



Los autores de este número de Enfoques son David Porteous, consultor, y Brigit Helms, especialista principal en microfinanzas, CGAP.

El Grupo Consultivo de Ayuda a la Población Pobre (CGAP) es un consorcio de 29 agencias de cooperación internacional que apoyan las microfinanzas. Para obtener más información sobre el CGAP, visite su sitio web: www.cgap.org.

PROTECCIÓN DE LOS MICROPRESTATARIOS

En todo el mundo, la comunidad microfinanciera está prestando más atención a la protección de los consumidores. Algunos temas polémicos, como las elevadas tasas de interés y el sobreendeudamiento de los prestatarios, han despertado la preocupación del público por los consumidores pobres de países tan diversos y alejados como Bolivia, Bangladesh y Sudáfrica, por citar sólo algunos. Sin embargo, se sabe relativamente poco sobre la forma en que la defensa del consumidor podría aplicarse a los servicios financieros para los pobres.

El propio éxito obtenido por las microfinanzas al demostrar que la gente pobre puede reembolsar los préstamos, y efectivamente lo hace, ha alentado a las instituciones que otorgan financiamiento en condiciones comerciales a ingresar en algunos mercados, y se espera una mayor comercialización en el futuro. El aumento de la comercialización ha puesto sobre el tapete cuestiones relacionadas con los consumidores. Si bien es probable que, con el incremento de la competencia, más y más gente logre acceso a los servicios financieros, también el mercado puede quedar abierto a prestamistas menos preocupados por respetar los principios crediticios de responsabilidad social que las instituciones microfinancieras (IMF) siguen. Como consecuencia, los prestatarios vulnerables se encuentran más a merced de prestamistas abusivos. Este tema está atrayendo la atención de políticos y autoridades reguladoras.

En el campo de las microfinanzas, los argumentos morales en favor de la protección de los consumidores se centran en el desequilibrio de poder entre prestamistas y prestatarios. Resultan especialmente vulnerables los analfabetos funcionales, las personas que utilizan los servicios por primera vez o quienes pertenecen a una etnia o hablan un idioma diferente de los del personal de las instituciones financieras. Incluso los prestatarios de medianos ingresos y relativamente educados pueden carecer de información suficiente sobre sus derechos y pueden ser inducidos a adoptar decisiones crediticias equivocadas.

Además de los argumentos morales, también puede haber razones estratégicas para fomentar o apoyar la protección de los consumidores. Varios países han impuesto o están estudiando la posibilidad de imponer techos máximos a las tasas de interés con el objeto de proteger a los clientes.¹ Lamentablemente, tales techos terminan perjudicando a los clientes más pobres y vulnerables, al restringir su acceso al crédito. Mejorar las medidas de protección del consumidor puede ser más constructivo que imponer techos a las tasas de interés o reducirlos. Tanto los prestamistas como los responsables de las políticas pueden

¹ Para más información sobre las consecuencias de la imposición de techos a las tasas de interés para los prestamistas pobres, véase Brigit Helms y Xavier Reille, *Interest Rate Ceilings and Microfinance: The Story So Far*, Estudio especial del CGAP No. 9 (Washington, D.C.: CGAP, 2004).

preferir esta alternativa si de este modo evitan socavar la viabilidad del sector en su conjunto con techos máximos impuestos en forma artificial.

La mayoría de los países en desarrollo carecen de los complejos marcos jurídicos o normativos para la protección del consumidor con que cuentan los países desarrollados. Por ello, el interés creciente en emplear la defensa del consumidor en las microfinanzas tiene escaso asidero en la experiencia concreta. El objetivo de esta nota consiste en sacar a la luz lo que se sabe hasta el momento y plantear algunas cuestiones para el debate que se desarrollará en el futuro. En la nota se definen y examinan los elementos que constituyen la protección al consumidor. Se evalúan los dos enfoques primarios de la aplicación de tales medidas —los códigos voluntarios y la regulación estatal— en los países en desarrollo.

¿Qué se entiende por protección del consumidor?

La protección del consumidor abarca todos los medios necesarios para salvaguardar los intereses de los consumidores (en el caso del microcrédito, generalmente prestatarios pobres de países en desarrollo), y darles a conocer sus derechos para que puedan adoptar decisiones atinadas y con fundamento. Las principales categorías de medidas de protección del consumidor son las normas sobre divulgación de información, las prohibiciones y exigencias sobre prácticas de los prestamistas, los mecanismos de atención de quejas y litigios, y la educación del consumidor.

Estas medidas se pueden aplicar de distintas formas a lo largo del ciclo de préstamos. (Véanse los ejemplos en el Recuadro 1).

Normas sobre divulgación de la información

La base de toda medida de protección del consumidor es la divulgación apropiada de las condiciones del préstamo. En muchos países existen leyes sobre acceso a la información o la veracidad en los términos de los préstamos (*truth-in-lending*). En ellas se suele exigir a los prestamistas que indiquen claramente las tasas de interés y las condiciones de los

préstamos en contratos y otros documentos de libre acceso, como lo muestran los ejemplos que figuran a continuación:

- En África Central, la ley de microfinanzas de 2002 exige a las instituciones microfinancieras que den a conocer las tasas porcentuales anuales publicándolas en los contratos de préstamo y exhibiéndolas en los locales. El gobernador del Banco Central determina, por decreto, una fórmula clara y precisa para calcular tales tasas. Los supervisores bancarios ya han multado a varias IMF por infringir esa disposición.²
- En 2000, la superintendencia de bancos de Panamá dictó una resolución que obliga a los bancos a dar a conocer a los clientes la tasa de interés efectiva y la naturaleza del producto, además de otra información.³
- La Comisión Europea ha presentado en 2005 un proyecto de directiva sobre los créditos a los consumidores en países de la UE que afectará a las microfinanzas en los nuevos países miembros de Europa oriental. La directiva incluye importantes requisitos sobre el acceso a la información (por ejemplo, todos los convenios de crédito deben incluir el costo total del préstamo expresado como tasa porcentual anual, y todos los acreedores deben usar la misma fórmula para calcular dicha tasa).⁴
- En los Estados Unidos, los prestamistas están obligados a incluir, en todos los convenios de crédito, el “Recuadro Schumer” (que debe su nombre al senador norteamericano promotor de la ley en el Congreso), donde se presenta en forma de cuadro toda la información exigida

² Entrevista con Henry Madrenes, asistente técnico del Banco de los Estados del África Central (BEAC), abril de 2004.

³ Superintendencia de Bancos, República de Panamá, Resolución General No. 3-2000, www.superbancos.gob.pa.

⁴ Julie Robie, “EU Consumer Protection Laws Requiring MFI Compliance” (memorando interno, 1 de abril de 2004). Asimismo, véase la directiva original “Consumer Credit Directive” [título oficial: “Council Directive 87/102/EEC of 22 December 1986 for the Approximation of the Laws, Regulations, and Administrative Provisions of the Member States Concerning Consumer Credit”] (Bruselas, Bélgica: Comisión Europea, 22 de diciembre de 1986), europa.eu.int/comm/consumers/cons_int/fin_serv/cons_directive/index_en.htm.

Recuadro 1 Protección del consumidor en el ciclo de préstamos

Etapa del ciclo	Riesgo(s) de abuso	Ejemplos de medidas de protección
Antes de la venta	<p>Publicidad incorrecta o engañosa (por ejemplo, sobre la tasa de interés de los préstamos)</p> <p>Técnicas de venta inapropiadas (por ejemplo, venta a domicilio mediante métodos agresivos)</p> <p>Pedidos de comisiones clandestinas</p>	<p>Exigir la declaración de todas las comisiones y la presentación de las tasas de interés en un formato estándar</p> <p>Prohibir determinadas técnicas de venta</p> <p>Vigilar el comportamiento crediticio para eliminar las comisiones clandestinas</p>
En el momento de la venta	<p>Redacción inadecuada de los contratos</p> <p>Otorgamiento irresponsable de préstamos (por ejemplo, sin que guarde la debida relación con la capacidad de reembolso del prestatario)</p> <p>Discriminación injusta en las decisiones crediticias</p> <p>Imposición de sanciones por la cancelación del préstamo pocos días después de su venta</p>	<p>Exigir (o preferir) contratos estandarizados donde se consigne información completa sobre los costos y otras condiciones</p> <p>Dictar leyes que castiguen el otorgamiento irresponsable de préstamos</p> <p>Exigir que se expliquen los motivos del rechazo</p> <p>Exigir un período obligatorio “de reflexión” durante el cual el prestatario pueda cancelar el préstamo sin ser sancionado</p>
Después de la venta	<p>Registro inexacto de los pagos del prestatario</p> <p>Métodos ilegales de cobranza</p> <p>Acciones contra un prestatario que carece de recurso o defensa legal</p> <p>Comportamiento abusivo en el procedimiento de cobranza</p> <p>Intercambio de información sobre el prestatario con otra entidad</p>	<p>Exigir a los prestamistas la entrega periódica de resúmenes de cuenta</p> <p>Exigir a los prestamistas que se ajusten a procedimientos de cobranza legales</p> <p>Implementar procedimientos extrajudiciales de solución de diferencias</p> <p>Prohibir determinadas prácticas de cobranzas</p> <p>Exigir la firma del prestatario antes de intercambiar información sobre éste con otra entidad</p>

(por ejemplo, condiciones y tasas). Según *Truth in Lending Act*, la inclusión de este recuadro es obligatoria en los Estados Unidos.⁵

El acceso a la información otorga un cierto grado de protección al consumidor porque la divulgación amplia de datos comparables sobre el verdadero costo de los préstamos permite a los prestatarios comparar las condiciones. También podría tener el efecto de estimular la competencia de precios, lo que podría reducir los costos y las tasas de interés, de modo que con el tiempo los consumidores se verían beneficiados. Asimismo, en aquellos países que cuentan con organismos de verificación de antecedentes de crédito, ciertas disposiciones podrían brindar a los clientes acceso a su historial crediticio en todo momento y/o restringir a los prestamistas la posibilidad de dar a conocer a otras entidades información sobre el desempeño de los prestatarios.

Prohibiciones y exigencias vinculadas a las prácticas de los prestamistas

Las normas, reglas y leyes relativas a las prácticas crediticias prohíben y restringen determinados tipos de comportamientos perjudiciales. Pueden aplicarse a cualquier etapa del ciclo de los préstamos, pero suelen concentrarse en la tramitación de solicitudes y la cobranza de los préstamos en mora. Por lo general, es en estas etapas donde los consumidores son más vulnerables. Las normas pueden tratar de limitar la presión que los agentes crediticios están autorizados a ejercer sobre los posibles prestamistas para inducirlos a endeudarse. En cuanto a las cobranzas, las medidas de protección pueden definir qué técnicas

⁵ Para más información, véase Comptroller of the Currency, Administrator of National Banks, *Truth in Lending Act: Comptrollers Handbook* (Washington, D.C.: US Department of the Treasury, diciembre de 1996), www.occ.treas.gov/handbook/til.pdf.

se consideran improcedentes o coercitivas. Pueden ir incluso más lejos y declarar ilegales esas técnicas y otorgar a los consumidores el derecho de percibir una reparación si hubieran sido víctimas de ellas.

En los países desarrollados, la preocupación de las autoridades reguladoras ante las prácticas crediticias abusivas ha aumentado en los últimos años. Entre ellas se cuentan distintas maneras de proceder, como la consolidación innecesaria de deudas a una tasa de interés más alta o la imposición de comisiones indebidas. Como consecuencia, el consumidor puede acumular una carga insostenible o innecesaria de la deuda. Para contrarrestar esta práctica, las normas pueden establecer la carga máxima de la deuda que resulte aceptable en relación con el ingreso del prestatario y castigar por abuso a los prestamistas que las infrinjan. Para que el cumplimiento de esas normas pueda exigirse, se necesita un registro central de créditos donde todos los prestamistas inscriban las nuevas operaciones a fin de que los prestamistas potenciales puedan determinar el riesgo que supone cada consumidor.

Otros métodos más simples consisten en otorgar a los prestatarios el derecho de cancelar los convenios de préstamo, sin ser objeto de sanciones, durante un determinado período inmediatamente posterior a la firma del contrato (conocido como período de “reflexión”) y en permitir el reembolso anticipado de los préstamos sin imponer multas o cobrando multas limitadas. Asimismo, en Sudáfrica pronto se empleará otra estrategia. En el proyecto sobre créditos a los consumidores (Consumer Credit Bill), que se convertirá en ley en 2005, se requiere que los prestamistas adopten “medidas razonables” para determinar la capacidad de reembolso de un prestatario antes de otorgarle un préstamo.⁶ También se faculta a las autoridades de regulación crediticia a publicar normas sobre la capacidad de evaluación del endeudamiento de los posibles prestatarios.

Un aspecto especialmente polémico de las prácticas crediticias se relaciona con la determinación de precios. Las medidas orientadas a la defensa de los consumidores tienen como objetivo importante protegerlos frente al cobro de comisiones y tasas de interés exorbitantes. Algunos gobiernos tratan de controlar este riesgo por medio de leyes sobre usura

que fijan techos a las tasas de interés.⁷ No obstante, definir qué constituye usura suele ser difícil.

El compromiso en favor de los consumidores (*Pro-Consumer Pledge*) aprobado por ACCIÓN Internacional y MicroFinance Network (Recuadro 2) no impone criterios sino que establece un enfoque voluntario acerca de la protección de los consumidores frente al cobro de tasas de interés exorbitantes. Incluye el compromiso claro de que se establecerán “tasas justas... [que] no producirán ganancias excesivas; antes bien, garantizarán que la actividad pueda sobrevivir y crecer para beneficiar a un mayor número de personas”. En comparación, MicroFinance South Africa (la asociación de prestamistas de microfinanciamiento comercial de Sudáfrica) aborda la cuestión en términos más generales en el Código de Conducta para sus miembros: “La Asociación es de la opinión de que las fuerzas del libre mercado deberían determinar las tasas de interés. Por lo tanto, los miembros deberían cobrar tasas de interés que guarden relación con el mercado. Cuando así le fuera solicitado, la Asociación puede, a su exclusivo criterio, dar su opinión acerca de lo que constituye una tasa de interés excesiva en relación con las fuerzas del mercado”.⁸

Determinar qué es justo y qué es excesivo resulta difícil, en particular porque las circunstancias difieren de un lugar a otro y las condiciones del mercado varían. Para fomentar la aplicación de tasas justas a lo largo del tiempo, aquellos países en los que las tasas de interés se han liberalizado recurren a una combinación de difusión de la información sobre tasas de interés y competencia entre los prestamistas.

Mecanismos de atención de quejas y controversias

Los prestamistas pueden contratar personal especializado en atender quejas de los clientes, y los órganos del sector pueden crear oficinas de ombudsman u otros agentes para resolver problemas que los consumidores no puedan solucionar directamente con las instituciones miembros. Este tipo de mecanismo que se pone en

⁶ “Consumer Credit Bill”. *Government Gazette* 26678 (17 de agosto de 2004), www.dti.gov.za/ccrdlawreview/consumercredit/gaz26678.pdf.

⁷ Véase una descripción completa de esta cuestión en Helms y Reille, *Interest Rate Ceilings and Microfinance*.

⁸ MicroFinance South Africa, *Code of Conduct* (Lynnwoodrif, Sudáfrica: MFSA, 2004), www.mla.org.za/code_of_conduct.php.

marcha con la presentación de una queja constituye una forma bastante económica de hacer cumplir las normas, aunque muchos casos y modalidades de abuso no se denuncian o pasan inadvertidos. En Sudáfrica, el Consejo normativo de microfinanzas (MFRC, por su sigla en inglés) ha establecido un centro gratuito de atención telefónica para conectar a los consumidores con los funcionarios que investigan las quejas y los supuestos abusos.⁹ En cuanto a los prestamistas que infringen las reglas del MFRC, las medidas disciplinarias van desde sanciones a la expulsión del Consejo (lo que equivale al cierre del negocio de microcréditos). La legislación sudafricana en materia de créditos también brinda a los consumidores acceso rápido y de costo relativamente bajo al sistema jurídico a través de tribunales especiales para consumidores.¹⁰

Educación del consumidor

Promover la educación del consumidor suele considerarse una estrategia de vital importancia para protegerlo. La mayoría de las veces, la vulnerabilidad del consumidor tiene origen en su incapacidad para realizar elecciones bien fundamentadas y para ejercer los derechos otorgados por los contratos o las leyes. Para ser eficaces, tales medidas de protección, como las exigencias relativas al acceso a la información, las normas sobre las prácticas de los prestamistas y los mecanismos de atención de quejas, requieren que se informe a los consumidores sobre sus derechos y los productos existentes. En primer lugar, un consumidor educado no sólo está menos expuesto a sufrir abusos por parte del prestamista, sino que también dispone de mejores recursos para buscar soluciones y una compensación si no ha sido tratado correctamente. Como parte de las actividades de educación, se enseña a los prestatarios cómo obtener la información apropiada en las distintas etapas del ciclo de los préstamos, para que puedan adoptar decisiones crediticias acertadas.

La educación del consumidor debe diferenciarse de la etapa previa a la comercialización en la venta de un producto o un servicio. Por ejemplo, en el caso del financiamiento para la vivienda, no comenzaría con los diversos tipos de préstamos para la vivienda existentes, sino que debería partir de las distintas opciones de tenencia — desde la renta a la propiedad —

para pasar luego a la variedad de instrumentos financieros disponibles (incluso el ahorro) para respaldar cada opción.

La educación de los consumidores en materia de préstamos (incluidos los microcréditos) tiene por objeto promover la cultura financiera, considerada como “la capacidad para adoptar decisiones fundamentadas y tomar las medidas apropiadas en cuestiones que afectan nuestra situación financiera y nuestro bienestar”¹¹. Comprende conocimientos básicos de gestión financiera, por ejemplo la elaboración del presupuesto familiar, y conceptos específicos, como los de tasas de interés e inflación. En algunos países, estos temas se enseñan con éxito en la escuela secundaria y, en ocasiones, en programas de educación del adulto. La mayor parte de los programas de educación del consumidor se dictan en localidades específicas, están a cargo de organizaciones no gubernamentales (ONG) y cuentan con financiamiento de fundaciones filantrópicas. Por ejemplo, la Fundación Citigroup está intensificando su actividad en esta esfera y para ello otorga financiamiento a ONG de todo el mundo por un total anual de US\$10 millones.¹²

Hasta el momento, la educación del consumidor no ha recibido mucha atención por parte de la comunidad de las microfinanzas. En un documento de trabajo preparado recientemente para el Financial Literacy Project (proyecto sobre cultura financiera) se llegó a la conclusión de que “hay muy pocos ejemplos de esfuerzos emprendidos para fortalecer los conocimientos financieros de los clientes de microfinanzas u otros grupos de clientes a los que van dirigidos estos programas”¹³. Estas conclusiones surgieron de investigaciones llevadas a cabo en tres continentes, centradas en temas generales como la gestión del dinero, de la deuda y del ahorro, las negociaciones financieras y el uso de los servicios bancarios. En los países en desarrollo hay muy pocos

⁹ El sitio web del Micro Finance Regulatory Council es: www.mfrc.co.za.

¹⁰ Por ejemplo, el proyecto sudafricano de ley sobre créditos al consumo.

¹¹ Véase ECIAfrica, “Financial Literacy Scoping Study and Strategy Project Report” (documento encomendado por FinMark Trust, Vorna Valley, Sudáfrica, 2004), i y Sección 7.

¹² Para más información, visite el sitio web de la Fundación Citigroup: www.citigroup.com/citigroup/corporate/foundation.

ejemplos; en el documento de trabajo de aquel proyecto se destacan sólo tres programas: los del Self Employed Women's Association (SEWA) Bank en la India, World Education en Nepal, y la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) en Zambia.

Exigencia del cumplimiento de la legislación vigente

Si bien, en principio, muchas personas estarían de acuerdo en adoptar medidas que beneficiaran o protegieran a los consumidores, es probable que tengan serias diferencias respecto del método que prefieren para exigir su cumplimiento. En general, hay dos métodos bien diferenciados:

- **Autorregulación del sector.** Las instituciones de un sector constituyen una asociación que aprueba un código voluntario de conducta, acuerda mecanismos de vigilancia y seguimiento del cumplimiento de este código y decide qué consecuencias tendrá su trasgresión, por ejemplo la expulsión de la asociación.
- **Cumplimiento exigido por un organismo estatal.** Se autoriza a una entidad reguladora, por ejemplo un organismo de protección del consumidor, a hacer cumplir la ley pertinente.

La autorregulación suele ser más flexible y pragmática que la segunda opción porque refleja más fielmente las opiniones del sector. En el caso de las microfinanzas, es menos probable que resulte en medidas excesivas que reduzcan el acceso a los servicios financieros y más probable que promueva un acceso más amplio con el correr del tiempo. Sin embargo, presenta una desventaja importante: una vez que la asociación expulsa a una institución por incumplimiento, deja de tener autoridad sobre ella. Esa institución puede continuar empleando prácticas abusivas sin recibir castigo. La actuación improcedente de instituciones que no integren la asociación puede dañar la reputación del sector, a pesar de que los miembros actúen de manera correcta. Este riesgo es particularmente elevado si un número importante de instituciones expulsadas o ajenas a la asociación operan libremente y no deben hacer frente a los costos que implique el

cumplimiento de la normativa vigente. Sólo cuando una asociación voluntaria del sector goza de confianza y su nombre adquiere reconocimiento público, los incentivos son lo suficientemente fuertes como para influir en las instituciones ajenas a esa asociación y alentar a los miembros a seguir perteneciendo a ella.

En el Recuadro 2 se presenta un ejemplo de autorregulación: el compromiso en favor de los consumidores (Pro-Consumer Pledge) aprobado a fines de 2004 por las instituciones miembros de ACCIÓN International y MicroFinance Network (MFN). El activo grupo de trabajo de MFN sobre políticas beneficiosas para el consumidor elaboró el compromiso y ahora procura documentar las prácticas óptimas aplicadas por los miembros para su implementación.¹⁴ Los principios del compromiso abordan todas las categorías principales de medidas de protección del consumidor señaladas en la presente nota.

Los mecanismos estatales necesarios para exigir el cumplimiento de las leyes de protección del consumidor pueden tornarse engorrosos y burocráticos. A fin de vigilar dicho cumplimiento e investigar eficazmente las quejas es preciso contar con importantes recursos humanos y financieros. Por su mandato, las autoridades de regulación pueden instar objetivos vinculados a la protección del consumidor sin tomar en cuentas sus repercusiones, en ocasiones en desmedro de la ampliación del acceso a los servicios para quienes carecen de ellos. Sin embargo, la regulación estatal tiene la ventaja de que, a diferencia de la autorregulación voluntaria, se aplica a todas las instituciones, independientemente de que integren alguna asociación del sector.

Ambos métodos tienen ventajas y desventajas, y no ofrecen una solución única. Determinar cuál es el apropiado para cada país depende de la madurez y el tamaño del sector de las microfinanzas y del grado de abuso (percibido y real) cometido. Incluso la autorregulación puede necesitar y beneficiarse de la coopera-

¹³ Jennefer Sebstad y Monique Cohen, "Financial Education for the Poor", Financial Literacy Project, Working Paper No. 1 (Washington, D.C.: Microfinance Opportunities, abril de 2003), 11. www.microfinanceopportunities.org/publications.

¹⁴ Para más información, visite la página inicial de MFN, www.bellanet.org/partners/mfn.

ción con organismos estatales (véase la sección sobre “Regulación y exigencia del cumplimiento” en el compromiso en favor de los consumidores, Recuadro 2). Más aún, en muchos casos los dos métodos se aplican simultáneamente. No obstante, cuando la supervisión estatal sustituye por completo a la autorregulación, la balanza suele inclinarse hacia una regulación excesiva. De este modo se corre el riesgo de desalentar la competencia y, en última instancia, limitar el acceso de la población pobre a los servicios.

Conclusiones

La protección de los consumidores de productos y servicios microfinancieros plantea problemas que no se resolverán en mucho tiempo. Pocos prestamistas o autoridades responsables de la política financiera discreparían sobre los principios que fundamentan esa protección. Sin embargo, no hay consenso claro acerca del alcance y la intensidad de las medidas o los mecanismos adecuados para asegurar su cumplimiento,

Recuadro 2 Declaración Pro-Consumidor (Pro-Consumer Pledge) aprobado por ACCIÓN Internacional y MicroFinance Network (MFN) el 10 de noviembre de 2004

Al aprobar esta declaración, los miembros de MicroFinance Network convienen en adoptar las siguientes medidas:

- Aplicar estos principios en sus propias organizaciones.
- Promover la aplicación generalizada de estos principios entre las instituciones de microfinanzas de sus países.
- Trabajar con las autoridades de regulación de sus países, cuando sea necesario, para fomentar la implementación de políticas o normas eficaces, aunque no gravosas.
- Despertar, en los sectores de las microfinanzas de todo el mundo, conciencia sobre la importancia de los principios que benefician al consumidor.

Principios

1. *Calidad del servicio.* Los miembros de MFN tratarán a todos los clientes con dignidad y respeto. Suministrarán servicios de la manera más conveniente y oportuna posible.
2. *Determinación transparente de los precios.* Los miembros de MFN proporcionarán a los clientes información completa y comprensible sobre los precios reales que pagan por los préstamos y los servicios de las transacciones, y sobre lo que perciben por sus ahorros.
3. *Determinación justa de los precios.* Los miembros de MFN fijarán el precio de sus servicios a tasas justas, que no producirán ganancias excesivas, sino que serán suficientes para garantizar que la actividad pueda sobrevivir y crecer para beneficiar a un mayor número de personas.
4. *Endeudamiento excesivo.* A fin de evitar el endeudamiento excesivo de los prestatarios, los miembros de MFN no prestarán a ningún cliente más de lo que éste pueda reembolsar.
5. *Prácticas apropiadas en materia de cobranza de deudas.* Si bien para cobrar las deudas se adoptarán medidas enérgicas contra los deudores morosos, los miembros de MFN tratarán a los clientes con dignidad y no los privarán, para recuperar el préstamo, de los recursos básicos de subsistencia.
6. *Confidencialidad de la información sobre los clientes.* Los miembros de MFN protegerán la información confidencial sobre los clientes e impedirán que llegue a manos de terceros no autorizados legalmente para conocerla.
7. *Comportamiento ético del personal.* Los miembros de MFN se asegurarán de que sus empleados cumplan estrictas normas de conducta frente a los conflictos de interés y eviten los comportamientos poco éticos, en especial los que puedan dañar a los clientes (como la cobranza de comisiones clandestinas). Los empleados que infrinjan esas normas serán sancionados.
8. *Mecanismos de información.* Los miembros de MFN establecerán canales formales de comunicación con los clientes, a través de los cuales éstos podrán manifestar su opinión sobre la calidad de los servicios. Esos canales incluirán mecanismos para responder a las quejas personales de los clientes.
9. *Integración de las políticas favorables a los consumidores en las operaciones.* Para los miembros de MFN, la orientación hacia el consumidor será un sello distintivo de su forma de hacer negocios, a través de medios tales como actividades de capacitación e incentivos para el personal, la educación financiera de los clientes, los programas de satisfacción del cliente y otros similares.

Regulación y exigencia del cumplimiento

La Red reconoce que, si bien en un mundo ideal todas las instituciones de microfinanzas se adherirían a estos principios voluntariamente, a menudo la realidad es diferente. No se debe colocar a estas instituciones en una posición desventajosa obligándolas a respetar esos principios cuando organizaciones menos escrupulosas los pasan por alto. En tal caso, su cumplimiento debe ser exigido por la acción colectiva del sector o las autoridades de regulación.

Fuente: www.bellanet.org/partners/mfn.

especialmente en los países en desarrollo. Como resultado, estas naciones pueden aplicar erróneamente mecanismos y métodos de países desarrollados, sin la debida evaluación de los costos y beneficios y, en muchos casos, con consecuencias no deseadas.

En aquellos países donde existe una fuerte presión política para lograr que se implementen nuevas medidas de protección, las entidades de regulación y las autoridades encargadas de formular las políticas deberían estudiar detenidamente el impacto que tales medidas podrían provocar, tanto en lo inmediato como con el correr del tiempo. Una protección excesiva podría producir resultados contrarios a los buscados. En lugar de promover la oficialización y la integración de las microfinanzas en el sector financiero estructurado, las IMF podrían quedar excluidas de los marcos jurídicos. En casos semejantes, los prestatarios quedarían totalmente desprotegidos.

Incluso en países donde el abuso del consumidor no constituye aún un problema, promover la educación de los consumidores y las prácticas recomendadas para el sector es digno de elogio y podría reducir, y aun eliminar por completo, la presión por imponer una regulación excesiva en el futuro. Los microprestamistas podrían analizar la posibilidad de adherirse a compromisos o códigos voluntarios que fomenten una protección efectiva del consumidor y una cultura orientada a éste. La firme adhesión a códigos de principios y prácticas recomendadas exigirá un gran esfuerzo de organización en todos los niveles. Independientemente del marco normativo instituido para protegerlo, un sistema que respete plenamente al consumidor puede, en verdad, constituir la única estrategia de supervivencia a largo plazo para los proveedores de instrumentos microfinancieros en mercados competitivos.



Bibliografía

- ECIAfrica. "Financial Literacy Scoping Study and Strategy Project: Report". Documento encomendado por FinMark Trust, Vorna Valley, Sudáfrica, 2004.
- Helms, Brigit, y Xavier Reille. *Interest Rate Ceilings and Microfinance: The Story So Far*. CGAP Estudio Especial No. 9. Washington, D.C.: Consultative Group to Assist the Poor, septiembre de 2004. Se puede obtener www.cgap.org/publications/occasional_papers.html.
- Microfinance Gateway. "Q&A with Elisabeth Rhyne: ACCIÓN and MicroFinance Network's Pro-Consumer Pledge". Washington, D.C. www.microfinancegateway.org/content/article/detail/21416
- Rhyne, Elisabeth. "Taking Stock: Consumer Protection in Microfinance—A Non-Regulatory Approach". Washington, D.C.: Microfinance Gateway, octubre de 2003. Se puede obtener en www.microfinancegateway.org/content/article/detail/21419.
- Robie, Julie. "EU Consumer Protection Laws Requiring MFI Compliance". Internal memorandum, 1 de abril de 2004.
- Sebstad, Jennefer, y Monique Cohen. "Financial Education for the Poor". Financial Literacy Project, Working Paper No. 1. Washington, D.C.: Microfinance Opportunities, abril de 2003, 11. Se puede obtener en www.microfinanceopportunities.org/publications/.

Si así lo desea, puede compartir esta edición de Enfoques con sus colegas o solicitar copias adicionales de este documento o de otros de la misma serie.

CGAP recibirá con todo gusto sus comentarios sobre el presente documento.

CGAP
1818 H Street, N.W.
MSN P3-300
Washington, D.C. 20433
EE.UU.

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

Correo electrónico:
cgap@worldbank.org

Sitio web:
www.cgap.org