

## COMERCIALIZACIÓN Y DESVÍO DE LA MISIÓN LA TRANSFORMACIÓN DE LAS MICROFINANZAS EN AMÉRICA LATINA



Para enviar sus  
comentarios y  
contribuciones o  
solicitar otros  
números de esta  
serie, dirigirse a  
CGAP

1818 H Street, NW  
Washington DC 20433

Tel: 202.473.9594

Fax: 202.522.3744

Correo electrónico:  
Cgap@worldbank.org

<http://www.cgap.org>

### Introducción

En ninguna otra parte del mundo se ha progresado tan rápidamente con la comercialización de las microfinanzas que en América Latina. Hace algunos años, las microfinanzas eran exclusivamente el campo de organizaciones sin fines de lucro y sociedades cooperativas. Hoy en día, los bancos comerciales proporcionan el 29 por ciento de los fondos destinados a las microempresas. Las organizaciones no gubernamentales (ONG) que se han transformado en instituciones financieras autorizadas, junto con otros intermediarios financieros con licencia especial, proporcionan otro 45 por ciento. Para algunos, esta tendencia representa la entrada de las microfinanzas en su etapa final: la provisión de servicios financieros a los pobres a una escala masiva por empresas comerciales.

Este estudio se centra en el impacto de la comercialización en la estrategia y el rendimiento de las instituciones de microfinanzas (IMF) en América Latina. Explora los elementos clave de un método comercial para el microfinanciamiento y estudia el panorama de microfinanzas en América Latina y los varios protagonistas en el campo. Evalúa la rentabilidad del microfinanciamiento latinoamericano y el impacto de, así como las respuestas a, la competencia. Finalmente, un objetivo importante de este estudio es evaluar los logros principales de las microfinanzas en América Latina en comparación con tanto la misión inicial de muchas instituciones de microfinanzas en la región—generar empleos y desarrollar el espíritu emprendedor—como la misión de proporcionar servicios financieros a un grupo objetivo conformado por los más pobres de la clase activa pobre. ¿Representa el saldo promedio de préstamos substancialmente más grande de las instituciones de microfinanzas *reguladas*, una evolución natural hacia un grupo objetivo en madurez?, o ¿representa un desvío de la misión? O, ¿es que las ONG *no reguladas* de hoy atienden a un grupo objetivo más pobre que el grupo objetivo de las instituciones pioneras que se han transformado en entidades reguladas? Este trabajo se dirige a estos y otros asuntos importantes con base en la información reciente de América Latina, buscando proporcionar un sentido de la situación de la industria en la región y los retos que afronta.

Mucha de la información se obtuvo de instituciones de microfinanzas mientras participaban en la Conferencia de Banqueros Comerciales en septiembre de 1999 en Salvador, Brasil<sup>1</sup>; de sus informes a las redes a las cuales pertenecen; y a través de contactos directos. (Véase el Anexo 1 para una lista de las instituciones incluidas en el análisis y en los datos presentados.)

## Elementos clave de un enfoque comercial

Antes de estudiar la comercialización de las microfinanzas en América Latina, es útil subrayar los tres principios clave que constituyen un método comercial para las microfinanzas: rentabilidad, competencia y regulación.

Primero y ante todo, la comercialización de las microfinanzas se refleja en un desempeño financiero fuerte. Las instituciones de microfinanzas de América Latina que han adoptado un enfoque comercial son más rentables que las instituciones equivalentes en otras regiones en vías de desarrollo, y en algunos casos son hasta más rentables que los bancos comerciales tradicionales en sus áreas de operación.

Segundo, una vez que las instituciones de microfinanzas hayan hecho el compromiso de administrar el negocio sobre una base comercial, la *competencia* rápidamente se vuelve una característica clave del ambiente operativo. Las mismas ganancias creadas por las ONG pioneras generan un efecto de demostración, atrayendo a otros a seguir su ejemplo y ofrecer servicios parecidos. Esto entonces obliga a las instituciones de microfinanzas a iniciar cambios en el diseño de productos, la fijación de precios, los mecanismos de provisión de servicios, u otros rasgos básicos de los negocios tradicionales para conservar o aumentar su segmento del mercado. En varios países latinoamericanos, las instituciones de microfinanzas compiten intensamente unas con otras para servir a un grupo objetivo compartido. Como resultado, el mercado en algunos países parece estar alcanzando un punto de saturación. En Bolivia, por ejemplo, la competencia se ha vuelto tan intensa que las prácticas agresivas de algunas instituciones de microfinanzas, junto con el endeudamiento excesivo de los clientes, han degradado el rendimiento de cartera de todos los participantes en el mercado. Este endeudamiento excesivo de muchas maneras recuerda a la crisis financiera reciente en los mercados de crédito al consumidor de los países más avanzados.

Tercero, en América Latina, el logro de la sostenibilidad es una precondition para conseguir licencia, así que se puede presumir que las instituciones de microfinanzas con licencia y reguladas ya han adoptado un método comercial. Las instituciones de microfinanzas reguladas son mucho más sostenibles que las instituciones de microfinanzas

no reguladas, aunque muchas de ellas comenzaron como organizaciones no reguladas o de licencia especial, claramente arraigadas en el sector sin fines de lucro.

## La comercialización de las microfinanzas en América Latina

Un enfoque comercial para las microfinanzas parece dominar en mucho de América Latina, y un mercado verdadero para las microfinanzas se ha desarrollado en muchos de los países de la región. Esto se refleja primero en la proliferación de aun más protagonistas en el campo. Esta sección subraya las características clave del panorama de las microfinanzas de América Latina y explora los diferentes tipos de estructuras institucionales que participan en un método comercial de microfinanzas.

### Rasgos principales de las microfinanzas en América Latina

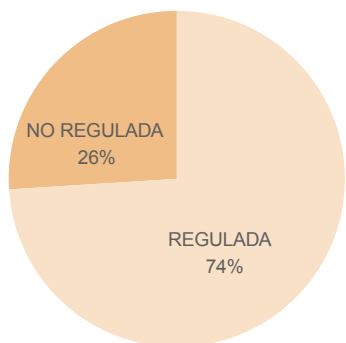
La comercialización de las microfinanzas en América Latina se caracteriza por el papel más y más importante de las instituciones de microfinanzas *reguladas* en comparación con las *no reguladas*. Las instituciones financieras reguladas ahora destinan el 74 por ciento de los fondos proporcionados a microempresas latinoamericanas, alcanzando al 53 por ciento de los clientes atendidos (figura 1). Esto representa un contraste marcado con la situación hace cinco años, cuando casi no se alcanzaba a ningún cliente de microfinanzas a través de las entidades reguladas.

El sector también se caracteriza por el aumento de competencia y penetración del mercado. Actualmente, más de 1.5 millones de clientes tienen aproximadamente US\$875 millones de micropréstamos pendientes de aproximadamente 200 instituciones de microfinanzas de América Latina<sup>2</sup>. En 13 países de la región, el microcrédito probablemente alcanza a más del 25 por ciento del mercado potencial, y en algunos países las tasas de penetración en el mercado pueden exceder el 50 por ciento.

En los países grandes, sin embargo, el sector microfinanciero está virtualmente no desarrollado. Mientras las instituciones de microfinanzas de América Latina han tenido éxito en la penetración de mercados pequeños para préstamos microempresariales, han fracasado totalmente en los

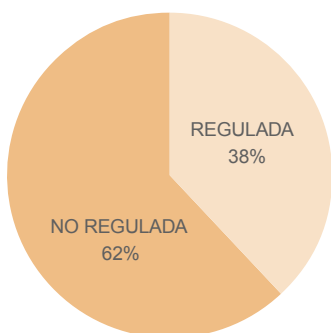
**Figura 1: La parte de las industrias reguladas y no reguladas para el mercado de microfinanzas en América Latina, 1999**

**Préstamos activos**



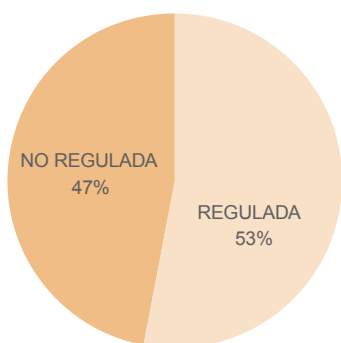
■ REGULADA ■ NO REGULADA

**Número de instituciones**



■ REGULADA ■ NO REGULADA

**Clientes activos**



■ REGULADA ■ NO REGULADA

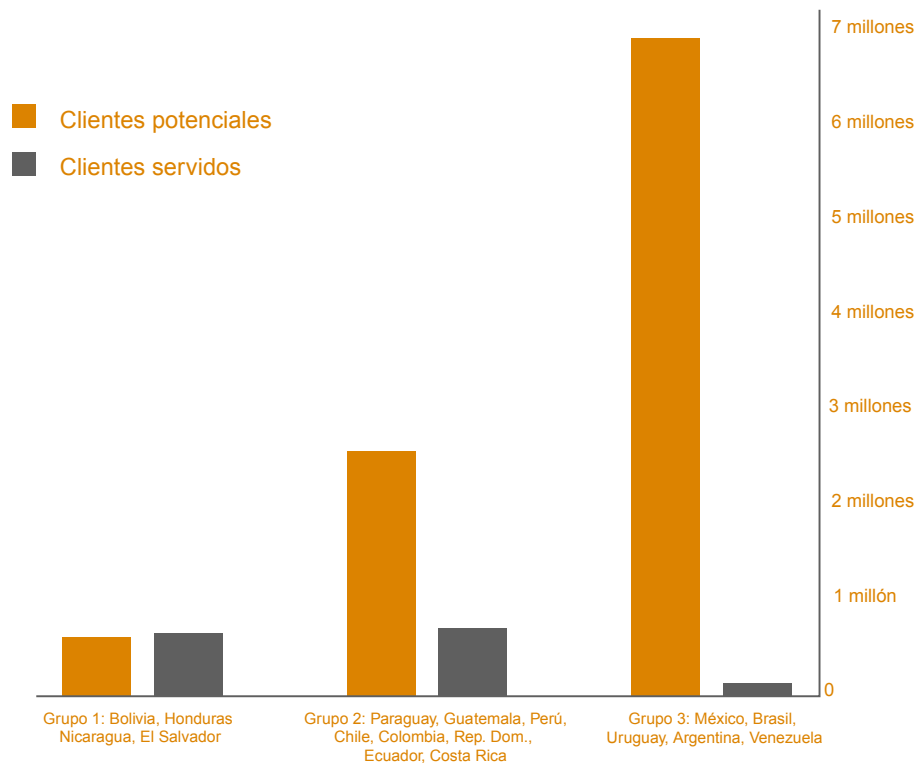
Fuente: CGAP, "Inventario de las instituciones de microfinanzas en América Latina" (Washington, D.C., 1999, Anexo 1)

mercados grandes, donde vive la mayoría de los pobres de la región (figura 2). De los más de 10 millones de clientes potenciales de microcrédito, casi 7 millones viven en países que prácticamente no cuentan con micropréstamos de mejores prácticas: Argentina, Brasil, México, Uruguay y Venezuela (menos de 150.000 clientes reciben servicios en estos cinco países). Excepto en el caso de Uruguay, éstos son países grandes. Otros 2,5 millones viven en países que han comenzado a desarrollar una industria microfinanciera significativa: Chile, Colombia, Costa Rica, la República Dominicana, Ecuador, Guatemala, Paraguay y Perú. Sólo 600.000 clientes potenciales viven en áreas en que la industria microfinanciera alcanza al menos la mitad de su mercado. En otras palabras, el 90 por ciento de clientes de microcrédito actuales en América Latina viven en países representando sólo el 31 por ciento de la demanda potencial.

¿Qué explica esta distribución desequilibrada de las microfinanzas en América Latina? Una razón es la falta de ONG con buena reputación en estos mercados grandes. Mientras hay algunas pocas ONG notables de microcrédito en Brasil y México, no han tenido el efecto de demostración que las ONG líderes han tenido en la mayoría de los otros países de la región. Por varias razones, las ONG de microcrédito no se han multiplicado ni han llamado la atención de los banqueros en los mercados más grandes de la región, excepto muy recientemente en el caso del Banco do Nordeste de Brasil.

También puede ser que los obstáculos a la entrada de una institución bancaria dedicada a las microfinanzas son tan enormes en estos mercados grandes que su existencia resulta ser poco práctica. Mientras crecen los sistemas bancarios en estos países, especialmente en términos del crédito al consumo, el razonamiento por desarrollar instituciones de microfinanzas especializadas tiende a desaparecerse. La lección del modelo chileno puede ser que el microcrédito simplemente será absorbido por las instituciones bancarias minoristas como un producto más en un plataforma comercial diseñado para alcanzar a una base amplia de clientes de bajos ingresos y de la clase media baja.

**Figura 2: Distribución de suministro y demanda del crédito microempresarial en América Latina, tercer trimestre, 1999**



Fuente: CGAP, "Inventario de las instituciones de microfinanzas en América Latina" (Washington, D.C., 1999; Anexo 1).

### Tipología del microfinanciamiento comercial en América Latina

La comercialización del microfinanciamiento en América Latina ha tomado muchos caminos distintos. Esta sección proporciona una tipología de las varias estructuras institucionales que implementan las microfinanzas de una forma comercial, y por lo tanto se compiten unas con otras. Como se demuestra abajo en la tabla 1, estas instituciones pueden ser clasificadas en dos categorías grandes: instituciones de microfinanzas reguladas y no reguladas.

#### Instituciones de microfinanzas reguladas

Para propósitos de este estudio, las instituciones de microfinanzas reguladas han sido clasificadas en tres grupos: ONG de microcrédito transformadas, instituciones de microfinanzas con licencia especial y los bancos comerciales tradicionales.

#### ONG de microcrédito transformadas

El primer grupo consiste en ONG financieras que se transformaron en instituciones de microfinanzas autorizadas y asumieron la misma forma legal que los bancos o compañías financieras tradicionales. Las ONG de microcrédito transformadas sirven a 186.331 clientes. Este modelo fue reproducido en Bolivia, donde el microcrédito se originó en la comunidad de ONG. Mientras las ONG financieras crecieron poco a poco, vieron un futuro en hacerse parte del sector financiero formal. La primera organización en tomar esta ruta fue Prodem, que solicitó y fue otorgada una licencia bancaria completa (Bancosol) en 1993. Subsiguientemente, en Colombia, Finansol fue organizada por Corporsol, y Financiera Calpía fue organizada por AMPES en El Salvador. En el Perú, MiBanco fue organizado recientemente por Acción Comunitario del Perú. Todas estas instituciones se valieron de contratos de licencia pre-existentes de bancos o compañías financieras.

**Tabla 1: Instituciones participando en las microfinanzas en América Latina**

América Latina	Número de instituciones	Número de clientes	Cartera pendiente	Saldo promedio de préstamo	Porcentaje de PIB per capita
<b>Regulada</b>	77	807.783	648.564.701	803	49,0
Licencia especial	21	284.218	225.771.171	794	49,0
Transformada	31	186.331	170.201.772	913	71,0
Comercial	25	337.234	252.591.758	749	49,0
<b>No regulada</b>	128	711.955	228.962.203	322	24,0
<b>Total</b>	205	1.519.738	877.526.904	577	34,0

### *Instituciones de microfinanzas de licencia especial*

El segundo grupo de instituciones reguladas consiste en ONG que se han transformado en instituciones de microfinanzas de licencia especial, cooperativas de ahorro y crédito e intermediarias no bancarias propiedad de municipios locales, denominadas “cajas.” Lo que las distingue del primer grupo es que se hicieron instituciones de microfinanzas de licencia especial bajo una ley especial para las microfinanzas (cooperativas de ahorro y crédito o *cajas*), en vez de bajo la ley bancaria general. Este grupo sirve a 284.218 clientes.

En Bolivia, después de que Prodem recibió su licencia bancaria completa, otras ONG de microcrédito lucharon exitosamente por una licencia especial que les permitiera operar y conseguir acceso a fondos del banco central. En el Perú, las instituciones de microfinanzas más importantes son las *cajas municipales*, intermediarias financieras locales que fueron establecidas especialmente para recibir depósitos. Fueron incorporadas al sector financiero no bancario desde el comienzo y fueron sujetas a la regulación y supervisión. El gobierno desde entonces ha establecido todavía otra franquicia de licencia no bancaria para obligar las ONG financieras a regirse por un sistema regulatorio. En el Perú, por lo tanto, la comercialización ha tenido un elemento más coercitivo que en los otros países de la región.

*Cooperativas de ahorro y crédito.* Este estudio excluye a los socios de cooperativas de ahorro y crédito de los totales de clientes atendidos y los montos prestados de microfinan-

ciamiento. Sin embargo, las diferencias entre cooperativas de ahorro y crédito e instituciones de microfinanzas están rápidamente desapareciendo. Algunas cooperativas de ahorro y crédito han adoptado las metodologías de préstamo empleadas por las comunidades de microfinanzas. De más importancia, la mayoría de las cooperativas de ahorro y crédito tienen un número significativo de socios que podrían ser clasificados como clientes de microempresa, o como miembros de las mismas comunidades de bajos ingresos que buscan alcanzar los programas de microcrédito. Precisamente cuánta coincidencia existe entre las instituciones de microfinanzas y cooperativas de ahorro y crédito no queda claro y debe ser explorado más. Las cooperativas de ahorro y crédito tienden a ser fuertes en las áreas rurales, y las instituciones de microfinanzas en las ciudades. Encuestas por el Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (woccu) en Ecuador, El Salvador y Nicaragua revelan que el 25–60 por ciento de los socios de cooperativas de ahorro y crédito pueden ser clasificados como pobres. woccu está profundizando esta investigación como parte de su esfuerzo por ayudar a las cooperativas de ahorro y crédito con sus estrategias de mercadeo. Tomando de los datos de encuestas de 58 cooperativas de ahorro y crédito en Bolivia, Guatemala y Honduras, los investigadores descubrieron que el 15 por ciento de los préstamos de estas instituciones fueron colocados con empresas agrícolas y el 25 por ciento con empresas no agrícolas<sup>3</sup>. Y encuestas en Ecuador, El Salvador y Nicaragua demostraron que casi

todas las empresas recibiendo préstamos de cooperativas de ahorro y crédito podrían ser clasificadas como microempresas dado que contaban con menos de cinco empleados.

### ***Bancos tradicionales y compañías financieras***

El tercer y más grande de los grupos de instituciones reguladas consiste en bancos tradicionales y compañías financieras, que juntos sirven a 337.234 clientes. Esta categoría es dominada por bancos que esperan que el microcrédito contribuya a sus ganancias, aunque incluye muchas instituciones que tradicionalmente tienen una orientación hacia el desarrollo, como el Banco del Estado en Chile, el Banco do Nordeste en Brasil y el Banco del Pacífico en Ecuador.

La entrada de los bancos comerciales al mercado microfinanciero es un rasgo clave distintivo de la competencia en América Latina. No sólo experimentan las ONG microfinancieras competencia desde dentro de su propio grupo, sino también enfrentan competencia del sector bancario formal, tradicionalmente considerado como un sector separado y por lo tanto no una amenaza para las ONG microfinancieras. Atraídos por la promesa de un mercado vasto y por el alto rendimiento demostrado por las ONG microfinancieras pioneras, más y más bancos tradicionales e instituciones no bancarias se dirigen a la misma clientela que tienen las instituciones de microfinanzas. Las técnicas de microprestamos parecen haber sido adoptadas por las instituciones bancarias con una estrategia central de negocios bastante parecida, como los depósitos de ahorros. En Chile, el Banco del Estado es el banco de ahorros del país. El Banco Santander de Chile y compañías financieras de Bolivia sirven a las clases con salarios medios y medio bajos con el crédito de consumo. El Banco de Desarrollo en Chile, el Banco do Nordeste de Brasil, el Banco Económico en Bolivia y el Banco Solidario en Ecuador todos han hecho el servicio a la comunidad de pequeños negocios y microempresas una estrategia empresarial central.

Dentro de esta tercera categoría amplia, es posible distinguir dos sub-grupos diferentes:

■ ***Bancos comerciales que han ingresado al sector microfinanciero como un nuevo nicho del mercado y como parte de sus operaciones globales.*** En Chile, donde esta estrategia

está más generalizada, el microcrédito fue establecido primero por las ONG pequeñas. Pero ninguna de ellas llegó a tener la escala e importancia de la mayoría de sus contrapartes bolivianas. En cambio, el gobierno chileno subsidió directamente la entrada de bancos comerciales al mercado de las microfinanzas. El gobierno vendió en subasta un subsidio relativamente bajo para cada préstamo otorgado por un banco, y el banco asumió todo el financiamiento y riesgo de crédito. El programa tuvo bastante éxito. Hoy tres bancos grandes ofrecen microcrédito a aproximadamente 70.000 microempresarios. Las ONG esencialmente abandonaron el mercado de crédito, aunque muchos de sus empleados anteriores trabajan con operaciones de microprestamos dentro de los bancos comerciales. Pero en ningún caso representan estas operaciones una porción substancial de la ganancia neta de un banco. El mercado es demasiado pequeño, y los bancos demasiado grandes.

■ ***Compañías de financiamiento al consumidor.*** En algunos países de la región, el crédito al consumo está comenzando a cruzar hacia el sector microfinanciero y amenazar la posición competitiva de las instituciones de microfinanzas. Los préstamos a consumidores muestran un potencial de crecimiento más dinámico que el crédito microempresarial, un hecho que las instituciones de microfinanzas deberían tomar en consideración, si aún no lo han hecho. Las compañías de financiamiento al consumidor ofrecen productos que son mucho más versátiles que los que ofrecen las IMF tradicionales. En Chile, durante los 10 años que las instituciones de microfinanzas tomaron para crear una cartera de 83.000 clientes, siete compañías financieras para consumidores generaron una cartera combinada de casi US\$1 billón a 2,8 millones clientes de préstamos a consumidores (representando aproximadamente la mitad de la mano de obra)<sup>4</sup>. En varios otros países latinoamericanos, inclusive Argentina, Brasil, Colombia y México, el financiamiento para consumidores extendido a empleados asalariados es una de las partes de más rápido crecimiento del sector financiero. En Chile, un banco principal administra sus operaciones de préstamos microempresariales a través de su división de financiamiento para consumidores. En Paraguay pequeñas compañías financieras han dominado la comercialización del microcrédito. Mientras el microcré-

dito comenzó en Paraguay a través de una organización sin fines de lucro (Fupacodes), ha crecido casi exclusivamente a través del programa global de préstamos apoyado por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), que canaliza fondos a través del Banco Central para el préstamo. El proyecto del BID también proporciona asistencia técnica y cierto apoyo directo para los costos de establecimiento. El microcrédito es compatible con la otra línea principal de negocios de las compañías de financiamiento al consumidores de Paraguay, y representa una porción substancial de su ingreso neto. En Paraguay, varias compañías financieras cuya línea principal de negocios es el crédito al consumo también ofrecen crédito microempresarial. En muchos países, la división entre los préstamos microempresariales y el financiamiento para consumidores se hace borrosa como los productos son ofrecidos por el mismo personal a través de la misma infraestructura.

La evidencia anecdótica sugiere que se cruzan bastante el financiamiento para consumidores y el microcrédito. Una ONG buscando trabajar en los vecindarios pobres de Río de Janeiro descubrió que las familias microempresariales ya tenían deudas con las compañías financieras, aunque estas últimas nunca habían desarrollado un producto de préstamo explícitamente para la microempresa. En Chile, donde los sistemas de elaboración de reportes sobre los créditos de consumo están más avanzados, el personal del Banco del Estado reporta que el 30 por ciento de los solicitantes ya ha recibido crédito personal de bancos y compañías financieras. Si el 30 por ciento del número estimado de 300.000 microempresarios solventes en Chile tiene acceso al crédito de consumo, entonces 100.000 microempresas probablemente reciben préstamos de consumo; en comparación con las 83.000 que reciben préstamos de las instituciones de microfinanzas. Aunque la mayoría de los países de América Latina aún no han alcanzado este nivel, el nivel de cruce es suficientemente significativo que las instituciones de microfinanzas deben seriamente tomar en cuenta esta dimensión de la competencia.

### **Instituciones de microfinanzas no reguladas**

Mientras la comercialización de las microfinanzas de América Latina ha sido impulsada en mayor parte por las ins-

tituciones *reguladas*, esto no es siempre el caso. Las instituciones de microfinanzas no reguladas u ONG todavía representan aproximadamente un cuarto de todos los fondos para microempresas en la región. En Nicaragua, la comercialización no ha incluido la transformación de ONG financieras en intermediarias bancarias con licencia. En cambio, ha sido impulsada por la plétora de ONG microfinancieras operando en un mercado relativamente pequeño. Impulsada por la competencia directa, la comercialización está comenzando aunque los empresariales tradicionales con fines de lucro, como los bancos comerciales, aún no han entrado al mercado.

### **Comercialización y rentabilidad**

La evolución de las microfinanzas hacia un enfoque comercial depende primero y ante todo de un rendimiento adecuado. No estando satisfechos con la mera sostenibilidad, las instituciones de microfinanzas de América Latina por mucho tiempo han buscado un rendimiento financiero que pueda fortalecer su base del patrimonio. La inversión de ganancias substanciales en su base del patrimonio ha permitido a muchas instituciones expandir sus operaciones sin contribuciones directas, continuas y substanciales de donantes. Esta sección estudiará el hecho de que las instituciones de microfinanzas de América Latina son más rentables que sus pares en otras regiones en vías de desarrollo y en algunos casos su rendimiento es hasta más alto que el de bancos comerciales en áreas donde operan. Hasta las instituciones de microfinanzas de nivel bajo, que generalmente han rendido menos que sus pares que sirven a una gama más amplia de clientes están bien encaminadas para lograr la autosostenibilidad operativa.

Las instituciones de microfinanzas latinoamericanas están entre las más rentables del mundo. Su rendimiento ajustado de activo a finales de los 1990s tuvo un promedio de 1,4 por ciento, mientras el rendimiento promedio para todas las otras regiones fue negativo (vea la tabla 2). De los 51 programas latinoamericanos reportando información al *Micro-Banking Bulletin*, 41 cubren todos sus gastos operativos y también mantienen el valor de su capital frente a la inflación (es importante notar que éstas también representan las instituciones líderes de la región). En otras

**Tabla 2: Rendimiento de las microfinanzas en América Latina, 1996–99 (porcentaje)**

Grupo Paritario	Rendimiento ajustado sobre activo	Autosostenibilidad operativa <sup>a</sup>
Todas las instituciones de microfinanzas	-4,5	109
Todas las instituciones de microfinanzas latinoamericanas	1,4	125
Grande, de base amplia <sup>b</sup>	3,1	123
Basado en ahorros <sup>b</sup>	4,2	124
Tamaño medio, de base amplia <sup>b</sup>	1,3	126
Tamaño medio, de nivel bajo <sup>b</sup>	2,3	128
Pequeño, de nivel bajo <sup>b</sup>	-9,4	110

Nota: Los datos subyacentes para las instituciones de microfinanzas se refieren a varios años en el período de 1996–99.

a. Ingresos de operaciones de crédito divididos por gastos relacionados con operaciones de crédito. No incluye ajustes para inflación o correcciones para subsidios recibidos.

b. Para una explicación de la categorización de los grupos paritarios, véase la tabla a la página 24.

Fuente: *MicroBanking Bulletin*, no. 4 (febrero de 2000) [www.calmeadow.com].

palabras, cuatro de cinco grupos paritarios<sup>5</sup> latinoamericanos muestran un promedio positivo de rendimiento ajustado para la inflación, y hasta el grupo menos rentable cubre todos sus costos operativos directos (tabla 2).

Además de ser más rentables que las instituciones de microfinanzas globales, las instituciones de microfinanzas con sostenibilidad financiera en América Latina muestran un rendimiento que excede el de la banca comercial tradicional en la región (tabla 3).

Un tercer fenómeno demostrando la tendencia hacia la rentabilidad es que hasta las instituciones de microfinanzas que atienden a los clientes más pobres generalmente están mejorando su rendimiento financiero más rápidamente que las que sirven a una base de clientes más amplia<sup>6</sup> (tabla 4). En el último período que aparece en la tabla 4, las instituciones de tamaño medio y nivel bajo tienen mejores resultados que el grupo paritario de tamaño medio y base amplia.

Esta tendencia hacia una rentabilidad aumentada representa una transición importante para las ONG que entraron al campo de microfinanzas con el objetivo de aliviar la pobreza. Esta tendencia representa un contrapunto interesante a las instituciones más antiguas y de base amplia que sostienen que la competencia les impulsa hacia un nivel superior en el mercado. Tal vez pronto veamos una multitud

**Tabla 3: Rendimiento de las microfinanzas y la banca tradicional de América Latina, junio de 1999 (porcentaje)**

Tipo de institución y país	Rendimiento no ajustado sobre activo	Rendimiento ajustado sobre activo
Instituciones de microfinanzas financieramente sostenibles en América Latina	8,90	3,93
Bancos comerciales		
Bolivia	n.a.	0,82
Chile	n.a.	0,59
República Dominicana	1,87	n.a.
El Salvador	0,19	n.a.
Paraguay	3,04	n.a.
Perú	n.a.	0,71

n.a. No se aplica.

Nota: Si los bancos comerciales de un país utilizan un sistema de contabilidad basado en la inflación, sus resultados aparecen bajo rendimiento ajustado sobre activo. Si no, los resultados aparecen como no ajustados.

Fuente: *MicroBanking Bulletin*, análisis especial; Latin American Bankers Association, diciembre de 1999 [www.latinbanking.com].



**Tabla 4: Rendimiento ajustado sobre activo para instituciones de microfinanzas por tipo, en América Latina, 1997–2000 (porcentaje)**

Año que se reportó la información	1997	1998	1999	2000
Grande, de base amplia <sup>a</sup>	2,5	4,2	4,2	3,1
Tamaño medio, de base amplia <sup>a</sup>	7,6	6,3	4,4	1,3
Tamaño medio, de nivel bajo <sup>a</sup>	—	-8,3	-4,4	2,3
Pequeña, de nivel bajo <sup>a</sup>	—	-16,7	-11,8	-9,4

— No disponible.

Fuente: MicroBanking Bulletin, no. 1–4 (noviembre de 1997, julio de 1998, julio de 1999, febrero de 2000) [www.calmeadow.com].

a. Para una explicación de la categorización de los grupos paritarios, véase la tabla a la página 24.

de instituciones de microfinanzas que tienen una orientación comercial, están impulsadas por el crédito y atienden a un grupo de familias substancialmente más pobres que lo que imaginaron las instituciones de microfinanzas pioneras.

### Comercialización y competencia

El rasgo clave de la comercialización de las microfinanzas en América Latina es la competencia. De hecho, la comercialización y la competencia están estrechamente relacionadas, una impulsando a la otra. Como las ONG pioneras demostraron que el microcrédito podría ser un negocio lucrativo, más y más protagonistas han entrado al mercado. A la vez, las microfinanzas ganaron mayor atención como un instrumento para el alivio de la pobreza, impulsando a los gobiernos a desarrollar programas de microfinanzas y presionar a las instituciones bancarias a participar en esta actividad. La competencia ha resultado en un aumento de la penetración del mercado, y en algunos países, a la saturación del mercado y el deterioro de la calidad de cartera. Esta sección examina estos aspectos distintos del impacto de competencia en las instituciones de microfinanzas.

### Penetración y saturación del mercado

Mientras las instituciones de microfinanzas han multiplicado, parece que el suministro de micropréstamos a las microempresas en las áreas urbanas principales de algunos países haya alcanzado la saturación del mercado, al menos para los productos crediticios ahora ofrecidos. Esta conclusión acerca del aumento de la saturación del mercado se

**Tabla 5: Tasas de riesgo de cartera para instituciones de microfinanzas con licencia en Bolivia, 1996–99 (porcentaje)**

Institución	1996	1997	Junio de 1998	Diciembre de 1998	Abril de 1999
Los Andes	1,1	3,4	5,8	5,8	10,0
FIE	0	0	0,3	1,5	4,5
Acceso <sup>a</sup>	7,0	20,0	26,7	19,1	26,1
Fassil <sup>a</sup>	1,0	8,0	14,2	12,4	18,2
Comunidad	0	1,4	2,6	5,5	11,4
Bancosol	0	2,1	5,8	4,5	9,3
Prodem	3,0	—	—	2,7	—

— No disponible.

a. Acceso y Fassil son compañías de crédito de consumo y no usan técnicas tradicionales de préstamos microempresariales.

Fuente: Estadísticas de la Superintendencia Bancaria de Bolivia, como fueron reportadas en Arelis Gómez, Germán Tabares y Robert Vogel, "Microfinance, Bank Regulation and Supervision: The Bolivian Case Study" (Development Alternatives, Microenterprise Best Practices Project, Bethesda, Md., borrador, octubre de 1999).

basa en evidencia anecdótica de los programas microfinancieros mismos. En varios países, los programas reportan que están en competencia para clientes, muchos de ellos con préstamos de más de una institución de microfinanzas.

Bolivia presenta un caso extremo de la saturación del mercado como resultado de la competencia aumentada (tabla 5). Las tasas estimadas para la penetración del mercado para Bolivia sugieren que muchos clientes de microcrédito

**Tabla 6: Tasa de penetración en el mercado para las microfinanzas en seis países latinoamericanos, tercer trimestre, 1999**

País	Tamaño estimado de mercado <sup>a</sup>	Número de préstamos pendientes	Tasa de penetración en el mercado (porcentaje)
Bolivia	232.353	379.117	163
Chile	307.832	82.825	27
El Salvador	136.311	93.808	69
Nicaragua	116.375	84.285	72
Paraguay	82.984	30.203	36
Perú	618.288	185.431	30

a. Calculado como el 50 por ciento de todas las microempresas.

Fuente: CGAP, "Inventario de instituciones de microfinanzas en América Latina" (Washington, D.C., 1999; Anexo 1).

deben estar pidiendo prestado simultáneamente de más de una institución de microfinanzas. De hecho, el personal del campo reporta que muchos clientes de microcrédito tienen un exceso de deudas y están financiando el reembolso de un préstamo con otro. Esto, junto con una recesión económica general, ha degradado poco a poco la calidad de la cartera de préstamo a través de toda la industria. Considerando que Bolivia había mantenido niveles excepcionalmente bajos de morosidad de préstamos en la fase inicial del desarrollo de microfinanzas, esta novedad representa un descenso severo para la industria de microfinanzas.

### Estimando la penetración del mercado

El aumento de competencia y la posible saturación del mercado resultan en preguntas importantes acerca de la naturaleza de la demanda y el potencial de alcance en un ambiente competitivo. En el mejor de los casos, la estimación de la demanda en el mercado de micropréstamos ha sido una arte cruda. Dos obstáculos importantes impiden la estimación de la demanda: la falta de información de censo sobre negocios que identifica microempresas, y la oferta actual de productos, que limita el número de individuos calificados que desean lo que se ofrece.

Los analistas típicamente han tratado de inferir la demanda potencial del mercado para préstamos microempresariales de los resultados de encuestas de hogares, usando un proceso como el siguiente:

- Tomar el tamaño de la población económicamente activa de la información del censo.
- Determinar el porcentaje de la población que trabaja por cuenta propia o en empresas con menos de cinco empleados, y aplicarlo a la población económicamente activa para derivar el número de personas trabajando en microempresas.
- Hacer una suposición del número promedio de empleados por empresa (normalmente entre 2,5 y 3,5 en América Latina), para derivar el número de microempresas potenciales.
- Usar un factor de descuento (muchas veces el 50 por ciento) para tener en consideración que no todas las microempresas califican por, o quieren tomar un préstamo.

La tabla 6 utiliza este método para estimar el mercado potencial y la tasa de penetración.

Sin embargo, las tasas de penetración en el mercado a largo plazo pueden ser mucho más altas que lo que sugieren los datos en la tabla 6. Los programas normalmente no controlan el número de individuos que han recibido préstamos a través del tiempo. En cambio, controlan el número de préstamos actuales y acumulados. Esto no es la misma cosa, un hecho que podría alterar significativamente la comprensión de la demanda potencial. Por ejemplo, un programa en Chile que sigue clientes individuales a través de un número de identificación nacional encontró que

**Tabla 7: Tasa de penetración en el mercado a largo plazo estimada para las microfinanzas en seis países latinoamericanos, 1990s**

País	Tamaño estimado del mercado <sup>a</sup>	Número de individuos servidos durante la década <sup>b</sup>	Porción del mercado potencial servida durante la década (porcentaje)
Bolivia	232.353	562.320	242
Chile	307.832	149.400	49
El Salvador	136.311	105.300	77
Nicaragua	116.375	58.680	50
Paraguay	82.984	54.365	66
Perú	618.288	350.888	57

a. Calculado como el 50 por ciento de todas las microempresas.

b. Basado en estimados crudos.

Fuente: Un modelo basado en información de CGAP, "Inventario de instituciones de microfinanzas en América Latina" (Washington, D.C., 1999; Anexo 1).

mientras tiene sólo 4000 clientes actuales, ha prestado a 20.000 individuos diferentes durante los últimos 10 años.

Consideremos un análisis de la demanda de microfinanzas a largo plazo en estos seis países que estima un crecimiento anual de la cartera de préstamos del 200 por ciento para los primeros tres años, que después disminuye gradualmente a un 25 por ciento, con una tasa promedio de deserción anual del 20 por ciento para la cartera global de micropréstamos. Los resultados sugieren que puedan haber servido a un número mucho más grande de clientes durante los últimos 10 años (tabla 7). Mientras los aspectos cuantitativos de este análisis no se deben llevar demasiado lejos, el principio detrás de ellos es bastante importante para discusiones sobre la demanda potencial de productos de micropréstamo. Probablemente hayan servidos a muchos clientes más de lo que se cree, y muchos de los que han abandonado los programas de microfinanzas puedan haber perdido interés en los productos ofrecidos.

### Una respuesta comercial a la competencia

En los mercados regulares, las empresas clásicas normalmente responden a las presiones competitivas ofreciendo nuevos y mejores productos a precios más competitivos, y mejorando la productividad. Como las instituciones de microfinanzas se encuentran operando más y más en merca-

dos donde la competencia abunda, su comportamiento se parece al de las empresas clásicas. Esta sección explora las respuestas de las instituciones de microfinanzas a la competencia e identifica algunas áreas en las cuales esta respuesta ha sido insatisfactoria.

Durante los primeros años del microfinanciamiento, cuando las instituciones de microfinanzas coincidieron en un mercado, sus gerentes se reunían para definir una respuesta. Esta respuesta generalmente incluía un esfuerzo por reducir la presión competitiva sobre cada una, al dividir los vecindarios, separar mercados objetivos o celebrar un acuerdo de no competencia que asignaba a un cliente a la primera institución de microfinanzas que llegara.

En América Latina este comportamiento de cartel inevitablemente ha dejado de funcionar, dando lugar a la competencia directa y desenfrenada. Hoy, como en cualquier otro negocio, la competencia significa que las instituciones de microfinanzas tienen que esforzarse por atraer o retener más clientes, respondiendo mejor a sus necesidades. Este comportamiento competitivo de las instituciones de microfinanzas es consistente con lo que se podría esperar de cualquier firma comercial operando en un entorno competitivo.

En general, las instituciones de microfinanzas comerciales han respondido de manera competitiva a su entorno cambiante, al adoptar una estrategia basada en una mayor

respuesta a los clientes y eficiencia. Esto se refleja en términos de una clara tendencia hacia los préstamos individuales, así como mejores mecanismos de provisión de servicios. Sin embargo, en otras áreas importantes como el desarrollo de productos de ahorros, las respuestas de las instituciones de microfinanzas latinoamericanas han sido sorprendentemente débiles.

### **Hacia los préstamos individuales**

Los efectos de la competencia se manifiestan primero en el diseño de los productos crediticios, donde ha habido una tendencia hacia un mejor servicio a los clientes. En tres de los mercados microfinancieros más competitivos de América Latina, ha habido una transición marcada durante la última década, de préstamos a grupos hacia préstamos individuales, un método que refleja la preferencia de clientes para productos de préstamo individuales en vez de préstamos a grupos. Los proveedores comerciales principales entrando al mercado consistentemente escogen las tecnologías de préstamos individuales.

En Chile en 1990 el Banco de Desarrollo tenía una cartera dividida igualmente entre préstamos a grupos y préstamos individuales, y las ONG tenían el 80 por ciento de sus carteras en préstamos a grupos. Para finales de 1999 el Banco de Desarrollo había abandonado completamente los préstamos a grupos, las ONG habían reducido sus carteras en términos absolutos, y todos los nuevos bancos entrando al mercado usaban técnicas de préstamos individuales. Los préstamos individuales ahora representan más del 90 por ciento del mercado.

En Paraguay en 1990 la Fundación Paraguaya operaba un programa de grupos. En 1999, todo el crédito ofrecido por tanto las compañías financieras como la Fundación Paraguaya era individual. Como en otros países, esta tendencia más bien se evidencia en el hecho de que todos los participantes entrando posteriormente ofrecieron sólo préstamos individuales.

En Bolivia en 1990 Procrédito/Caja Los Andes, FIE, y las ONG que conforman Ecofuturo FFP, todos concedieron préstamos individuales, mientras Prode/Bancosol estructuró sus préstamos alrededor de grupos. Cada metodología representaba aproximadamente la mitad del mercado.

Para 1999 todos los programas nuevos y más dinámicos—Fassil, Banco Económico, Acceso—habían entrado al mercado ofreciendo préstamos individuales, aunque estos participantes posteriores han enfrentado problemas importantes con la calidad de cartera y no han logrado dominar el mercado como en Paraguay y Chile.

### **Mejor provisión de servicios**

Junto con un progreso regular hacia productos crediticios individuales, las instituciones de microfinanzas de América Latina han desarrollado técnicas innovadoras para hacer disponibles estos préstamos y otros productos. Muchas de estas innovaciones representan intentos por las instituciones de microfinanzas de colocarse favorablemente en un mercado competitivo:

- BancoAdemi en la República Dominicana y el Banco Santander en Chile han desarrollado servicios de tarjeta de crédito para sus clientes de buena reputación.
- MiBanco en Perú y el Banco del Estado en Chile están desarrollando modelos de calificación computarizados para simplificar y normalizar las decisiones sobre préstamos en operaciones altamente descentralizadas.
- Las cajas municipales en Perú y el Banco Solidario en Ecuador conceden préstamos inmediatos a individuos que empeñan joyas de oro como garantía colateral.
- Financiera Calpá en El Salvador, FFP Los Andes en Bolivia, y la Caja Municipal Arequipa en Perú han desarrollado un crédito de producción agrícola para sus clientes.

### **Diversificación de productos**

Asombrosamente, la competencia no ha resultado en mucha diversificación de productos en las microfinanzas de América Latina. Las microfinanzas de la región siguen siendo profundamente arraigadas en su enfoque inicial: destinando el crédito a las microempresas<sup>7</sup>. Las ONG de microcrédito no han sido transformadas en verdaderos “bancos del pueblo” que ofrecen una línea completa de servicios financieros a las familias más pobres. En este sentido, el microfinanciamiento no ha evolucionado mucho en términos de la diversificación de productos sino que ha crecido.

Muchos de los estudios recientes sobre el efecto del crédito en los hogares pobres han concluido que el crédito es sólo una de las herramientas financieras que usan para atenuar el impacto de los choques de la vida (una enfermedad repentina, la pérdida del trabajador asalariado, catástrofe natural), para acumular activos de capital y manejar las necesidades diarias de efectivo<sup>8</sup>. Muchos otros servicios financieros también pueden satisfacer estas necesidades: cuentas corrientes, depósitos a plazo, cuentas de ahorros, seguros y planes de pensión. Todos estos servicios podrían jugar un papel en el mejoramiento de la calidad de vida para los pobres. No existe ninguna razón intrínseca para que las familias pobres desearían menos acceso a estos servicios que las familias más ricas, sino que los productos apropiados aún no han sido diseñados para el mercado que los pobres representan. Esto les obliga a satisfacer estas necesidades a través de mecanismos no financieros, y muchos de éstos pueden tener un costo muy alto.

La movilización de ahorros de clientes de bajos ingresos parece representar la oportunidad perdida de las microfinanzas en América Latina. Al mismo tiempo, durante los últimos dos o tres años los bancos minoristas han abierto millones de pequeñas cuentas de depósito en los mismos países en los que las instituciones de microfinanzas han agregado menos de 200.000 nuevos clientes. Las divisiones de financiamiento de consumo de los bancos minoristas en Argentina, Colombia, México, Perú y Venezuela han abierto cientos de miles de cuentas de ahorros durante los primeros 6 – 18 meses después de comenzar operaciones. En México un banco abrió casi 500.000 cuentas en 18 meses, y otro abrió 300.000 en 6 meses. En Colombia dos bancos abrieron 800.000 cuentas en sólo 6 meses. En Venezuela un banco abrió 700.000 cuentas en 18 meses. Los saldos para la mayoría de las cuentas de ahorros abiertas por bancos minoristas en estos cinco países están muy por debajo de US\$500<sup>9</sup>.

La predisposición hacia el crédito está profundamente arraigada en la comunidad de microfinanzas. Aun cuando las ONG financieras se hacen intermediarios autorizados, la mayoría de ellos no siguen agresivamente una estrategia para cambiar su fuente de financiamiento a depósitos de las comunidades pobres donde ofrecen préstamos. De las

instituciones de microfinanzas con licencia especial en la encuesta, sólo las *cajas municipales* se financian en gran parte con base en las cuentas de ahorros.

Esta preferencia por el crédito también predomina entre instituciones bancarias comerciales tradicionales que recientemente han entrado a las microfinanzas. Entre las de la encuesta, sólo el Banco del Estado en Chile se financia con base en las cuentas de ahorros, pero esto lo hacía mucho antes de haberse enterado del financiamiento de las microempresas.

Mientras la comunidad de microfinanzas de América Latina ha sido consciente del potencial de los ahorros durante por lo menos 10 años<sup>10</sup>, su base de ONG no ha resultado ser conducente a la experimentación. Apropiadamente, sólo las entidades financieras reguladas pueden captar depósitos del gran público. Pero simplemente ser una institución regulada no la califica para captar ahorros. Así piensan las autoridades bancarias de Bolivia, que no permiten a los fondos financieros privados nuevamente establecidos captar pequeños depósitos hasta que hayan establecido la capacidad de hacerlo segura y profesionalmente. Los bancos minoristas y compañías financieras tradicionales y nuevas en el mercado del microcrédito no han adoptado una nueva tecnología (ni una motivación nueva) para servir a los pobres con servicios de depósito, así que ellos tampoco han tenido éxito en extender las microfinanzas más allá del crédito.

### **¿Resulta la comercialización en un desvío de la misión?**

Un debate frecuente en los foros del microfinanciamiento es si el impulso hacia la sostenibilidad, y finalmente la comercialización del microfinanciamiento, esté subiendo las instituciones en el mercado, arriba de donde normalmente se colocarían. No es posible resolver este debate para América Latina en esta sección. Pero alguna información interesante que ha surgido de este inventario de la experiencia latinoamericana podría aclarar la posibilidad de que la comercialización haya dejado atrás a los clientes más pobres.

### La comercialización significa préstamos más grandes

La evidencia demuestra que las instituciones de microfinanzas reguladas de América Latina proporcionan préstamos más grandes a sus clientes que las ONG no reguladas (tabla 8). De hecho, el promedio para ONG no reguladas (US\$322) es aproximadamente una tercera parte del promedio de instituciones de microfinanzas reguladas (US\$803). Esta relación también aplica, aunque a un nivel menor, a una medida comparativa más apropiada, el promedio de saldo pendiente de préstamos como porcentaje de PNB per capita: las ONG no reguladas tienen un promedio que es la mitad del promedio de instituciones de microfinanzas reguladas<sup>11</sup>. Esta evidencia inicial indica que el enfoque más comercial para las microfinanzas en América Latina parece haber dejado atrás a los clientes más pobres, lo cual podría apoyar el argumento que el desvío de la misión es una consecuencia inevitable del impulso hacia la viabilidad comercial.

### Los préstamos más grandes no necesariamente indican un desvío de la misión

Pero los montos de préstamos más grandes no son necesariamente un indicio de un desvío de la misión y podrían ser una función de varios factores, incluyendo el “factor generacional.” Lo que influye en el segmento del mercado actualmente servido parece ser el punto hasta el cual una institución de microfinanzas haya sido parte inicialmente del grupo pionero o la primera generación de las ONG de microcrédito o si es parte de los nuevos participantes en el sector. La sección abajo explora algunos de estos varios factores.

*Preferencia.* Los montos de préstamos más grandes podrían ser simplemente el resultado de una estrategia deliberada o preferencia de parte de las instituciones de microfinanzas. Prácticamente todas las instituciones mayores y más establecidas (inclusive sus encarnaciones anteriores como ONG) en América Latina comenzaron con un objetivo explícito de generar empleos dentro del sector microempresario urbano, así que su misión inicial no fue la de alcanzar a los más pobres de los pobres, sino la promoción del desarrollo de empresas pequeñas. Inicialmente concentraron sus esfuerzos en las microempresas establecidas con más probabilidad de generar nuevos empleos, normalmente en el sector de manufactura. A través del tiempo, avanzaron constantemente hacia los comercios pequeños, con el énfasis todavía en las empresas establecidas, a pesar de su tamaño. En el caso de estas ONG transformadas de primera generación, no había ningún desvío de la misión como su objetivo inicial no fue los más pobres de los pobres, sino el desarrollo de empresas pequeñas.

Un fuerte contraste es el método empleado por muchos de los participantes que más recientemente entraron a las microfinanzas. Éstos pueden ser divididos en dos subgrupos: (i) ONG orientadas hacia la pobreza e inspiradas en los programas al nivel del pueblo en Asia, y (ii) los bancos comerciales que buscan sacar un alto rendimiento en el nivel bajo del mercado microfinanciero.

A diferencia de la primera generación de ONG de microcrédito, estas ONG nuevas buscan desde un principio facilitar la participación de mujeres extremadamente pobres en actividades económicamente productivas, muchas de

Tabla 8: Promedio de saldo pendiente de préstamos para instituciones de microfinanzas reguladas y no reguladas de América Latina, tercer trimestre, 1999

Tipo de institución	Número de instituciones	Promedio de saldo pendiente de préstamos (dólares de EE.UU.)	Promedio de saldo pendiente de préstamos como porcentaje del PNB per capita
Instituciones financieras reguladas	78	817	47,2
ONG financieras no reguladas	128	322	23,6

Fuente: CGAP, “Inventario de instituciones de microfinanzas en América Latina” (Washington, D.C., 1999; Anexo 1).

ellas por primera vez. Alcanzan a una clientela generalmente más pobre que la de las instituciones de microcrédito de la primera generación. Casi todas son ONG no reguladas.

Así que las diferencias grandes entre los saldos promedios de préstamo de instituciones de microfinanzas comerciales y no reguladas pueden simplemente reflejar el hecho de que los dos grupos buscaban atender a poblaciones muy distintas y desde el comienzo decidieron por caminos estratégicos muy diferentes para conseguir financiamiento. Puede que las ONG no reguladas simplemente no hayan decidido (o *aún* no hayan decidido, dependiendo del caso) buscar una transformación y vínculos con el sector financiero tan agresivamente como lo que han hecho las instituciones reguladas. En este caso, puede que no haya ocurrido ningún desvío de la misión.

El fenómeno interesante acerca de los bancos comerciales es que están entrando al mercado microfinanciero al mismo o casi al mismo nivel que las ONG pioneras que les precedieron. La tabla 9 compara los promedios de saldos de préstamos de instituciones de microfinanzas en varios países donde las ONG tradicionales coexisten con estos participantes nuevos: los bancos minoristas tradicionales y compañías financieras.

La comparación revela un fenómeno interesante. Los bancos tradicionales en El Salvador y Guatemala tienen saldos promedios de préstamos igual o arriba del PNB per capita, colocándolos en el escalón superior de la industria microfinanciera. En los otros países los bancos tradicionales han entrado a la industria al mismo nivel que las ONG (no reguladas, transformadas y reguladas) que los precedieron. Este resultado sugiere que el efecto de demostración que tantos profesionales buscaban cuando establecieron las instituciones de microfinanzas hace 10-15 años puede que haya funcionado de verdad. Los bancos tienden a copiar muy estrechamente las técnicas que han sido comprobados en su entorno inmediato. Un banco tradicional puede extenderse muy abajo en la escala socioeconómica y todavía tener mucho éxito, como el Banco do Nordeste en Brasil, que ha mantenido un saldo promedio pendiente de US\$253 (6 por ciento del PNB local per capita).

Esto no significa que los bancos minoristas tradicionales se preocupan por los pobres de la misma manera que algunas ONG. La mayoría de los bancos no cuentan con una declaración de objetivos que les impulsará a extenderse hacia abajo en la escala socioeconómica. Pero la evidencia aquí reunida, que se reconoce como cruda, sugiere que

**Tabla 9: Saldo promedio de préstamos pendientes de ONG e instituciones tradicionales de banco minorista que han introducido los micropréstamos en América Latina, tercer trimestre, 1999 (porcentaje de PNB per capita)**

País	ONG de microfinanzas pioneras		Instituciones de microfinanzas estrictamente comerciales
	No reguladas	Transformadas y reguladas	
Ecuador	16	n.a.	17
Brasil	9	n.a.	7
Honduras	46	n.a.	58
Paraguay	27	n.a.	43
Bolivia	28	89	94
Chile	13	n.a.	20
Guatemala	35	n.a.	94
El Salvador	11	45	151

n.a. No se aplica.

Fuente: CGAP, "Inventario de instituciones de microfinanzas en América Latina" (Washington, D.C., 1999; Anexo 1).

cuando uno muestra a los bancos una buena oportunidad de negocios, la toman, a pesar del grupo de clientes, tanto que se cuadre con sus otras actividades centrales.

*Madurez de cartera y grupo de clientes.* Lo que parece ser un desvío de la misión también podría ser no más que la evolución natural de los saldos promedios de préstamo de ONG que se han transformado en instituciones financieras reguladas. ¿Aumentaron los saldos de préstamo de una manera que sugiere que la necesidad de rentabilidad afectó los términos y condiciones de préstamos y por consiguiente la selección de su mercado objetivo?

La información de 1990-99 para programas apoyados por Acción Internacional y el Internationale Projekt Consult (IPC), dos de los promotores de microfinanzas más importantes de América Latina, ayuda a contestar esta pregunta. Se podría esperar que los saldos promedios de préstamos de estos programas hubieran aumentado substancialmente durante los últimos 10 años. La mayoría de los programas eran bastante jóvenes en 1990, y sus carteras obviamente dominadas por nuevos prestatarios. Todos participan en préstamos incrementales, en los cuales los saldos de préstamo comienzan muy por debajo de la capacidad del cliente de pagar las cuotas y se aumentan sub-

siguientemente a través de muchos préstamos a corto plazo. Hoy todos estos programas tienen carteras mucho más maduras.

También se podría esperar que las microempresas financiadas con estos préstamos hubieran crecido, así como su demanda de crédito. Además, los montos promedios de préstamos de las instituciones de microfinanzas tienen que ser vistos dentro del contexto de la economía global en la cual operan: una economía dinámica puede beneficiar a las microempresas, que a su vez, pueden requerir préstamos más grandes.

Todos estos factores aplicarían una presión hacia arriba en el monto promedio de préstamo sin significar que la institución de microfinanzas haya abandonado a su grupo objetivo inicial. El saldo promedio de préstamos de una institución de microfinanzas típica fácilmente podría duplicarse o triplicarse a medida que tanto el programa como su grupo objetivo se maduren.

La información demuestra que la mayoría de las instituciones de microfinanzas no aumentaron sus montos de préstamo más allá de niveles compatibles con una evolución natural de su producto crediticio y grupo objetivo (tabla 10). Esto parece ser especialmente cierto para Pro-

**Tabla 10: Evolución del promedio de saldos reales de préstamos pendientes para las instituciones de microfinanzas líderes de América Latina entre 1990 y 1999**

Institución	Promedio de saldo pendiente de préstamos como porcentaje del PNB per capita		Saldo promedio de 1999 como múltiple del saldo promedio de 1990
	1990	1999 (tercer trimestre)	
FIE/FFP FIE	91	99	1,1
ACP/MiBanco	9	13	1,4
AMPES/Financiera Calpía	27	42	1,5
Propesa/Banco del Estado <sup>a</sup>	11	20	1,8
Prodem/FFP Prodem	21	51	2,4
Procredito/FFP Caja Los Andes	38	104	2,7
Prodem/Bancosol	21	92	4,4
Ademi/BancoAdemi	17	121	7,1
Corposol/Finamérica	5	68	13,6

a. Propesa sirve como sustituto para la comunidad de ONG de Chile en 1990, Banco del Estado como representante de los bancos en 1999. Las dos instituciones no tienen una relación formal.

Fuente: Datos de Acción Internacional y Internationale Projekt Consult.



dem/FFP Prodem, FIE/FFP FIE, AMPES/Financiera Calpía, ACP/MiBanco y Propesa/Banco del Estado.

En contraste, tanto Finamérica y BancoAdemi han subido considerablemente en el mercado. Para Finamérica este movimiento fue una estrategia de supervivencia necesaria, en respuesta a la quiebra de Corposol/Finansol, del cual volvió a nacer. Para BancoAdemi la evolución refleja un compromiso a largo plazo con el nivel superior de microempresas, especialmente los negocios en el sector productivo. Por lo tanto parece que la transformación no necesariamente tiene el efecto de subir las instituciones de microfinanzas en el mercado.

## Conclusion

Un enfoque comercial para las microfinanzas parece predominar en mucho de América Latina, y es reflejado en los altos niveles de rentabilidad, el aumento de niveles de competencia, y la predominancia de instituciones reguladas con relación a otras regiones. Alentando la comercia-

lización del microfinanciamiento ha sido la entrada de nuevos protagonistas al campo, que incluyen ONG tradicionales y nuevos participantes como instituciones formales, bancarias y no bancarias. El resultado ha sido un ambiente con más y más competencia, llevando a una mayor penetración en el mercado y también, en algunos casos, la saturación del mercado.

A primera vista, los saldos de préstamos significativamente más grandes de las instituciones de microfinanzas reguladas, y por lo tanto comerciales, parecen sugerir que el impulso hacia la comercialización ha desviado las instituciones de microfinanzas de su misión inicial de servir a clientes pobres. Sin embargo, parece no existir ningún argumento convincente que esto representa un desvío de la misión. En cambio, los montos más grandes de préstamos podrían ser simplemente una función de varios factores, como la elección de una estrategia, el período de entrada al mercado o la evolución natural del grupo objetivo.



<sup>1</sup> La conferencia, "Instituciones reguladas proporcionando servicios de microfinanzas" fue patrocinado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).

<sup>2</sup> No fue posible recopilar datos sobre cada institución en un momento específico de tiempo, así que la información reportada en el anexo para las instituciones de microfinanzas del estudio es para el período entre el 30 de junio y el 31 de diciembre de 1999. Probablemente existen otros 100.000 clientes de otras 200 ONG muy pequeñas que no fueron incluidas en este estudio porque es difícil obtener datos sobre ellas. Esta discusión inicial no incluye los totales de cooperativas de ahorro y crédito para préstamos microempresariales. (Una sección posterior se dedica a las cooperativas de ahorro y crédito.)

<sup>3</sup> Glenn D. Westley y Sherrill Shaffer, "Credit Union Policies and Performance in Latin America," *Journal of Banking and Finance* 23 (1999): 1303–29.

<sup>4</sup> Beatriz Marulanda, "Aquí viene la banca comercial," en Glenn D. Westley y Brian Branch, eds., *Dinero Seguro: Desarrollo de cooperativas de ahorro y crédito eficaces en América Latina* (Baltimore, Md.: Johns Hopkins University Press para el Banco Interamericano de Desarrollo y el Consejo Mundial de las Cooperativas de Crédito y Ahorro, 2000).

<sup>5</sup> Con el propósito de comparar los resultados de una IMF con otra, el *MicroBanking Bulletin* estableció cuatro grupos paritarios con base en cuatro indicadores: región, escala, mercado objetivo e intermediario

f financiero minorista. Para este estudio, sólo dos son pertinentes: escala (clasificada como tamaño pequeño, medio o grande de acuerdo con la cartera), y el mercado objetivo (clasificado según los clientes servidos: de nivel bajo, de base amplia, de nivel superior). El mercado objetivo se mide con el ratio de promedio de préstamo pendiente por cliente con el PNB per capita. Vea el anexo 2 para una descripción de criterios usados para indicadores.

<sup>6</sup> *MicroBanking Bulletin*, no. 4 (febrero de 2000) [[www.calmeadow.com](http://www.calmeadow.com)].

<sup>7</sup> Aunque muchos clientes de programas de banco comunal no son microempresas clásicas, son sin embargo microempresas potenciales y esencialmente representan clientes de sólo crédito.

<sup>8</sup> Véase por ejemplo, Sebsted y Cohen, *Microfinance, Risk Management, and Poverty* (que se publicará).

<sup>9</sup> Marulanda, "Aquí viene la banca comercial".

<sup>10</sup> María Otero, "Un puñado de arroz: movilización de ahorros por programas de microempresas y perspectivas para el futuro" (Acción Internacional, Cambridge, Mass., 1989).

<sup>11</sup> No fue posible crear una medida más apropiada, como el monto medio de préstamo, porque las instituciones de microfinanzas generalmente no controlan la composición de su cartera según categorías de monto de préstamo.

## ANEXO 1: INVENTARIO DE INSTITUCIONES MICROFINANCIERAS EN AMÉRICA LATINA, 1999

País e institución	Clientes activos	Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)	Promedio de préstamos pendientes (ponderado) <sup>a</sup>	Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita
<b>ARGENTINA</b>				
<b>No reguladas</b>				
Women's World Banking Argentina	1.300	700.000	538	6
Emprender (Acción)	3.640	3.872.869	1.064	12
<b>Total</b>	<b>4.940</b>	<b>4.572.869</b>	<b>926</b>	<b>10</b>
<b>BOLIVIA</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas y con licencia especial</i>				
Caja Los Andes	33.685	30.031.000	892	96
Agrocapital	3.200	2.000.000	625	67
FIE	23.522	16.022.000	681	73
Cooperativa Jesús Nazareno	12.000	21.000.000	1.750	188
Prodem	42.206	19.700.000	467	50
<i>Subtotal</i>	<i>114.613</i>	<i>88.753.000</i>	<i>774</i>	<i>83</i>
<i>Transformadas</i>				
Bancosol	76.679	66.019.000	861	92
<i>Comerciales</i>				
Credi-Agil Banco Unión	4.500	4.500.000	1.000	107
Banco Económico (Presto)	2.800	5.300.000	1.893	203
Acceso	25.000	25.000.000	1.000	107
Fassil S.A.	30.000	20.000.000	667	71
<i>Subtotal</i>	<i>62.300</i>	<i>54.800.000</i>	<i>880</i>	<i>94</i>
<b>Total</b>	<b>253.592</b>	<b>209.572.000</b>	<b>826</b>	<b>89</b>
<b>No reguladas</b>				
Promujer	15.600	4.680.000	300	32
Sartawi	5.000	1.500.000	300	32
Creceer	14.580	2.419.393	166	18
CRS	7.222	567.000	79	8
CREA (CARE)	750	151.104	201	22
Fondecó	8.249	3.173.805	385	41
Fubodem (Women's World Banking)	4.358	1.735.284	398	43
ANED	41.803	8.451.941	202	22
Fades	27.963	9.778.333	350	37
<b>Total</b>	<b>125.525</b>	<b>32.456.860</b>	<b>259</b>	<b>28</b>
<b>Total</b>	<b>379.117</b>	<b>242.028.860</b>	<b>638</b>	<b>68</b>
<b>BRASIL</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Banco do Nordeste	35.215	8.907.104	253	6
Banco do Povo (SP)	1.520	3.058.000	2.012	45
<b>Total</b>	<b>36.735</b>	<b>11.965.104</b>	<b>326</b>	<b>7</b>
<b>No reguladas</b>				
PortoSol	1.750	1.856.000	1.061	24
Fenape Network (16 instituciones)	24.000	8.500.000	354	8
<b>Total</b>	<b>25.750</b>	<b>10.356.000</b>	<b>402</b>	<b>9</b>
<b>Total</b>	<b>62.485</b>	<b>22.321.104</b>	<b>357</b>	<b>8</b>

Pais e institución	Clientes activos	Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)	Promedio de préstamos pendientes (ponderado) <sup>a</sup>	Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita
<b>CHILE</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Banco Santander (Banefe)	33.000	30.000.000	909	19
Banco de Desarrollo	15.000	16.000.000	1.067	22
Banco Sudamericano	8.000	8.000.000	1.000	21
Banco del Estado (Banestado Microempresas)	15.000	15.000.000	1.000	21
<b>Total</b>	<b>71.000</b>	<b>69.000.000</b>	<b>972</b>	<b>2</b>
<b>No reguladas</b>				
Propesa	3.823	3.821.412	1.000	21
Cooperativa Liberación	4.860	3.700.000	761	16
Finam	1.454	800.000	550	11
Fundación Contigo	1.688	1.091.603	647	13
<b>Total</b>	<b>11.825</b>	<b>9.413.015</b>	<b>796</b>	<b>17</b>
<b>Total</b>	<b>82.825</b>	<b>78.413.015</b>	<b>947</b>	<b>20</b>
<b>COLOMBIA</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas y con licencia especial</i>				
Cooperativa Empezar (25 instituciones)	67.058	45.092.884	672	28
<i>Transformadas</i>				
Finamérica	10.250	16.774.000	1.636	68
<i>Comerciales</i>				
Caja Social	55.000	26.000.000	473	20
<b>Total</b>	<b>132.308</b>	<b>87.866.884</b>	<b>664</b>	<b>27</b>
<b>No reguladas</b>				
Fundación Familiar-CALI	22.552	9.415.868	418	17
Funcop-Popayan	12.814	4.362.434	340	14
Bogata	6.816	3.316.808	487	20
Agape	4.887	359.547	74	3
Ademcol	2.363	140.240	59	2
Fund Mario Santo Domingo	31.500	10.000.000	317	13
Actuar Tolima	6.000	2.000.000	333	14
<b>Total</b>	<b>86.932</b>	<b>29.594.897</b>	<b>340</b>	<b>14</b>
<b>Total</b>	<b>219.240</b>	<b>117.461.781</b>	<b>536</b>	<b>22</b>
<b>COSTA RICA</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Banco Comercio	4.000	4.000.000	1.000	37
ADRI	696	2.136.654	3.070	113
<b>Total</b>	<b>4.696</b>	<b>6.136.654</b>	<b>1.307</b>	<b>48</b>
<b>No reguladas</b>				
Finca	7.500	1.360.000	181	7
Adapte	598	245.865	411	15
<b>Total</b>	<b>8.098</b>	<b>1.605.865</b>	<b>198</b>	<b>7</b>
<b>Total</b>	<b>12.794</b>	<b>7.742.519</b>	<b>605</b>	<b>22</b>

<b>País e institución</b>	<b>Clientes activos</b>	<b>Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)</b>	<b>Promedio de préstamos pendientes (ponderado)<sup>a</sup></b>	<b>Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita</b>
<b>REPÚBLICA DOMINICANA</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas</i>				
Banco Pequeña Empresa	2.982	2.584.737	867	51
BancoAdemi	13.918	40.958.154	2.943	174
<b>Total</b>	<b>16.900</b>	<b>43.542.891</b>	<b>2.577</b>	<b>152</b>
<b>No reguladas</b>				
Fondomicro ONGs (7 instituciones)	31.200	19.500.000	625	37
Aspire	1.337	597.417	447	26
<b>Total</b>	<b>32.537</b>	<b>20.097.417</b>	<b>618</b>	<b>36</b>
<b>Total</b>	<b>49.437</b>	<b>63.640.308</b>	<b>1.287</b>	<b>76</b>
<b>ECUADOR</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Banco del Pacífico	8.000	3.000.000	375	24
Banco Solidario	10.000	1.750.000	175	11
<b>Total</b>	<b>18.000</b>	<b>4.750.000</b>	<b>264</b>	<b>17</b>
<b>No reguladas</b>				
Fundación Ecuatoriana de Desarrollo (FED)	11.000	2.200.000	200	13
CorpoMicro (7 instituciones)	6.542	650.000	99	6
CRS	9.184	191.000	21	1
Impacto (CARE)	13.000	2.515.770	194	13
Insotec	4.237	5.084.400	1.200	78
Finca Ecuador	3.756	849.070	226	15
<b>Total</b>	<b>47.719</b>	<b>11.490.240</b>	<b>241</b>	<b>16</b>
<b>Total</b>	<b>65.719</b>	<b>16.240.240</b>	<b>247</b>	<b>16</b>
<b>EL SALVADOR</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas</i>				
Financiera Calpia	34.380	26.516.758	771	45
<i>Comerciales</i>				
Banco Agrícola Comercial	6.000	14.000.000	2.333	137
Banco Promérica	1.000	4.000.000	4.000	234
<i>Subtotal</i>	<i>7.000</i>	<i>18.000.000</i>	<i>2.571</i>	<i>151</i>
<b>Total</b>	<b>41.380</b>	<b>44.516.758</b>	<b>1.076</b>	<b>63</b>
<b>No reguladas</b>				
REDES	2.800	1.260.000	450	26
Sec Nac Fam / Div. Microempresa	10.674	1.067.400	100	6
ADEL-Morazán	1.616	805.851	499	29
Fundación José Napoleón Duarte	1.469	782.000	532	31
FUSAI	2.585	2.943.653	1.139	67
Enlace (CRS)	7.974	1.062.000	133	8
ASEI	2.810	463.237	165	10
SUMA (CARE)	5.000	360.000	72	4
Centro de Apoyo a la Microempresa (CAM)	17.500	1.500.000	86	5
<b>Total</b>	<b>52.428</b>	<b>10.244.141</b>	<b>195</b>	<b>11</b>
<b>Total</b>	<b>93.808</b>	<b>54.760.899</b>	<b>584</b>	<b>34</b>

País e institución	Clientes activos	Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)	Promedio de préstamos pendientes (ponderado) <sup>a</sup>	Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita
<b>GUATEMALA</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Banrural	21.000	30.000.000	1.429	94
<b>No reguladas</b>				
Fundap	5.500	2.750.000	500	33
Cadisogua	2.159	248.285	115	8
Fafidess	3.871	886.000	229	15
Fundea	3.000	1.050.000	350	23
Fundap	5.500	4.800.000	873	58
Fundemix	3.500	4.900.000	1.400	93
FAPE	1.657	223.656	135	9
Genesis Empresarial	25.000	11.500.000	460	30
<b>Total</b>	<b>50.187</b>	<b>26.357.941</b>	<b>525</b>	<b>35</b>
<b>Total</b>	<b>71.187</b>	<b>56.357.941</b>	<b>792</b>	<b>52</b>
<b>HONDURAS</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas</i>				
Financiera Solidaria (Funadeh)	10.500	4.200.000	400	58
<i>Comerciales</i>				
Banco de Occidente	25.000	10.000.000	400	58
<b>Total</b>	<b>35.500</b>	<b>14.200.000</b>	<b>400</b>	<b>58</b>
<b>No reguladas</b>				
ODEF	9.124	3.162.264	347	50
COVELO	6.870	3.447.392	502	73
IDH	2.279	281.698	124	18
Hermindad de Honduras	1.533	1.339.899	874	12
Proyecto Hope	2.355	558.269	237	34
INHDEI	907	1.218.424	1.343	194
Finsol	10.050	6.533.962	650	94
Fama	4.253	497.780	117	17
World Relief. Honduras	17.819	2.258.158	127	18
Finca	16.364	3.379.578	207	30
<b>Total</b>	<b>71.554</b>	<b>22.677.424</b>	<b>317</b>	<b>46</b>
<b>Total</b>	<b>107.054</b>	<b>36.877.424</b>	<b>344</b>	<b>50</b>
<b>MÉXICO</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
FinComun Servicios Financieros Comunitarios	10.000	1.100.000	110	3
<b>No reguladas</b>				
Microcrédito Santa fé Guanajuato	1.544	120.432	78	2
CAME	7.000	500.000	71	2
ADMIC Nacional	2.870	545.000	190	6
Finca México	3.650	351.807	96	3
Los Emprendedores	2.185	289.913	133	4
Compartamos	40.000	4.400.000	110	3
<b>Total</b>	<b>57.249</b>	<b>6.207.152</b>	<b>108</b>	<b>3</b>
<b>Total</b>	<b>67.249</b>	<b>7.307.152</b>	<b>109</b>	<b>3</b>

País e institución	Clientes activos	Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)	Promedio de préstamos pendientes (ponderado) <sup>a</sup>	Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita
<b>NICARAGUA</b>				
<b>No reguladas</b>				
Acodep	8.000	2.000.000	250	61
ANDES	2.000	454.000	227	56
Fudemi	658	106.547	162	40
Fudesi	749	386.502	516	126
Prodagros	1.619	254.700	157	39
Asoderev	1.000	100.000	100	25
Fundación León	2.000	400.000	200	49
Fundación José Niebrowski	1.500	1.000.000	667	163
Fundenuse	1.000	460.000	460	113
Asodenic	2.500	900.000	360	88
Prodesa	1.650	1.400.000	848	208
Promujer	1.500	145.000	97	24
Adopem	15.752	5.943.998	377	92
Chispa	6.600	2.000.000	303	74
Fama	12.000	4.000.000	333	82
Caritas Diocesana de Matagalpa	2.522	388.388	154	38
Asodenic	10.568	1.711.802	162	40
Finca Nicaragua	12.667	4.757.730	376	92
<b>Total</b>	<b>84.285</b>	<b>26.408.667</b>	<b>313</b>	<b>77</b>

<b>PARAGUAY</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Comerciales</i>				
Financiera Familiar	7.194	3.960.000	550	30
Interfisa Financiera	4.869	3.000.000	616	34
Financiera Visión de Finanzas	8.540	8.680.000	1.016	56
Fincrea	1.600	1.200.000	750	42
EFISA Financiera	3.300	3.000.000	909	50
<b>Total</b>	<b>25.503</b>	<b>19.840.000</b>	<b>778</b>	<b>43</b>
<b>No reguladas</b>				
Fupacodes	4.700	2.300.000	489	27
<b>Total</b>	<b>30.203</b>	<b>22.140.000</b>	<b>733</b>	<b>41</b>

<b>PERÚ</b>				
<b>Reguladas</b>				
<i>Transformadas y con licencia especial</i>				
CMACS	88.515	76.654.386	866	34
EDPYME Cofianza S.A. <sup>b</sup>	984	596.417	606	24
EDPYME Proempresa	2.451	2.830.015	1.155	45
EDPYME Crear Arequipa	1.671	1.449.876	868	34
EDPYME Credinpet	1.795	2.133.533	1.189	46
EDPYME Crear Tacna	1.463	2.010.096	1.374	53
EDPYME Nueva Visión	445	629.618	1.415	55
EDPYME Edyficar	5.223	5.621.346	1.076	42
<i>Subtotal</i>	<b>102.547</b>	<b>91.925.287</b>	<b>896</b>	<b>35</b>
<i>Transformadas</i>				
MiBanco	37.622	13.149.123	350	14
<b>Total</b>	<b>140.169</b>	<b>105.074.410</b>	<b>750</b>	<b>29</b>

País e institución		Cientes activos	Cartera de préstamos activos (dólares de EEUU)	Promedio de préstamos pendientes (ponderado) <sup>a</sup>	Promedio de préstamos pendientes como porcentaje de PNB per capita
<b>PERÚ</b>					
<b>No reguladas</b>					
Finca Perú		5.662	727.565	128	5
Habitat Cusco		803	698.515	870	34
IFOCC		2.119	730.966	345	13
Edaprospo		2.713	182.903	67	3
Habitat Trujillo		2.242	1.781.933	795	31
GCOD		1.169	404.971	346	13
Manuela Ramos		475	213.241	449	17
Ces Solaridad		2.177	909.587	418	16
Asodeco		1.946	353.415	182	7
Rasuhilca		3.071	534.742	174	7
C mara de la Libertad		1.426	832.130	584	23
Fovida		505	236.746	469	18
Prisma MicroCredit program		13.431	1.384.301	103	4
Fondesurco		1.646	1.343.935	816	32
Promuc		4.222	637.522	151	6
Acude (OI)		254	292.008	1.150	45
Fondecap. Cusco		1.401	695.235	496	19
<b>Total</b>		<b>45.262</b>	<b>11.959.715</b>	<b>264</b>	<b>10</b>
<b>Total</b>		<b>185.431</b>	<b>117.034.125</b>	<b>631</b>	<b>24</b>
<b>URUGUAY</b>					
<b>No reguladas</b>					
FUAAM		1.600	1.300.000	813	13
<b>VENEZUELA</b>					
<b>Reguladas</b>					
<i>Comerciales</i>					
Bangente		1.000	1.000.000	1.000	30
<b>No reguladas</b>					
Fundación Mendoza		1.364	1.920.000	1.408	42
<b>Total</b>		<b>2.364</b>	<b>2.920.000</b>	<b>1.235</b>	<b>37</b>
<b>AMÉRICA LATINA</b>					
<b>Reguladas</b>	77 <sup>c</sup>	807.783	648.564.701	803	49
<i>Transformadas y con licencia especial</i>	21 <sup>c</sup>	284.218	225.771.171	794	49
<i>Transformadas</i>	31 <sup>c</sup>	186.331	170.201.772	913	71
<i>Comerciales</i>	25 <sup>c</sup>	337.234	252.591.758	749	49
<b>No reguladas</b>	128 <sup>c</sup>	711.955	228.962.203	322	24
<b>Total</b>	205 <sup>c</sup>	1.519.738	877.526.904	577	34

**Nota:**

a. El monto promedio de préstamos pendientes se calculó para cada institución al dividir su cartera de préstamos pendientes por el número de clientes activos. Para calcular los promedios por país o clasificación, la cartera total combinada para todas las instituciones se dividió por el número total de clientes para todas las instituciones.

b. EDPYME significa "Entidades de Desarrollo de las Pequeñas y Micro empresas."

c. Los números en esta columna indican los números totales de instituciones incluidas en este inventario.

## Anexo 2

La diversidad es una de las grandes fuerzas de la industria microfinanciera. Pero la misma hace difícil que los gerentes y observadores de la industria comparen los resultados de una institución microfinanciera con los de otra. Para resolver este problema, el *MicroBanking Bulletin* estableció grupos paritarios: grupos de programas con características suficientemente similares que sus gerentes puedan útilmente comparar sus resultados con los de otras organizaciones en el mismo grupo paritario. Los grupos paritarios se forman con base en cuatro indicadores: región, escala, mercado objetivo e intermediario financiero comercial. Dos de estos indicadores son pertinentes aquí (véase la tabla):

- Escala: El *MicroBanking Bulletin* clasifica a las instituciones microfinancieras como pequeñas, de tamaño mediano o grandes según el tamaño de su cartera, para que se pueda comparar las instituciones con otras en una fase parecida de crecimiento y alcance.
- Mercado objetivo: El *MicroBanking Bulletin* clasifica a las instituciones en tres categorías según la gama de clientes que sirven: de nivel bajo, de base amplia y de nivel superior. El mercado objetivo se mide por la relación entre el promedio de préstamos pendientes por cliente con el PNB per capita.

### Criterios para categorías de grupo paritario según escala y mercado objetivo

Escala	Cartera de préstamos (dólares de EE.UU.)
Pequeña	<1.000.000
Tamaño mediano	1.000.000–7.999.999
Grande	8.000.000 o más
Mercado objetivo	Saldo promedio de préstamos como porcentaje de PNB per capita
Nivel bajo	<20 (o saldo promedio <\$150)
Base amplia	20–149
Nivel superior	150 o más

Fuente: *MicroBanking Bulletin*, no. 4 (febrero de 2000) [[www.calmeadow.com](http://www.calmeadow.com)].

Este estudio especial fue preparado por Robert Peck Christen con bastante ayuda de Tamara Cook. Los dos son miembros del personal de CGAP. El estudio toma bastante de la presentación del autor en la conferencia "Los caminos y retos para las instituciones de microfinanzas de América Latina", del Encuentro Latinoamericano de Microfinanzas en Lima Perú, del 25–28 de octubre de 1999. Para el anexo, se obtuvo información que después fue actualizada, de un buen número de individuos que trabajan muy estrechamente con, o administran, las instituciones de microfinanzas incluidas en este estudio. Son demasiados para mencionar aquí, pero basta decir que el autor debe mucho a los que siempre colaboraron de buena gana con otra solicitud más de información sobre sus programas. Además se recibieron comentarios importantes de Richard Rosenberg, Elizabeth Littlefield Syed Hashemi, todos de CGAP. Brigit Helms y Ousa Sananikone, también de CGAP, hicieron revisiones substanciales al documento, por las cuales estoy muy agradecido. Todos los errores de información e interpretación siguen siendo exclusivamente del autor.

Les agradecemos sus comentarios. Favor de dirigirse a Robert Christen a la secretaria de CGAP.  
Correo electrónico:  
[rchristen@worldbank.org](mailto:rchristen@worldbank.org)

Traducción:  
Diana B. Salazar y  
Nathalie D'Ambrosio-Vitale

Edición:  
Tiphaine Crenn  
Producción:  
Meadows Design Office