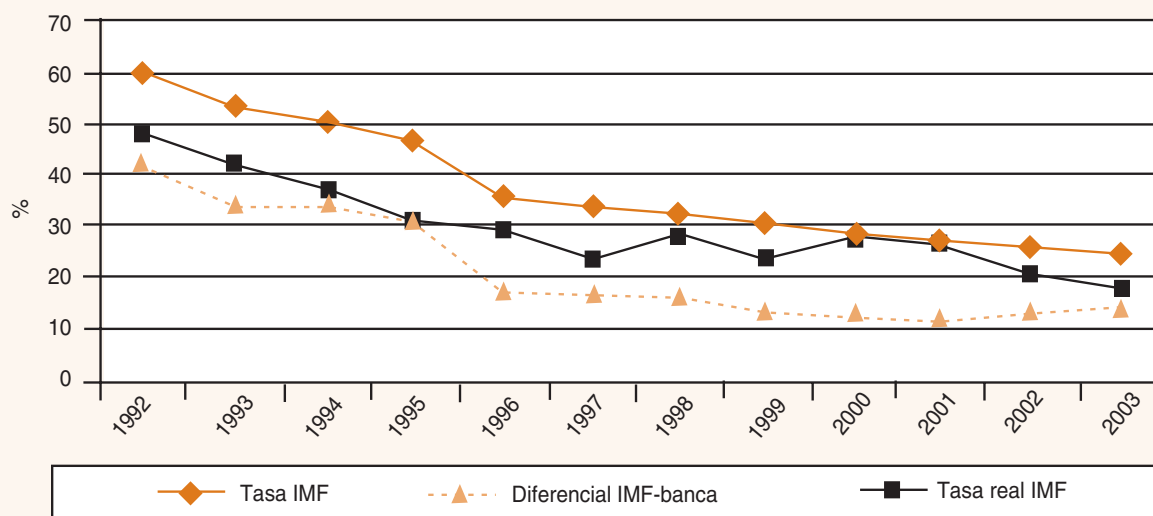
Cuando se les preguntó sobre las razones que explican la reducción de las tasas tan tempranamente en Bolivia, los responsables de las principales IMF bolivianas citaron varios factores:

- La competencia entre las metodologías de otorgamiento de préstamos, que dio lugar a un crecimiento rápido de los créditos individuales (liderados por FIE y el Banco de los Andes), que obligó a las IMF que

¹⁸ Rhyne, 2001, p. 123.

¹⁹ *Ibid.*, p. 154.

Gráfico 3 Tasas de interés en Bolivia



Fuente: Tasa IMF: González Vega y Villafarni (2004), gráfico 55; tasas de inflación IPC y tasas bancarias: IFE.

otorgaban préstamos a grupos (como Banco Sol y PRODEM) a reducir sus tasas de interés.

- La creación de los FFP en 1994, permitió a las IMF aceptar depósitos, reducir sus costos de financiamiento y proporcionar liquidez para un crecimiento más acelerado. Esta nueva estructura jurídica contribuyó a crear margen de maniobra para la reducción de las tasas de interés.
- La aplicación de tasas más bajas a los préstamos subsiguientes, que además provocó un descenso de las tasas de interés, ya que un mayor número de prestatarios repitieron los ciclos de crédito.
- Las IMF que cobraban tasas más bajas tendieron a crecer más rápido en promedio, reduciéndose así la media ponderada del mercado.

En los años noventa el manejo de los precios no se consideraba en Bolivia como una de las principales estrategias competitivas, pero se usó como estrategia defensiva para frenar el proceso de reducción del número de consumidores. Al parecer los prestatarios percibieron, incluso con agrado, las reducciones de las tasas que se estaban produciendo, pero no creyeron que obtener

un precio más bajo fuera un objetivo prioritario. Según los administradores de las IMF, la prioridad más importante de los clientes era y es el tamaño y el tipo de préstamo y el momento en que lo reciben. No obstante, las IMF bolivianas prevén, para los próximos cinco años, una reducción progresiva de las tasas promedio, que pasarían de una media de mercado de 21,7% para las entidades reguladas a un 17%–20%.

Algunos observadores afirman que el aumento de la rentabilidad y el crecimiento de las carteras de préstamos fueron provocados sobre todo por los prestamistas, que aumentaron el volumen de sus préstamos, apartándose así, en la práctica, de los clientes más pobres, que sólo podían permitirse empréstitos pequeños. A este respecto, los elementos de juicio son dispares: el tamaño promedio de los préstamos otorgados por las IMF que González-Vega e Ibarregaray describen como “reguladas tradicionales” (que constituyen la mayor parte del mercado) aumentó relativamente poco entre 1995 y 2004: de poco menos de US\$1.500 a poco más de US\$1.500²⁰. En cambio, el tamaño

²⁰ González-Vega, C. y M. Villafani Ibarregaray, *Las Microfinanzas en el Desarrollo del Sistema Financiero de Bolivia*, Proyecto Premier, 2004, gráfico 21.

promedio de los préstamos de los FFP restantes aumentó notablemente: de alrededor de US\$600 a alrededor de US\$3.750 en el mismo periodo. Y lo que es más importante, la proporción de préstamos pequeños (de menos de US\$1.000) en la cartera total de las IMF reguladas no varió mucho en esa década²¹. En Bolivia, la intensificación de la competencia no ha forzado necesariamente a los prestamistas a pasar a segmentos superiores del mercado.

¿Cuándo conduce la competencia a una disminución de la tasa de interés?

El presente análisis sugiere que los tres mercados se encuentran en diferentes etapas de desarrollo competitivo, lo que se resume en el Cuadro 3. Por consiguiente, cabría esperar diferencias en cuanto a la naturaleza y los resultados de la competencia, especialmente en lo referente a las tasas de interés. Uganda muestra signos claros de estar ingresando en una etapa de competencia de tasas que hará que éstas disminuyan. Aunque Bangladesh está iniciando la fase de consolidación, al saturarse el mercado, según un analista “la guerra de precios se ha aplazado por

tiempo indefinido”²². Por otro lado, Bolivia ha experimentado reducciones sostenidas de precios que comenzaron tempranamente.

La experiencia de Bangladesh lleva a pensar que no es inevitable que se produzca competencia de precios cuando los mercados se desarrollan o, al menos, que puede retrasarse considerablemente en el proceso de desarrollo de mercado. Las particularidades de la evolución del sistema microfinanciero de Bangladesh contribuyen a explicarlo. A diferencia de lo ocurrido en Bolivia, en que distintos tipos de microcréditos (colectivos, en contraposición con individuales) compitieron en un estadio temprano, en Bangladesh se dio un enfoque predominante en materia de microcrédito, que hizo que la competencia se basara principalmente en atributos particulares de los productos y servicios crediticios.

La gran atención que han dedicado las IMF de mayor envergadura de Bangladesh a la reducción de la pobreza ha garantizado, asimismo, tasas de interés iniciales relativamente bajas según parámetros internacionales, por lo cual hasta una época más reciente no existió mucho margen para reducir las tasas.

²¹ *Ibíd.*, gráfico 25.

²² Hossein, I., “Competition and Efficiency in Microfinance: Bangladesh”, estudio inédito sobre el país, CGAP, 2005, p. 11.

Cuadro 3. Resumen de las características de la competencia

| | Uganda | Bangladesh | Bolivia |
|--|--|---|--|
| Crecimiento en volumen | Muy rápido | Aún rápido | Aún rápido |
| Número de entidades | Elevado, con entrada de nuevas entidades y salida de las IMF más pequeñas | Elevado, pero es probable que se reduzca | Reducido, estable |
| Estructura del mercado | Las cuatro mayores entidades controlan más de la mitad de los créditos pendientes; aumenta la consolidación | Predominan las cuatro mayores entidades, con una proporción del mercado del 69% | Predominan las cuatro mayores entidades, con un 71%; las 10 mayores controlan el 90% del mercado |
| Modalidades de las tasas de interés | Relativamente fijas en términos nominales, pero en declive con respecto a las tasas de interés activas de los bancos | Fijas, aunque la estructura se divide en tres grupos | Siguen disminuyendo en términos nominales tras las grandes reducciones del período 1995-2000, pero se mantienen estables en relación con las tasas bancarias |
| Fase competitiva | Final del despegue (Fase 2) | Principio de la consolidación (Fase 3) | Entre final de la consolidación (Fase 3) y comienzo de la madurez (Fase 4) |

Además, en Bangladesh las principales ONG proveedoras de microfinanciamiento no operan con fines de lucro, a diferencia de los proveedores comerciales, por lo cual conceden mayor importancia a la amplitud y profundidad del alcance a los prestatarios pobres, ejemplificado en un tamaño promedio de préstamos muy bajo respecto al PNB, como lo demuestra el Cuadro 2. Esto hace menos probable que apliquen estrategias de precios competitivas. Curiosamente, el factor que confiere mayor solidez al sector del microcrédito en Bangladesh —su profundidad y alcance de cobertura— puede ir en detrimento de su deseo de responder a potenciales incentivos de precios.

La falta de presión competitiva en torno a los precios es compensada por los topes máximos externos impuestos por PKSF y por la presión de los políticos. Los topes impuestos por PKSF han introducido en el mercado una dinámica cuya evolución es conveniente seguir: ¿la disminución de las tasas, por parte de las IMF financiadas por PKSF, hará que estas atraigan más clientes y fomentará una generalizada competencia de precios? ¿O simplemente hará que las IMF menos eficientes salgan del mercado sin trasladar a la clientela los beneficios económicos de una mayor eficiencia? En realidad, el resultado podría consistir únicamente en un fortalecimiento de la posición en el mercado de las grandes IMF a las que actualmente no se aplican los topes. El caso de Bangladesh lleva a pensar que al ampliarse el acceso a los microcréditos en un país, aumenta la presión que ejercen los clientes sobre las tasas de interés; si no directamente, al menos indirectamente, a través de las entidades reguladoras y los responsables de políticas.

Ante estas presiones, ¿puede diferirse indefinidamente el proceso de reducción competitiva de tasas a medida que se desarrolla el mercado? Las experiencias del sector del microcrédito en los tres países estudiados llevan a pensar que una reducción sostenible de las tasas de interés requiere determinadas condiciones, que se aplican tanto a la oferta como a la demanda en el mercado. Las empresas deben de ser capaces de

soportar tasas más bajas y, además, creer que su clientela real o potencial reaccionará positivamente ante esa disminución.

Ámbito de la demanda: preferencias, conocimientos y comportamiento del consumidor. En los mercados competitivos, el comportamiento de las empresas depende, en último término, de las preferencias de los consumidores. ¿Comprenden y quieren los microprestatarios tasas de interés más bajas, en comparación con otros factores?

La base del moderno microcrédito es la creencia de que los clientes pobres están tan deseosos de obtener crédito que su preocupación más importante es lograrlo, y no obtener cierta tasa de interés. Las entrevistas realizadas a administradores de IMF en los tres países confirman la opinión predominante de que el precio no ocupa un lugar destacado entre las prioridades de los clientes, en comparación con otros factores relacionados con el producto (como el tamaño del préstamo) y con el servicio de la deuda (como el tiempo que deberá transcurrir para el desembolso, o el tiempo que haya que dedicar a reuniones colectivas). Ilustra esa conclusión el hecho de que una de las principales IMF de Bangladesh señaló que no sufre ninguna desventaja competitiva por mantener tasas más elevadas que otras instituciones a las que PKSF ha obligado recientemente a reducir las suyas. Retienen a sus clientes simplemente ofreciendo un servicio de mejor calidad.

No obstante, hay pruebas cada vez más convincentes de que el precio está adquiriendo mayor importancia para los microprestatarios, aunque antes no les preocupara mucho. De acuerdo con las amplias encuestas para clientes y grupos realizados por MicroSave en Uganda, “los clientes citan reiteradamente la tasa de interés como uno de los factores determinantes de su elección del proveedor financiero al que solicitan crédito”. Incluso en Bangladesh, en que el mercado parece ser menos sensible al precio, los clientes saben que el precio es un factor de comparación. Como suelen decir, “se acude a Grameen para obtener préstamos cuantiosos y

préstamos *baratos* para la vivienda; a ASA si se necesita dinero rápidamente, y a BRAC para obtener servicios educativos y sanitarios, además del servicio financiero”²³.

Aunque los clientes son conscientes del precio, parece que pocos actúan en función de ese factor. Wright y Rippey señalan que “...solamente el 11% de la submuestra de personas que se están endeudando actualmente se informaron en varias instituciones antes de suscribir el préstamo”²⁴. Dos factores pueden explicar esta brecha entre los conocimientos y las decisiones.

En primer lugar, los prestatarios perciben una diferencia entre tasa de interés y “precio” efectivo del préstamo. Consideran que este último consiste en la cuota vencida que deben pagar para reembolsar determinado monto recibido²⁵. Para poder comparar distintas tasas de interés (fijas contra efectivas; compuestas mensualmente contra compuestas anualmente, etc.) los prestatarios deben poseer ciertos conocimientos de finanzas de los que en general están desprovistos, aun en algunos países desarrollados. En determinadas circunstancias los prestamistas agravan el problema complicando el cálculo del precio para dificultar la comparación, con lo cual el prestatario sólo puede comparar el monto de las cuotas de préstamos de cuantía y duración semejantes, lo que suele no ser práctico.

La mejora en los conocimientos financieros de los consumidores allana el terreno para la competencia de precios. Cuando se divulgan las tasas de interés de forma uniforme se logra que

la comparación de los precios sea más fácil y exacta. Diversas iniciativas, en Uganda, promueven la educación financiera de los consumidores²⁶. El Banco de Uganda publica además, en su sitio Web, un cuadro con los cargos vinculados con los productos bancarios, para facilitar la comparación de los precios (sin embargo, este servicio todavía no se ha extendido al microcrédito)²⁷.

Aunque un prestatario pueda comprender y comparar la estructura de las tasas de interés, el costo real de un préstamo no es sólo dicha tasa, sino que incluye el costo de oportunidad del tiempo y los desplazamientos necesarios para obtener y atender el servicio del préstamo. La diferencia entre la tasa de interés declarada y el costo total para el consumidor puede ser considerable. Por ejemplo, aunque a los créditos individuales pueda aplicarse una tasa de interés más elevada que a los créditos colectivos, el tiempo que ahorra un prestatario ocupado evitando las reuniones del grupo puede hacer que el préstamo individual resulte más “barato”. Hudson comenta que en Uganda “los clientes piensan que están pagando un precio elevado por los préstamos, pero no pueden o no quieren buscar el más conveniente”²⁸. Los costos derivados de la búsqueda que no se reflejan en la tasa declarada, pueden superar a los beneficios que supone encontrar una tasa inferior en otra institución. Como resultado, los consumidores son menos sensibles a las disminuciones de tasas que no se vean acompañadas por otros factores. En Bolivia, por ejemplo, fue la combinación de una metodología de crédito individual que ahorra tiempo a los clientes y una tasa de interés más baja la que generó una propuesta muy competitiva y obligó a las instituciones con metodologías colectivas a aplicar reducciones defensivas de la tasa de interés, lo que en última instancia dio lugar a una transición a la metodología de créditos individual.

²³ Cursivas agregadas por el autor; citado en el informe sobre el país de CGAP.

²⁴ Wright y Rippey, 2003.

²⁵ Una encuesta realizada en 2004 a nivel nacional en Sudáfrica (FinScope 2004) reveló que de las personas que declararon haber suscrito préstamos con regularidad (aproximadamente la mitad), “una cuota mensual razonable” fue el factor claramente más importante que tenían en cuenta para elegir al proveedor del crédito, citado por el 36%. Las tasas de interés se encontraban en segundo lugar, aunque a distancia, con un 17%, aunque es evidente la relación entre ambos factores. Sin embargo, entre las personas que no tenían relación con los bancos (las que con mayor probabilidad recurrían al microcrédito tal como aquí se define), las tasas de interés figuraron en tercer lugar (solo las citó el 12%), tras las condiciones de reembolso (22%). La misma encuesta indicó, además, amplio desconocimiento del concepto de tasas en general (por ejemplo de la tasa de inflación).

²⁶ *Deepening*, el boletín electrónico de FSDU, No. 3, marzo de 2005.

²⁷ Véase www.bou.or.ug/commbank_070305.htm.

²⁸ Hudson, R., “An In-Depth Qualitative Assessment of the Ugandan Micro-finance Environment”, 2003.

En definitiva, las tasas de interés pueden, de hecho, ser importantes para los clientes (al menos implícitamente, a través de la cuota), pero no tanto como para que los clientes existentes cambien de proveedor o siquiera se interesen por los créditos de otras entidades. Tampoco provocan el ingreso en el mercado de nuevos clientes. Las IMF experimentarían ese fenómeno como una elasticidad del precio nula o escasa de la demanda de crédito. Verificar empíricamente la elasticidad del precio de la demanda es difícil, porque requiere experimentos con precios cuidadosamente controlados, pero puede hacerse. En dos estudios en que se usan grandes conjuntos de datos recientes de microprestatarios de Sudáfrica y Bangladesh²⁹ se han encontrado pruebas de elasticidad de los precios —cuando las tasas bajan, aumenta la demanda de préstamos, y cuando suben, la demanda disminuye— aunque la demanda reacciona ante cambios en los precios sólo cuando las tasas son más altas de lo normal.

Los conocimientos sobre las tasas de interés y la sensibilidad frente a las mismas probablemente aumenten con el tiempo, a medida que los clientes del sistema microfinanciero adquieran experiencia y se vuelvan prestatarios más selectivos, dinámica esta que ya se observa en Bolivia. Igualmente, la sensibilidad a las tasas de interés probablemente se incremente a medida que los clientes adquieran más conocimientos y formación. El éxito de la actividad microfinanciera crea clientes disciplinados, en mejor situación económica; por lo tanto más atractivos para una gama de prestamistas. La aparición de esos prestatarios seguramente aumentará la sensibilidad a los precios. Aunque en los tres países considerados las IMF perciben y dan por hecho una escasa sensibilidad de sus actuales clientes frente a los precios, los referidos cambios subyacentes indican que esas entidades deberán prestar más

atención a su política de fijación de precios en el futuro.

Ámbito de la oferta: el papel de la concentración del mercado y el margen de maniobra. Con el tiempo, los factores del ámbito de la demanda tienden a incrementar la competencia relacionada con las tasas de interés. Cuando las empresas empiezan a pensar que los clientes responderán a incentivos de precios, están más motivadas para, al menos, considerar posibles reducciones de las tasas de interés. Sin embargo, la competencia de precios por sí sola no significa que todas las tasas de interés del mercado hayan de disminuir con el tiempo. Una reducción de las tasas de interés dispuesta por unos pocos proveedores pequeños no incidirá en las modalidades generales del mercado. Y si esas entidades no pueden sostener las reducciones que han introducido, el efecto podría ser limitado, en lugar de generar una tendencia continua, como se ha visto en Bolivia.

El estudio de Portocarrero y Byrne sobre las microfinanzas en Perú muestra que se requiere cierta concentración del mercado para que surja la competencia en torno a las tasas de interés³⁰. Dicho de otro modo, debe haber uno o varios líderes del mercado suficientemente grandes como para influir en el esquema general de tasas obligando efectivamente a otros participantes a seguir sus cambios en los precios. En una estructura de mercado fragmentado (como la de ciertos mercados regionales peruanos del estudio), ningún proveedor ejerce esa influencia. En el sistema microfinanciero boliviano había líderes claros del mercado desde el principio, y la estructura se ha ido concentrando con el tiempo. En Uganda, en que probablemente vayan a comenzar las reducciones de precios, la estructura del mercado se está concentrando también en torno a un reducido número de líderes de mercado en rápida expansión. Bangladesh es la excepción a esta regla: aunque también tiene un mercado concentrado, las tasas de interés no han bajado.

²⁹ Karlan, D. y J. Zinman, "Demand Curves for Consumer Credit: Evidence from a Randomized Field Experiment", estudio inédito, MIT Poverty Action Lab, 8 de septiembre de 2005. Dehejia, R., H. Montgomery y J. Morduch, "Do Interest Rates Matter? Credit Demand in the Dhaka Slums", estudio inédito, 9 de marzo de 2005.

³⁰ Portocarrero y Byrne, 2003.

Si los proveedores compiten rebajando las tasas de interés, deben ser capaces de sostener la consiguiente reducción de sus ingresos. En Bolivia, las tasas recién bajaron cuando las IMF pioneras obtuvieron beneficios. Las disminuciones de tasas también estuvieron vinculadas con la aparición de nuevos vehículos de financiamiento que generaron la liquidez necesaria para un crecimiento rápido de los líderes del mercado. En Uganda, la ley de instituciones microfinancieras captadoras de depósitos promulgada recientemente puede permitir también que las IMF más grandes capten depósitos con costos menores para financiar el crecimiento de sus préstamos. En Bangladesh, las IMF rentables más grandes pueden tener la capacidad financiera necesaria para absorber tasas más bajas, pero dado que no existe una fuerte demanda por parte de los clientes, carecen de incentivos para reducir las tasas.

Este análisis de los tres mercados lleva a pensar que para conseguir una disminución general sostenida de las tasas de interés se necesitan *proveedores suficientemente grandes, con alicientes y habilidad suficientes para reducir las tasas*. Sin embargo, el caso de Bangladesh ilustra que si bien esas condiciones tal vez sean necesarias, quizá no sean suficientes. Sólo el tiempo dirá si el tope impuesto por PKSF a las tasas aplicadas por algunas IMF fomentará el surgimiento de competencia de precios en los próximos años, o si esto ocurrirá como consecuencia de algún otro factor.

Consecuencias

Es probable que la competencia de precios provoque el descenso de las tasas de interés en Uganda y Bolivia en los próximos tres a cinco años. Incluso en Bangladesh, las tasas de interés promedio se han reducido en cierta medida por acto de autoridad, aunque falta por ver si esa reducción puede, no digamos hacerse más pronunciada, sino por lo menos mantenerse. Sin embargo, el precio no es la única ni la principal

preocupación de los clientes. Éstos dan mucho valor a la calidad del servicio, a la flexibilidad de las características del producto y a la posibilidad de obtener préstamos pequeños. La ventaja de una verdadera competencia es que previsiblemente anima a las empresas a responder a las necesidades cambiantes de los consumidores. Es arriesgado imponer controles de precios, porque restringen la flexibilidad de los proveedores para ofrecer productos adecuados a un amplio espectro de clientes. De hecho, si los precios son demasiado bajos es posible que los proveedores eviten conceder créditos pequeños a los clientes más pobres, o que abandonen por completo el mercado.

En los tres mercados, y también en otros, las IMF deberían prepararse para una competencia más intensa, inclusive en materia de tasas de interés. La mayoría de las IMF entrevistadas en Uganda y Bolivia son muy conscientes de ello. Al tratar de lograr costos de financiamiento menores y mayor eficiencia buscan crear un margen de maniobra que les permita mantener la rentabilidad a pesar del descenso de las tasas. En tanto esas reducciones no hagan que los prestamistas supriman los créditos de poca cuantía, la disminución de las tasas debería suscitar el efecto positivo de expandir todo el mercado. Más prestatarios podrán así sufragar la cuota mínima necesaria para obtener acceso a micropréstamos.

Según las IMF entrevistadas en este estudio, las estrategias de competencia en torno al nombre comercial —que se espera surjan en fases posteriores, de mayor madurez del desarrollo del mercado— todavía no han recibido mucha atención. En cambio, los bancos que atienden al público en general prestan cuidadosa atención a la marca. Dado que los bancos penetran cada vez más profundamente en los mercados de microcrédito, las IMF se verán forzadas a competir con marcas bancarias firmemente establecidas, y no tardarán en constatar que para sobrevivir necesitarán una acertada estrategia de posicionamiento de marca. Deben comenzar a

invertir desde ya en la creación de un nombre comercial, lo que les beneficiará al permitirles fijar los precios, en lugar de tener que aceptarlos³¹.

Se requieren políticas coherentes para fomentar una competencia justa y crear las condiciones necesarias arriba mencionadas para que las tasas de interés efectivamente bajen. Cuando se cumplan esas condiciones, el proceso de disminución de tasas comenzará, o se acelerará si ya ha comenzado. Algunas de esas posibles políticas pueden dirigirse a:

- imponer a los proveedores la obligación de ofrecer precios transparentes y comparables;
- promover los conocimientos financieros de los consumidores;
- recopilar y evaluar información veraz a nivel del mercado³², y
- cuando la infraestructura de las comunicaciones lo permita, crear organismos de verificación de antecedentes crediticios de consumo fiables, a fin de que los prestatarios puedan dotarse de un historial de crédito satisfactorio al que tengan acceso los prestamistas que compiten mutuamente³³.

³¹ Para una introducción útil y un resumen de las cuestiones relativas a la marca institucional y a la identidad en las microfinanzas, véase *Micro-Save Briefing Note 27*, que puede consultarse en www.microsave.org.

³² Deberían recopilarse y seguirse de forma sistemática a lo largo del tiempo varios indicadores competitivos clave, como número de clientes, tasas medias ponderadas y nivel de saturación del mercado. Esa tarea podría estar a cargo del organismo regulador (como en Bolivia) o de un organismo comercial (como en Bangladesh).

³³ A falta de tales mecanismos de divulgación de la información es probable que la competencia conduzca a un múltiple endeudamiento de los clientes (McIntosh, C., A. de Janvry y E. Sadoulet, "How Rising Competition Among Microfinance Institutions Affects Incumbent Lenders", versión preliminar, agosto de 2004).

En cuanto a los donantes interesados en fomentar un microcrédito beneficioso para el consumidor, este estudio pone de relieve la importancia de varias intervenciones dotadas de atributos de "bien público"; por ejemplo las siguientes:

- reunir y divulgar información fidedigna sobre los mercados, por parte de autoridades reguladoras o entidades del sector;
- mejorar la formación de los consumidores, y
- mejorar la infraestructura financiera, por ejemplo creando organismos de verificación de antecedentes crediticios, pero también capacitando y dando apoyo a las autoridades reguladoras y encargadas de la competencia.

Además de los beneficios para el consumidor, la competencia justa en un sector permite la supervivencia y el desarrollo de un mayor número de empresas productivas, lo que según un reciente estudio autorizado sobre el desarrollo económico "es el determinante más importante a largo plazo de la productividad, y por ende de la prosperidad"³⁴. En última instancia, una competencia más activa beneficiará al sector microfinanciero y a las sociedades en que éste opere.

³⁴ Wolf, M., "The Tyranny of Vested Interests", *Financial Times*, 17 de enero de 2006. Reseña de William Lewis, *The Power of Productivity*, University of Chicago Press, 2004.



Anexos

| Anexo I. Fuentes de datos | | | |
|------------------------------------|--|---|--|
| | Bangladesh | Bolivia | Uganda |
| Entrevistados | <p>ASA BRAC Buro-Tangail Grameen Bank Islamic Bank PDBF SFDW</p> | <p>Banco Los Andes Banco Sol FADES FIE, SA PRODEM</p> | <p>Cerudeb FSDU Postbank Stanbic Bank UFT UGAFOD UMU Otras IMF</p> |
| Datos generales del mercado | <p>Los datos del mercado aquí reseñados se basan en datos de CDF; se han agregado cifras del Grameen Bank.</p> | <p>Datos de ASOFIN que abarcan las IMF reguladas y una IMF no regulada en proceso de regulación; otra fuente valiosa es González-Vega y Villafani (2004).</p> | <p>A falta de una fuente de datos centralizada, se obtuvieron datos históricos de siete importantes IMF que constituían el 58% del mercado estimado del microcrédito de Uganda, y que se emplearon para compilar medias ponderadas de las tasas de interés y de la rentabilidad del capital. Éstas se compararon y completaron con datos sobre Uganda proporcionados por The MIX (www.themix.org).</p> |



Bibliografía

General

- Drake, D. y E. Rhyne, ed. *Commercialization of Microfinance*. Bloomfield, Conn.: Kumarian Press, 2002.
- Helms, B. y X. Reille. "Los topes máximos par alas tasas de interés y las microfinanzas: Su evolución hasta ahora". Estudio Especial del CGAP No. 9. Washington, D.C.: CGAP, septiembre de 2004.
- Johnson, S. "The Dynamics of Competition in Karatina's Financial Markets". Imp-Act Working Paper No. 9. Brighton: Institute of Development Studies, 2003.
- Karlan, D. y J. Zinman. "Demand Curves for Consumer Credit: Evidence from a Randomized Field Experiment". Estudio inédito. MIT Poverty Action Lab, 8 de septiembre de 2005.
- Motta, M. *Competition Policy: Theory and Practice*. Cambridge: CUP, 2004.
- Wolf, M. "The Tyranny of Vested Interests". *Financial Times*, 17 de enero de 2006. (Reseña de William Lewis, *The Power of Productivity*, University of Chicago Press, 2004.)

Por países

Bangladesh

- Credit and Development Forum. *CDF Microfinance Statistics, December 2003*. Dhaka: CDF, 2003.
- . *CDF Microfinance Statistics, December 2004*. Dhaka: CDF, 2004.
- Dehejia, R., H. Montgomery y J. Morduch. "Do Interest Rates Matter? Credit Demand in the Dhaka Slums". Estudio inédito, 9 de marzo de 2005.
- Hosseini, I. "Competition and Efficiency in Microfinance: Bangladesh". Estudio inédito sobre el país. Washington, D.C.: CGAP, 2005.
- Rutherford et al., "Grameen II at the end of 2003". Abril de 2004, www.safesave.org y www.microsave.com.
- Uddin, J., "Current Interest Rate and Financial Sustainability of PKSF's Partner Organizations". Bangladesh: PKSF, diciembre de 2003.
- Wright, D., y Dewan Alamgir. "Microcredit Interest Rates in Bangladesh 'Capping v Competition". Donors' Local Consultative Group on Finance, marzo de 2004.
- Wright, David, y otros, Bangladesh, Local Donor Consultative Group, Joint donor strategy on microfinance. Junio de 2003.
- Zohir, S., "MFI Competition, Overlapping and the After-Effects". Edición mimeografiada, mayo de 2003.

Bolivia

- Arriola, P. *Las Microfinanzas en Bolivia*. Diciembre de 2002.
- ASOFIN, boletines mensuales, 2002–2004.
- Banco Los Andes SA. Informes anuales, 2000–2003.
- Banco Sol SA. Informes anuales, 2000–2003.

- Buchenau, Juan. *Cómo innovar e incentivar innovaciones en microfinanzas*. La Paz: Proyecto Premier, 2004.
- FIE SA. Informes anuales, 2000–2003.
- FINRURAL. *Autorregulación*, mayo de 2004–noviembre de 2004.
- . Boletín semestral, diciembre de 2002–junio de 2004.
- González Vega, C., y J. Rodríguez Meza. *Importancia de la Macroeconomía para la Finanzas en Bolivia*. Diciembre de 2003.
- . *La Situación Macroeconómica y el Sector de las Microfinanzas en Bolivia*, marzo de 2002.
- González Vega, C. y M. Villafani Ibarnegaray. *Las Microfinanzas en el Desarrollo del Sistema Financiero de Bolivia*. La Paz: Proyecto Premier, 2004.
- Navajas, S., J. Conning, C., y González Vega. "Lending Technologies, Competition and Consolidation in the Market for Micro-Finance in Bolivia". *Journal of International Development* 15, 747–70.
- Paz, G. "Competition and Efficiency in MicroFinance: Bolivia". Estudio inédito sobre el país. Washington, D.C.: CGAP, 2005.
- Portocarrero, F. y G. Byrne. "Estructura de Mercado y Competencia en el Microcrédito". Documento del CIES, julio de 2003.
- PRODEM. Informes anuales, 2000–2003.
- Rhyne, E. *Mainstreaming Microfinance*. Bloomfield, Conn.: Kumarian Press, 2001.
- Superintendencia de Bancos y Entidades Financieras de Bolivia. *Boletín mensual*, noviembre de 2004.
- Virreira, R., P. Rivero, y D. Sergio. *Demanda potencial del mercado de microfinanzas*. La Paz: BID y Asofin, 2002.
- Vogelgesang, U. "Microfinance in Times of Crisis: The Effects of Competition, Rising Indebtedness and Economic Crisis on Repayment Behaviour". *World Development* 31, diciembre de 2003, 2085–2114.

Uganda

- Beijuka, J., P. Mukhwana y E. Kaffu. "Use of Financial Services Over Time in Uganda". Julio de 2003.
- Goodwin, R., T. Bruet y A. Latortue. "Uganda Micro-finance Sector Effectiveness Review". Washington, D.C.: CGAP, octubre de 2004.
- Hudson, R. "An In-Depth Qualitative Assessment of the Ugandan Microfinance Environment". 2003.
- Johnson, S. "The Dynamics of Competition in Karatina's Financial Markets". Imp-Act Working Paper No. 9. Brighton: Institute of Development Studies, 2003.
- McIntosh, C., A. de Janvry y E. Sadoulet. "How Rising Competition Among Microfinance Institutions Affects Incumbent Lenders". Versión preliminar. Agosto de 2004.
- Ministerio de Finanzas, "Planning and Economic Development. Poverty Eradication Action Plan". Kampala, Uganda, 1997.

- . “Medium Term Competitiveness Strategy for the Private Sector”. Kampala, Uganda, 2000.
- . “Preliminary Analysis of the National Baseline Survey of Micro-finance Institutions in Uganda”. Kampala, Uganda, 2002.
- . *The Strategic Plan for Expanding the Outreach and Capacity of Sustainable Micro-finance in Uganda*. Kampala, Uganda, octubre de 2003.
- . “Uganda Capacity Building Framework”, Kampala, Uganda, 2001.
- Mutesasira, L. y E. Kaffu. “Competition Working for Customer: The Evolution of the Ugandan Micro-finance Sector—A Longitudinal Study from December 2001 to March 2003”. Mayo de 2003.
- Mutesasira, L., H. Sempangi, D. Hulme, S. Rutherford y A. N. G. Wright. “Use and Impact of Savings Services Among the Poor in Uganda”. Agosto de 1998.
- Obara, A. “Competition and Efficiency in MicroFinance: Uganda”. Estudio inédito sobre el país. Washington, D.C.: CGAP 2005.
- Wright, A. N. G. y L. Hansen. “Managing Multiple Micro-Loans: The Causes and Effects of Multiple Borrowing among Micro-finance Clients in Uganda”. Marzo de 2002.
- Wright, A. N. G., L. Mutesasira, H. Sempangi, D. Hulme y S. Rutherford. “Drop-outs Among Ugandan Micro-finance Institutions”. 1998.
- Wright, A. y P. Rippey. “The Competitive Environment in Uganda: Implications for Microfinance Institutions and Their Clients”. MicroSave, septiembre de 2003.

Comparta este número de Enfoques con sus colegas o solicite ejemplares adicionales de este u otros artículos de la serie.

El CGAP agradecerá sus comentarios sobre este trabajo.

Todas las publicaciones del CGAP están disponibles en su sitio web: www.cgap.org.

CGAP
1818H Street, NW
MSN Q4-400
Washington, DC 20433 EE.UU.

Tel: 202-473-9594
Fax: 202-522-3744

Correo electrónico:
cgap@worldbank.org