

Los pobres del continente: ¿un nuevo mercado para la banca tradicional?

Francisco José Abate-Franjul

Antecedentes

Durante el último lustro América Latina y el Caribe han visto cómo los bancos están cada vez más proveyendo servicios financieros a las personas de bajos ingresos. Esta función que, de manera vertiginosa se ha popularizado en los últimos 30 años, ha sido desempeñada tradicionalmente por organizaciones sin fines de lucro enfocadas a proveer financiamiento a microempresarios, particularmente a mujeres. Un antecedente a este fenómeno fue el movimiento cooperativo surgido en Europa a finales del siglo XIX y que se popularizó en nuestro continente a mediados del siguiente.

El movimiento microfinanciero surge a principios de la década de los setenta¹. En 1976, el Profesor Muhamad Yunus crea su recién galardonado Grammeen Bank y el mundo formalmente reconoce el nacimiento del microcrédito como un movimiento global. En poco tiempo, el ritmo de crecimiento y la solidez en los pagos de clientes de bajos ingresos revelan al mundo un instrumento para

el desarrollo que es abrazado por la comunidad internacional. Este movimiento está liderado por estas instituciones microfinancieras que gozan de un tremendo arraigo local y usualmente están afiliadas a redes internacionales que sirven la doble función de servir como mecanismos de intercambio de experiencias y aprendizaje, así como de fondeos para el rapidísimo crecimiento exhibido por los líderes del sector.

En nuestra región, la conversión de PRODEM en BancoSol en Bolivia revela una nueva era. Se hace evidente que la demanda por estos servicios es prácticamente infinita y que para que este movimiento pueda cumplir su cometido social deberá acceder a los mercados comerciales de capital. Esta nueva visión hace que el movimiento comience a tomar la forma de industria y que nuevos servicios surjan alrededor de ella. Se crean fuentes de fondeo, empresas de calificación de riesgo especializadas, y empresas de consultoría especializadas en el sector. A partir de mediados de la década de los noventa es cada vez más obvio el tremendo potencial del sector tanto como herramienta de desarrollo económico como de negocio rentable. Si-

multáneamente, empieza a verse la necesidad de los clientes de recibir un conjunto de servicios que vaya mucho más allá del monoproducto crediticio. Los clientes quieren ahorros, seguros, pensiones y sobre todo diferentes productos de crédito adaptados a sus necesidades particulares.

En países como Colombia, Bolivia, Perú y la República Dominicana, entre otros, surgen ejemplos de instituciones tremendamente exitosas. Cada una cuenta con diferentes soluciones a los obstáculos antes mencionados pero todas presentan características comunes: son altamente rentables y con una cartera de préstamos mucha más sólida que la de la banca comercial tradicional. Luego de la transformación de PRODEM en BancoSol, otras instituciones en el continente se convierten en instituciones reguladas por la autoridad bancaria y con capacidad de intermediar

EN ESTA EDICIÓN

Sistemas de garantías
de crédito en América Latina:
estado de situación

por Juan J. Llisterri

Pag. 9

¹ ACCIÓN Internacional concedió el primer microcrédito en Brasil en 1973. (http://www.accion.org/about_our_history.asp)

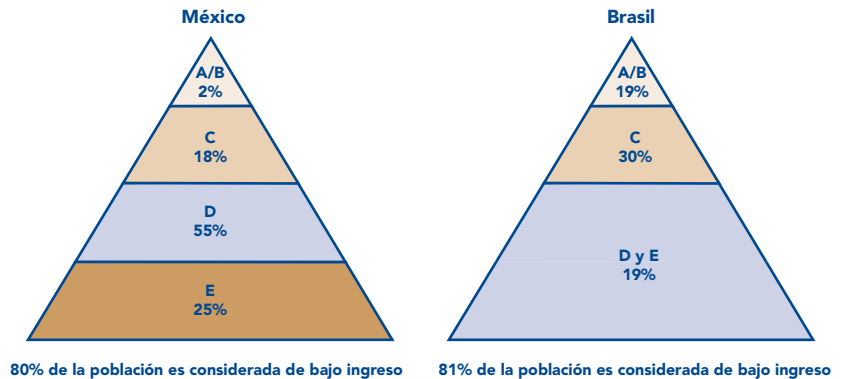
los ahorros del sector en pro de su nuevo desarrollo.

La banca tradicional que ya había empezado a proveer recursos a estas instituciones miraba desde el margen las altas tasas de rendimiento de las mismas. Algunos pocos bancos tradicionales se aventuraron a desarrollar una cartera propia, aunque con resultados mixtos. Un detalle importante es que durante el desarrollo del sector los países del continente con economías grandes, como Argentina, Brasil, México y Venezuela, se mantenían al margen del fenómeno con resultados más bien ínfimos en comparación a los tamaños de sus respectivos mercados (Figuras 1 y 2).

En este contexto, a inicios de esta década surge en Brasil, Colombia y Venezuela la voluntad por parte de los políticos de forzar a la banca a entrar al sector microfinanciero. Este enfoque, aunque errado en su esencia, trae el beneficio de forzar a los banqueros a enfrentarse de cara con el reto que significa servir a los clientes de bajos ingresos. Y digo errado porque la banca carecía, y en gran medida aún carece, del entendimiento adecuado del sector, el cual es necesario para proveer productos y servicios que no sólo mitiguen el riesgo de la institución bancaria, sino que al mismo tiempo brinden el servicio requerido a los clientes.

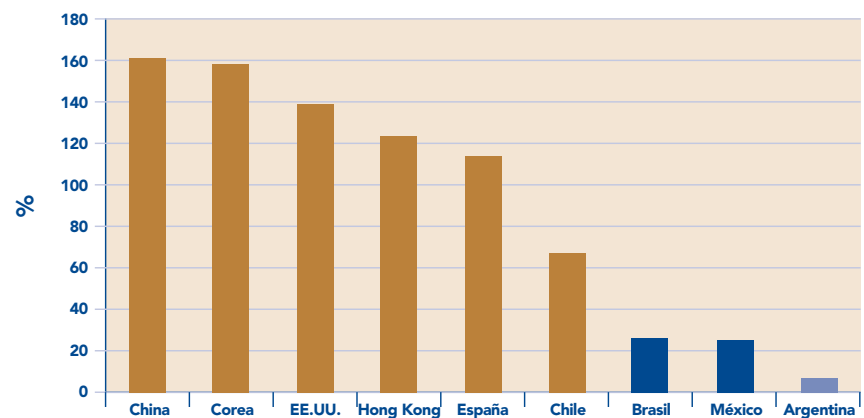
Sin embargo, con el apoyo de instituciones como la Federación Latinoamericana de Bancos, el Women's World Banking, el Ban-

Figura 1. Población clasificada por nivel de ingreso



Nota: Ingresos mensuales en dólares americanos
 México: E = Marginal <US\$200; D = Bajo = US\$201-1.201; C = Medio=US\$1.201 -1.300; B/A =Alto>US\$1.300.
 Brasil: E = Marginal <US\$175; D= Bajo US\$176<600; C=Medio US\$601< 1.750; B/A> US\$1.750.
 Fuente: Etubilsky (2006), Septién (2006).

Figuras 2. Activos del sector bancario/Producto interno bruto (PIB) Diciembre de 2005



Fuente: Etubilsky (2006), Septién (2006).

co Interamericano de Desarrollo (BID) y Acción Internacional, entre otros, durante los últimos cinco años hemos observado una serie de instituciones bancarias que han logrado entrar al sector de manera exitosa, liderando el camino y aliviando las necesidades financieras de cientos de miles de clientes en el continente.

Lo que hemos observado es que la entrada de los bancos es particularmente provechosa en economías grandes y donde ya existe una banca sofisticada. A continuación mostramos cuatro ejemplos que consideramos particularmente interesantes pues han sido desarrollados en Brasil y en México por bancos altamente reconocidos en

el sector y con productos que, aunque proveen servicios similares a los tradicionalmente provistos por el sector microfinanciero, las tecnologías de colocación y canales de distribución son novedosos y dan respuesta a la necesidades particulares de la banca.

Experiencia mexicana

Por su importancia y repercusión, una de las experiencias más destacadas es el caso de BANORTE. Con 106 años de historia, BANORTE es el único banco comercial de cobertura nacional con capital mexicano, concentrando cuatro bancos regionales, con 4,6 millones de clientes y resultados netos equivalentes a US\$402 millones a septiembre de 2006.

En 2003, el grupo BANORTE decidió explorar el mercado microempresarial, para lo cual en 2004 pone en marcha un proyecto piloto para estudiar su viabilidad. Un detalle importante es que BANORTE decide crear una SOFOL² independiente llamada Créditos ProNegocio para atender al sector de la microempresa. Se crea una red especializada de sucursales para servir este mercado ofreciéndoles créditos individuales, banca electrónica y seguros a sus clientes, a los cuales también se les ofrece facilidades de ahorro por medio

de la matriz BANORTE. Además de la creación de una marca y una estructura separada, el modelo BANORTE exhibe tres características muy particulares que lo convierten en líder del sector.

Primero, Créditos ProNegocio entendió desde el principio que para triunfar en este mercado meta hay que entenderlo a profundidad. Este entendimiento, a su vez, le permitió desarrollar una estrategia de mercadeo apropiada para el sector, con imágenes y eslóganes familiares para los clientes y que realzan sus valores y su condición. En este caso, el principal medio de comunicación es el mercadeo directo en los sitios de trabajo y de intercambio comercial, así como el reclutamiento de nuevos clientes por medio de los ya existentes.

Esta campaña ha sido particularmente exitosa, dando resultados mayores a los anticipados. ProNegocio en corto tiempo disfruta de una marca reconocida y una posición de liderazgo en este nicho de mercado. Es importante destacar que grupos focales han demostrado que los clientes están tremendamente satisfechos con el servicio recibido. Curiosamente, estos mismos clientes identifican a ProNegocio como parte del grupo BANORTE, lo que de manera directa ha apreciado la marca global en el nicho y ha provocado una mayor demanda de servicios.

De igual forma ProNegocio ha desarrollado recursos humanos especializados y bien entrenados con un perfil adecuado al sector. Se

ha hecho un esfuerzo importante para lograr que este personal reciba un entrenamiento de la más alta calidad y del mismo estándar para toda la organización. Los oficiales de crédito reciben una capacitación que es actualizada periódicamente, lo cual asegura un progreso constante para todo el personal. Esto permite que los empleados se sientan parte de un equipo, estén orgullosos del trabajo que realizan y que exista una sana competencia, generando así una mayor productividad general.

Finalmente, ProNegocio se ha esmerado en desarrollar una sólida cartera y, para estos fines, recibe servicios de consultoría internacionales con apoyo de la Agencia Internacional para el Desarrollo de los Estados Unidos (USAID en su sigla inglesa).

Es importante destacar que ProNegocio se apoya en la infraestructura institucional (manejo de recursos humanos, contabilidad, etc.) ya establecida por BANORTE. Aunque esto soluciona muchos inconvenientes logísticos, hace que la coordinación interna sea de importancia crítica para mantener el ritmo de crecimiento planeado.

Al concluir el proyecto piloto a fines de 2004, ProNegocio tenía tres sucursales en funcionamiento. A finales de 2005, ya contaba con 39 sucursales y 16.000 créditos. En septiembre de 2006 el número de sucursales era 90 y el de créditos era 33.000, por un valor aproximado de US\$54 millones.

² Sociedad financiera de objeto limitado. De acuerdo con la legislación mexicana actual, estas sociedades son intermediarios financieros no bancarios.

Otra experiencia mexicana con resultados impresionantes es el caso de Banco Azteca, el cual forma parte del conglomerado de empresas mexicanas Grupo Salinas. Banco Azteca inició sus operaciones en octubre de 2002, como resultado de la oportunidad creada por el bajo nivel de bancarización en México y de la mano de un entendimiento muy cercano del sector microempresarial del país. Este conocimiento es resultado de 35 años de experiencia de del Grupo Azteca a través de la empresa Electra que se dedica a la venta y distribución de artículos electrodomésticos y del hogar para hogares de bajos ingresos. A junio de 2006, Banco Azteca tenía una cartera de US\$1.502 millones de dólares representando un total de siete millones de créditos activos.

Además del Banco, el Grupo Salinas crea tres instituciones para completar su oferta: (i) Administradora de Fondos para el Retiro (AFORE) Azteca, que en tres años de operaciones, a agosto de 2006, había desarrollado una cartera de 1,3 millones de afiliados y activos equivalentes a US\$1.400 millones; (ii) Seguros Azteca, que con sólo dos años de operaciones ha emitido 5,8 millones de pólizas; y (iii) el Círculo de Crédito, un buró de crédito enfocado en el sector popular que en sólo un año ha realizado 28,4 millones de operaciones.

Sin lugar a dudas, el vertiginoso crecimiento y desarrollo del Grupo Azteca en los últimos

cuatro años ha llamado poderosamente la atención de la industria microfinanciera y del sector bancario regional. Es menester indicar que un porcentaje importante de la actividad del Banco Azteca corresponde a los créditos que otorga para el consumo de los electrodomésticos que distribuye el Grupo Electra. Sin embargo, también se debe destacar que el ingenio en el diseño de los productos y el empeño tangible de sus altos ejecutivos por servir al cliente microempresario le han permitido desarrollar productos netamente microempresariales de un crecimiento acorde al crecimiento global del Banco. Por ejemplo, desde el desarrollo del producto “Empresario Azteca”, a finales de 2005, al cierre de octubre de 2006, el Banco Azteca reportó la atención de 142.200 microempresarios por un monto equivalente a US\$116 millones, lo cual es un resultado sin precedentes en América Latina y el Caribe.

Veamos detenidamente el fenómeno para tratar de develar el secreto de este éxito. El compromiso del Grupo Salinas con el sector de bajos ingresos es conocido por todos, especialmente por los usuarios de sus servicios, y es evidente en el discurso público y privado de la institución. Este compromiso es imbuido por un profundo respeto por el cliente de bajo ingreso. El microempresario aprecia y agradece el hecho de que se lo trate de igual a igual.

Segundo, el servicio no es sólo ágil y conveniente para los clientes,

sino que responde al tamaño de la demanda. Los préstamos son autorizados en 24 horas, una práctica que, aunque rara, la hemos visto en la industria anteriormente. Sin embargo, Banco Azteca utiliza tecnología de punta que, en promedio, le permite autorizar 13.000 créditos diariamente y manejar 7,3 millones de operaciones semanales, lo que también no tiene precedentes en el sector. A junio de 2006, Banco Azteca tenía 1.516 sucursales en funcionamiento, abiertas los 365 días del año, con horarios muy amplios (de 9:00 a 21:00 horas) y atendidas por más de 17.000 empleados, utilizando procesos innovadores estrictamente adaptados a los clientes (por ejemplo, el uso de la huella digital para la apertura de cuentas). Esta capacidad instalada parece indicar que Banco Azteca ha decidido responder a la demanda que pretende servir y no a la competencia que enfrenta. Esta decisión, riesgosa para algunos, es el punto de partida del éxito evidenciado.

En muchas instituciones se observa a una gerencia conforme con el crecimiento natural de sus carteras microfinancieras, alrededor de un 50%, que es impresionante en sí mismo y, sin lugar a dudas, mucho mayor que el de otros sectores de la economía. Sin embargo, este crecimiento muchas veces no se compagina con la demanda potencial que existe en el sector. La capacidad interna de servicio del Banco Azteca, tal vez por primera vez en nuestro sector, se adecua a la demanda real del mismo y no viceversa.

Figura 3: Servicios de Banco Azteca



Fuente: Septién (2006)

Finalmente, el diseño de la oferta de productos y servicios parece responder directamente a la demanda y no a cualquier otra consideración. Banco Azteca cuenta ya con una impresionante variedad de servicios (ver Figura 3), muchos de los cuales no son normalmente considerados por el sector microfinanciero tradicional, pero que satisfacen la necesidad real del empresario de bajo ingreso. La innovación en Banco Azteca es constante y parece siempre ir a tono con lo que el cliente demanda.

Experiencia brasileña

Brasil es otro país donde los bancos están haciendo esfuerzos serios por lograr una bancarización masiva. En este país la bancarización surge en parte como fruto de una regulación impuesta por el gobierno del Presidente Lula Da

Silva a finales de 2003, que obliga a la banca local a colocar el 2% de sus depósitos a la vista en el sector microfinanciero con una tasa menor o igual al 2% mensual, o a una tasa cero con el Banco Central de Brasil³. Aunque la respuesta de la banca a esta regulación ha sido moderada —en el mejor de los casos, reforzando la convicción de la industria de que el gobierno no debe forzar la entrada al sector— sí tuvo el beneficio de poner en el debate público el tema de la necesidad de bancarización de la población de bajos ingresos y la respuesta del sector ha sido innovadora y ha tenido resultados concretos.

En el año 2000, el Banco Central de Brasil aprobó regulación que permitiría que bancos comerciales utilicen a corresponsales bancarios como una manera de extender sus operaciones. Al principio este mecanismo se concibió

como una manera de servir a las áreas que, ya por su tamaño o por su difícil acceso, no contaban con una sucursal bancaria. Este modelo ha permitido que se generalicen los servicios bancarios y, aunque no estén particularmente diseñados para servir a los empresarios de bajo ingreso, permiten que, en general, la banca conozca de una forma más cercana a este tipo de clientes y diseñe productos con ellos en mente. De las diversas experiencias, dos ejemplos importantes han cautivado la atención de la industria en los últimos años: el Lemmon Bank y el Banco Postal.

El Lemmon Bank es un banco privado creado a partir de la legislación del año 2000 y cuyo modelo de negocios es exclusivamente el de las corresponsalías. El Banco Postal es el fruto de la asociación de BRADESCO con la oficina de correos de Brasil. Desde su creación en 1951, BRADESCO es el banco privado más grande de la economía brasileña, estando siempre a la vanguardia en lo que se refiere a la banca personal.

El Lemmon Bank selecciona sus propios corresponsales entre los negocios de las distintas comunidades creando una estructura anexa o un puesto de servicio dentro de la tienda o proveyendo los servicios desde las cajas mismas de los corresponsales. Principalmente se dedica a transacciones como

³ Posteriormente los términos de fueron flexibilizados y se permitía colocar hasta a un 4% mensual.

pago de agua, luz y teléfono. Desde el comienzo de sus operaciones en julio de 2002 hasta octubre de 2006 se han creado 5.106 corresponsales bancarios que sirven a 1.300 municipios en 18 de los estados del Brasil, atendiendo a 4,5 millones de personas y manejando 55 millones de transacciones a junio de 2006.

Aunque como indicamos anteriormente la mayoría de los servicios son transaccionales, Lemmon Bank ha desarrollado dos productos de crédito interesantes. El primero está destinado a las instituciones que proveen servicios (agua, luz o teléfono) al público y el segundo es un producto piloto para servir a sus clientes de banca personal.

Estos préstamos personales tienen un límite inicial de R\$150 a R\$1.000 reales (entre US\$70 y US\$467 aproximadamente) con plazos de entre tres a doce meses. Aunque dado el tamaño del préstamo, el mismo coincide con el tamaño típico de microcrédito, se debe notar que Lemmon Bank no se preocupa por el destino final del préstamo, tampoco analiza los flujos de caja de sus clientes. Su análisis se basa en el historial de los pagos que maneja de estos clientes, mientras que la decisión futura para el aumento de los montos se basa en el comportamiento de pago exhibido por el cliente.

En países como Brasil con una población numerosa, dispersa y con características muy especiales, el microcrédito tradicional parece no funcionar. Es por ello que el

Lemmon Bank ha desarrollado un sistema distinto para basar sus decisiones crediticias en la información transaccional que captura. Esta nueva tecnología presenta una posibilidad real de responder a la falta de acceso de los empresarios brasileños de bajos ingresos, según lo manifiestan los resultados mostrados a la fecha: más del 60% de los clientes tienen ingresos mensuales menores a los US\$1.000 y el 62% se identifican como trabajadores por cuenta propia.

Lemmon Bank tiene planificado masificar el producto cuando perfeccione el modelo paramétrico en el cual se basa. El modelo de corresponsalía mismo también presenta desafíos importantes que el Lemmon Bank ha superado. Entre otros, está la posibilidad de fraude, la gerencia de estos puntos de negocios y la distribución de nuevos productos entre los corresponsales. Todos estos desafíos pueden ser resueltos con instrumentos de gerencia adecuados, fuerte control interno, relación cercana con el corresponsal y mecanismos de entrenamiento adecuados.

BRADESCO, por su parte, tomó el mismo instrumento e hizo algo completamente distinto con él. Como indicamos anteriormente, junto con la oficina de correos de Brasil, creó el Banco Postal, utilizando así las ventanillas de correo que están dispersas en todo el territorio para “bancarizar” a 45 millones de brasileños previamente excluidos por el sistema bancario. BRADESCO ha invertido unos

R\$450 millones (aproximadamente US\$200 millones) para entrenar al personal de las oficinas de correo y acondicionar la infraestructura existente y adquirir el equipo necesario. Actualmente se ofrece servicios de apertura de cuentas, operaciones de ventanilla (saldos, estados, retiros y depósitos), facilidades de créditos vía Internet (*online*), tarjetas de créditos, recepciones de pagos y de impuestos.

Desde 2002, cuando comenzó a operar el Banco Postal, se han abierto 1.700 oficinas (en 87% de los municipios brasileños) y ha beneficiado a unos 14,7 millones de personas. De estos clientes, el 88% tiene ingresos mensuales menores a los US\$575, el 55% son mujeres y el 85% tiene entre 18 y 60 años de edad. Un detalle importante que demuestra el nivel de penetración de la iniciativa es el hecho de que, del total de 1.700 oficinas, 405 están a más de 100 kilómetros de cualquier otro centro financiero y 75 no son accesibles por vía terrestre.

A la fecha, se han concedido 575.000 operaciones de crédito para una cartera total de R\$423 millones (US\$200 millones aproximadamente) por medio de cuatro productos: microcrédito (70%), rural (5%), inmobiliario (0.28%) y otros (23%). Además, BRADESCO reporta que más del 76% de los 5,6 millones de clientes ahorran y 100% de los mismos tienen una tarjeta de crédito. Esto a su vez, ha repercutido en un crecimiento de las economías locales y una mayor

recaudación de impuestos por parte del gobierno central. Un ejemplo concreto es el municipio de Autazes, de unos 24.000 habitantes, que ha reportado un crecimiento de un 30% de nuevos negocios desde la apertura de la corresponsalía (30 de estos negocios ya aceptan tarjetas de créditos en áreas remotas de la Amazonía).

Aunque Banco Postal y Lemmon Bank utilizan el mismo sistema de corresponsales bancarios, el modelo de ambos bancos es muy distinto. Utilizando la fuerza de su presencia y de su marca en la economía local, BRADESCO se asoció con una empresa de gran cobertura (la oficina de correos) para enfrentar el problema de inclusión bancaria de manera masiva. Muchos de los escollos que el Lemmon Bank debió superar al tener que buscar un socio en cada localidad fueron evitados al encontrar un socio que gozara de presencia nacional y de la confianza de los hogares de bajo ingreso brasileños. La necesidad de esperar para el diseño de productos de créditos y de ahorro también fue un escollo que el Banco Postal pudo superar rápidamente dada la amplia experiencia de BRADESCO. Por esto, la iniciativa tiene un tamaño mucho mayor debido al número de oficinas de correo y al monto de la inversión inicial.

Lecciones aprendidas

En las estrategias de las cuatro instituciones analizadas encontramos tres características que parecen ser

razón del éxito de las mismas. Estas son:

Compromiso incondicional de la alta gerencia con la línea de negocio. Para servir a los hogares de bajo ingreso de manera exitosa es imprescindible contar con el compromiso incondicional de la más alta gerencia de la institución y asegurarse de que ésta entienda el modelo de negocio y lo ve como rentable y viable, no como algo altruista o de imagen corporativa. Este compromiso es lo único que garantizará que el banco hará la inversión de recursos así como las revisiones y ajustes necesarios en su cultura, de forma tal que aseguren el éxito. Es también un buen indicador de la permanencia del banco en el sector.

Conocimiento íntimo del nicho de mercado en general y del empresario de bajo ingreso y su hogar en particular. Hace falta conocer y entender profundamente al cliente meta y al nicho de mercado. Este conocimiento del mercado, aunque toma formas distintas, es palpable en cada uno de los casos reportados. Para Banco Azteca esto es casi natural, ya que su compañía matriz Electra ha trabajado en este sector por 35 años y acoge a la mayoría de las sucursales del Banco. BANORTE se ha valido de herramientas del mercadeo para entenderlo y tres años después exhibe un buen conocimiento del mismo, que se confirma en el nivel de aceptación alcanzado por Prenegocio. BRADESCO-Banco Postal se asoció a la

oficina de correos, que contaba con el conocimiento del mercado, para llegar al nicho. Lemmon Bank, por su parte, ha ido recabando información, profundizando su conocimiento profundo y posicionamiento estratégico.

No se copian fórmulas si no que las tecnologías disponibles se adaptan a las características intrínsecas del mercado y de la institución bancaria que desea entrar al nicho de mercado.

Finalmente, observamos cómo cada institución bancaria adaptó su oferta y servicios a su propia naturaleza y cultura institucional, adaptándose a las necesidades del cliente pero partiendo de su realidad propia como institución y maximizando sus fortalezas. De igual forma, es evidente el uso de tecnología de punta como instrumento indispensable de masificación.

¿Son los pobres del continente un nuevo mercado para la banca tradicional? De acuerdo con nuestro estudio la respuesta es, sin ninguna duda, positiva: los pobres son un mercado atractivo y viable para la banca. Las implicaciones que tiene esta respuesta hacen necesario hacer una reflexión y análisis a profundidad, para posibilitar que los sectores pobres de la población de los países de la región puedan acceder cada vez más a mayores y mejores servicios bancarios.

Referencias

Erubilsky, Michael. 2006. Nuevos canales de distribución.

Documento presentado en el Taller “Servicios financieros para la mayoría: El futuro de la banca en las microfinanzas”, IX Foro Interamericano de la Microempresa. Quito: Banco Interamericano de Desarrollo.

Martínez, José Carlos. 2006. Estructuras organizacionales alternas. Documento presentado en el Taller “Servicios financieros para la mayoría: El futuro de la banca en las microfinanzas”, IX Foro Interamericano de la Microempresa. Quito: Banco Interamericano de Desarrollo.

Rebelato, Odair. 2006. Bancarizando la mayoría: Inclusión social y oportunidades para los bancos. Documento presentado en el Primer Encuentro Nacional de Bancos celebrado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y la Corporación Interamericana de Inversiones del Banco Interamericano de

Desarrollo (BID), Women’s World Banking, la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) y la Federación Brasileña de Bancos (FEBRABAN) en São Paulo, Brasil. Septián, Carlos. 2006. Banca de consumo vs. microcrédito. Documento presentado en el Taller “Servicios financieros

para la mayoría: El futuro de la banca en las microfinanzas”, IX Foro Interamericano de la Microempresa. Quito: Banco Interamericano de Desarrollo.

Bio



Francisco José Abate-Franjul es Director de Conocimientos de Opportunity International en Chicago, Illinois. Hasta noviembre del 2006 se desempeñó como Gerente de Impacto en la Industria – América Latinas y el Caribe del Women’s World Banking (WWB), liderando el trabajo con la Federación Latinoamericana de Bancos (FELABAN) para atraer a bancos del continente al sector microfinanciero. Ha dado cátedras sobre indicadores de desempeño para instituciones microfinancieras en el Wharton School of Finance de la Universidad de Pennsylvania y en American University. Anteriormente, trabajó para el Seed Capital Development Fund (SCDF) y MicroRate, en Washington D.C. Es Licenciado en Derecho de la UNPHU de su país natal, la República Dominicana, con Maestría en Derecho Internacional (LLM) y en Finanzas (Mj in Finance) de American University en Washington, D.C. El señor Abate-Franjul habla inglés, francés y español.

Sistemas de garantías de crédito en América Latina: estado de situación

Juan José Llisterri

Introducción

Entre los mayores problemas para el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas (mipymes) se encuentra la falta de acceso al crédito bancario competitivo. Si bien esta situación afecta a empresas de todos los tamaños, debido al insuficiente desarrollo de los mercados financieros, en el caso de las mipymes la dificultad de tal acceso es aún mayor.

Los empresarios sienten que las instituciones bancarias no les prestan suficiente atención, no los consideran sujetos de crédito, o les requieren excesivas garantías para poder acceder al crédito, incluso a pesar de que estén dispuestos a pagar tasas de interés más altas. Por ello se ven obligados a buscar otras fuentes de financiamiento menos competitivas. Por su parte, los bancos consideran que la actividad crediticia con las mipymes es altamente costosa y arriesgada, por lo que no tienen más remedio que, en el caso de que se produzcan impagos, requerir garantías que cubran, además del principal e intereses, los altos costos de recuperación que resultan de los sistemas judiciales poco eficientes. Los problemas que inciden en el costo de los préstamos a empresas de pequeña escala se encuentran sobre todo en la obtención de información sobre los prestatarios, por lo que los burós

de crédito pueden desempeñar un papel muy positivo en este aspecto. Los problemas que afectan al riesgo están relacionados con la calidad y la cantidad del colateral que puede aportar el prestatario, y a la facilidad que la entidad financiera tenga para ejecutarlo en caso de impago. Por lo tanto, existe toda una serie de medidas relacionadas con la mayor disponibilidad de colaterales y con la eficiente ejecutabilidad de contratos, las cuales favorecen el acceso al crédito.

A su vez, las reglas internacionales de requerimientos de capital y cobertura de provisiones para las instituciones financieras tienen un impacto en la cantidad y en la calidad de los activos que pueden ser elegibles para ser usados como garantías de un crédito. La regulación prudencial del sector financiero también afecta a la forma en que las pequeñas empresas acceden al crédito bancario, colocándolas en situación de desventaja respecto a las de mayor tamaño, que pueden aportar garantías de mayor valor y calidad.

Frente a esta situación los gobiernos tienen una lógica preocupación por buscar la forma en que las pequeñas empresas con buenos proyectos puedan acceder al crédito competitivo. Además, la atención a las pequeñas empresas suele generar también una presión política sobre

los responsables de política. Por eso la creación de sistemas y mecanismos de garantía ha sido una alternativa propuesta recurrentemente, tanto en América Latina como en otras regiones del mundo, a pesar de que las experiencias pasadas no han podido probar suficientemente su utilidad.

Dado el interés y las demandas que se han vuelto a manifestar en la región, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) ha realizado un estudio sobre los sistemas de garantías en ocho países, del que se pueden extraer importantes lecciones (Llisterri y otros, 2006). Aunque existe alguna experiencia en la región que muestra avances positivos, no ha logrado demostrarse la adicionalidad inequívoca de ninguno de los sistemas analizados, y en la mayoría de ellos dicha adicionalidad está seriamente cuestionada. No obstante, el deseo de los gobiernos por llevar adelante iniciativas de apoyo a la mipyme y los resultados mixtos de varias de las experiencias internacionales obligan a volver a revisar el tema.

Diferentes sistemas y programas de garantía

Los sistemas de garantía pretenden favorecer el acceso de las mipymes al crédito facilitando una garantía parcial o total de la devolución del

principal e intereses del prestatario, asumiendo así una parte del riesgo en que incurren las instituciones financieras en su actividad crediticia.

La intervención del sector público por medio de los sistemas de garantía se ve justificada por la necesidad de superar el racionamiento del crédito a que están sometidas las pequeñas empresas. Este racionamiento se debe a las asimetrías de información y a que resulta más costoso procesar operaciones de crédito de menor tamaño, como también lo es el hacer cumplir los contratos de crédito.

Las asimetrías de información en las relaciones crediticias hacen que el prestamista pueda tener que asumir el riesgo moral generado en el prestatario. Efectivamente, el pequeño empresario puede decidir no destinar su beneficio empresarial a repagar al banco, particularmente si, como suele ocurrir en las mipymes, el nivel de apalancamiento es muy alto. Los bancos, que no tienen información sobre la voluntad de repago del pequeño empresario, deciden en consecuencia limitar el apalancamiento de las mipymes, lo que les lleva a racionar el crédito. Igualmente, la reacción defensiva de los prestamistas consistente en el aumento indefinido de los tipos de interés puede generar una selección adversa, ya que los prestatarios más seguros dejan de solicitar crédito, mientras que son los más arriesgados los que están dispuestos a aceptar cualquier precio. El resultado de ambas fallas de mercado lleva al racionamiento del crédito, es decir

a que buenos proyectos de buenos prestatarios no encuentren financiamiento bancario. Ello quiere decir que el mercado por sí solo, en presencia de las fallas mencionadas, no es capaz de proporcionar el mismo financiamiento a las mipymes que a las grandes empresas, a pesar de que tengan similar capacidad de repago y estén dispuestas a asumir mayores tasas de interés por el crédito (BID, 2005).

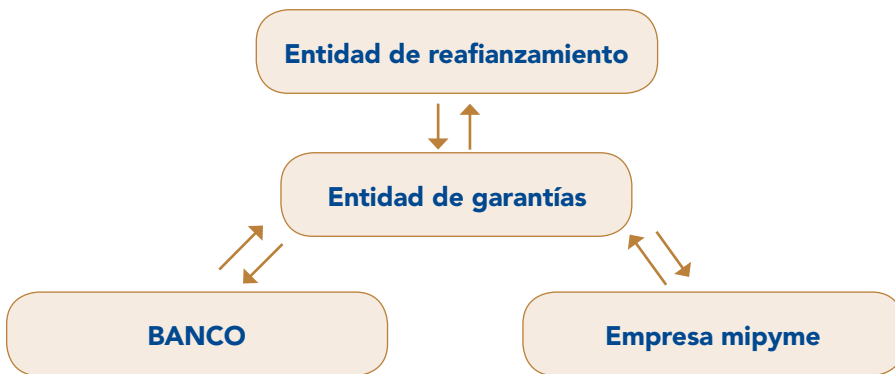
Las acciones de política tienen la meta de mitigar las imperfecciones de mercado y restablecer condiciones de mercado sostenibles. Uno de los instrumentos comúnmente propuestos son los sistemas de garantía, por medio de los que se puede reducir el costo y el riesgo de prestar a las pequeñas empresas, particularmente cuando son nuevos clientes del sistema bancario.

El papel que idealmente puede jugar la garantía es el de lograr que los bancos, sin renunciar a su metodología de evaluación, incorporen como clientes de crédito a pequeñas empresas que de otra forma no lo serían. Este supuesto se aplica en los casos en que los bancos tengan una clientela potencial de mipymes con un buen proyecto y con una buena previsión de generación de liquidez para repagar el préstamo, pero que no tengan suficiente colateral para cubrir los requisitos exigidos por los bancos y la normativa prudencial. Una entidad de garantías puede completar el colateral insuficiente de la mipyme a cambio de un precio que percibe del banco, quien normalmente

se lo repercute al prestatario, o del mismo prestatario. Esta garantía, cuando es líquida, reduce el riesgo del banco y también los gastos de recuperación en caso de impago del crédito. De esta forma, teóricamente cabe pensar en un esquema en que se alcanza un equilibrio entre el precio pagado por la garantía y lo que ésta facilita a la entidad financiera de manera que permita la incorporación de nuevos clientes de crédito. Generalmente el objetivo es que éstos pasen a ser clientes estables sin necesidad de nuevas garantías externas después de haber operado con ellos durante un tiempo y de conocer su desempeño y conducta crediticios.

Existe una variedad de modelos operativos que responden a la función más genérica de sistemas o esquemas de garantía de crédito. Para hacer una detallada casuística de las experiencias conocidas en el mundo se deberían considerar las diferencias sobre la forma jurídica de su constitución, el mecanismo de toma de decisiones, el origen público o privado de sus fondos, el tipo de créditos a que se aplican las garantías, su vigencia temporal y el grado de cobertura del riesgo crediticio. En todos los casos se presenta un agente externo a la relación crediticia directa entre la mipyme y el banco, que respalda el colateral de la firma prestararia con una garantía otorgada al banco prestamista. Sin embargo, el flujo de relaciones contractuales entre cada uno de los agentes representados en la Figura 1 varían en su naturaleza y conte-

Figura 1: Modelo genérico de un sistema de garantía de crédito



nidos dependiendo de cada una de las modalidades posibles.

De forma simplificada se pueden mencionar los siguientes modelos básicos:

a) Fondos de garantía

Son constituidos con capital fundamentalmente público, gestionados por entidades que suscriben convenios con bancos comerciales en los que se establecen los criterios y procedimientos por los que se asigna una garantía del fondo a un porcentaje de una cartera de crédito a mipymes predefinida. La garantía se aplica de forma automática a las operaciones individuales que cumplen los criterios de elegibilidad de la cartera garantizada. Es decir, el fondo no hace una evaluación del riesgo crediticio de cada operación individual sino de la cartera en su conjunto. Es por lo tanto la entidad financiera la única que hace la evaluación del riesgo crediticio y la que decide aplicar la garantía en las condiciones preestablecidas con el fondo.

Esta modalidad suele denominarse también garantía de cartera y se otorga a cambio de un precio o comisión de garantía que los bancos repercuten a los prestatarios.

En caso que la empresa prestataria no cumpla su obligación de repago del crédito, el banco notifica al administrador del fondo. Por su parte, el fondo verifica las condiciones de elegibilidad del beneficiario y de la de la operación garantizada, se asegura de que el banco realiza todos los trámites necesarios para intentar la recuperación del préstamo (en muchos casos se incluye haber iniciado trámites judiciales), y finalmente abona a la entidad de crédito la parte correspondiente del crédito vencido que está cubierto por la garantía otorgada por el fondo. La forma en que se gestiona la recuperación de créditos en mora y en que se distribuyen las recuperaciones entre la institución financiera y el fondo se encuentran reguladas en cada caso por el convenio entre el fondo y la entidad financiera¹.

b) Sociedades de garantía

Fondeadas con recursos públicos, y a veces también privados, las sociedades de garantía también suscriben convenios con los bancos en los que fijan las condiciones en que avalan los créditos otorgados a empresas individuales en las que las propias sociedades evalúan su riesgo crediticio antes de conceder su aval. El banco hace a su vez su propia evaluación, sobre todo si el aval de la sociedad no le cubre el 100% de su riesgo. Esta modalidad también suele llamarse de garantías minoristas, a diferencia de las garantías de cartera. Las sociedades de garantía recíproca (SGR), presentes en varios países de la región, tienen dos tipos de socios: los partícipes, que son los únicos elegibles para obtener avales de la sociedad, y los socios protectores, bien sean entidades públicas o grandes empresas, proveedoras o clientes de las mipymes participantes. De esta forma las mipymes beneficiarias del aval son al mismo tiempo partícipes activos de la sociedad mutual, en la que los propios empresarios se garantizan a sí mismos con las donaciones y el respaldo del sector público.

Al realizar el análisis de riesgo individual y tener el potencial de aportar a los bancos nuevos clien-

¹ Ejemplos de este tipo de fondos incluyen al Fondo de Garantía para Pequeños Empresarios (FOGAPE), Chile; el Fondo Nacional de Garantías, Colombia; el Fondo de Garantía para Préstamos a la Pequeña Industria (FOGAPI), Perú; el Fondo de Garantía para la Promoción del Empleo y la Renta (FUNPROGER), Brasil; y el Fondo de Garantías de Buenos Aires (FOGABA), Argentina.

tes ya evaluados, las sociedades de garantía tienen la capacidad de negociar algunas mejoras en las condiciones de plazos o tipos de interés de las mipymes avaladas por la sociedad. Las empresas prestarias deben pagar una comisión de garantía y, con frecuencia, una comisión de estudio, además de hacer su aporte al capital de las SGR.

En caso de que la empresa no proceda a pagar el crédito, el banco, una vez cumplidos los requerimientos establecidos en el convenio con la sociedad de garantías, reclamará el reembolso del porcentaje correspondiente del préstamo en mora. Es la sociedad la que, en función de la mayor o menor cobertura del riesgo de impago, tendrá la responsabilidad de recuperar a los morosos y fallidos².

c) Garantías a entidades intermedias e instituciones de microfinanzas

Una modalidad particular es la de las garantías otorgadas por entidades públicas o privadas, como también agencias donantes de cooperación, por las que garantizan la cartera de instituciones de microfinanzas (IMF), para que éstas obtengan recursos financieros de otras fuentes y poder así aplicarlos a créditos para microempresas. En este caso las microempresas beneficiarias de la garantía acceden al microcrédito en las condiciones propias de microfinanzas y la garantía de la cartera es utilizada por la IMF que no capta depósitos, para obtener recursos de otras fuentes,

normalmente créditos bancarios. De hecho la literatura que revisa este tipo de experiencias, al estar más vinculada a las particularidades microfinancieras, y a su forma de operación a través de entidades mayoritariamente no bancarias, está algo separada de la que analiza los sistemas de garantías de crédito bancario³.

d) Seguros de crédito

La figura de seguro de crédito es diferente de la de garantía ya que esta figura cubre riesgos específicos de la operación crediticia, cuya probabilidad de ocurrencia pueda ser objetivamente medible mediante técnicas actuariales. Así, el seguro de crédito puede cubrir, por ejemplo, el riesgo de muerte o incapacidad del empresario, el riesgo del tipo de cambio, o incluso el riesgo comercial en el caso de firmas exportadoras. Pero las compañías de seguros no han llegado a entrar en la medición de los riesgos de impago de un crédito, dado lo difícil que resulta medir la probabilidad de decisiones y conductas empresariales. Sin embargo, en la práctica, las técnicas de credit scoring, cada vez más aplicadas a micro y pequeñas empresas, y también de uso más generalizado, abren la posibilidad de poner el seguro de crédito al alcance de las compañías aseguradoras⁴.

e) Otros programas de mitigación del riesgo de la cartera de crédito a mipymes

En los últimos años se ha generalizado una nueva fórmula de

garantizar el crédito a las mipymes. Esta consiste fórmula en garantizar no un porcentaje de la cartera de crédito sino el 100% de lo que en términos se considera las “primeras pérdidas”, o pérdida esperada, calculada mediante las técnicas paramétricas establecidas en el Acuerdo de Basilea II para la estimación del riesgo de las carteras de crédito. De esta forma el sector público cubre el riesgo de los bancos de prestar a las mipymes durante un ejercicio económico, siempre que ese riesgo no supere el que cabe esperar de cada cartera. Si ocurre una pérdida menor de la esperada, el fondo público no necesitará aplicarse en su totalidad. Si la pérdida de la cartera asegurada es superior a la esperada, el banco deberá asumir ese exceso de la pérdida. La mecánica de este tipo de garantía permite administrarla por programas temporales que se apliquen hasta lograr los objetivos determinados⁵.

² Los países en que están funcionando las sociedades de garantía son Argentina, Venezuela y El Salvador.

³ Ejemplos de análisis de este tipo de modalidad se pueden encontrar en López y Angulo (2005) y Flaming (2006).

⁴ La única experiencia relevante en la región de utilización de seguros de crédito fue la desarrollada por la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), Chile, con su programa de “Cupones de Bonificación de Seguros de Crédito, CUBOS”. La evaluación del programa no fue favorable y fue cancelado.

⁵ El único caso avanzado de esta modalidad en la región es el desarrollado en México por la Secretaría de Economía, con FUNDES primero y Nacional Financiera (NAFIN) después. La experiencia es todavía reciente y es pronto para definirlo como un modelo consolidado.

f) Garantías de segundo piso o reafianzamiento

El reafianzamiento tiene sentido en los casos de sistemas de garantías consolidados, en los que una pluralidad de entidades de garantía de primer piso se acerca a los límites de apalancamiento autorizado y encuentran en el reafianzamiento una forma alternativa de poder aumentar sus operaciones sin tener que recurrir al aumento de capital. Sin embargo, el reafianzamiento también puede aplicarse a fondos de garantías que muestran un desempeño comprobablemente aceptable para, igualmente, aumentar el apalancamiento autorizado de los fondos de garantía⁶.

Los sistemas de garantía en América Latina

Los sistemas de garantía de la región muestran una alta heterogeneidad. No sólo responden a los dos modelos institucionales básicos, fondos y sociedades de garantía, sino que en cada modelo se pueden encontrar experiencias bien diferentes.

El cuadro 1 permite percibir algunas de las diferencias del volumen de operaciones e impacto de los sistemas de garantías en ocho países analizados en el estudio anteriormente mencionado.

En general los fondos de garantías tienen un alcance más amplio en cuanto al número y volumen de operaciones y número de empresas beneficiarias; afectan a empresas relativamente más pequeñas; y alcan-

zan niveles de apalancamiento más alto. Las sociedades de garantía son en su totalidad de carácter mutual o recíproco; tienen una clientela más reducida, de empresas de tamaño más mediano que pequeño; y todavía, por diferentes razones, no han alcanzado niveles de apalancamiento que justifiquen el capital invertido en ellas o en esquemas de reafianzamiento. Se trata, por lo tanto, de diferentes modelos que focalizan una clientela diferenciada.

A partir de la diversidad de las experiencias de la región no es posible deducir que exista un modelo a imitar en los demás países ya que la adicionalidad de cada uno de los sistemas todavía no se ha demostrado. El caso de FOGAPE en Chile es el que más ha avanzado, tanto en impacto aparente como en esfuerzos de evaluación y en hallazgo de indicios parciales de adicionalidad. Pero, al mismo tiempo, hay que reconocer que el grado de desarrollo del sistema financiero de Chile, así como otras condiciones de su clima de negocios son también más favorables en ese país que en la mayoría de los otros de la región.

Algunos rasgos comunes a los sistemas de garantías estudiados son los siguientes:

- Los sistemas de la región han crecido a partir de 2000, coincidiendo con la alta liquidez predominante en el sistema financiero. La disponibilidad de liquidez induce a los bancos a orientarse más hacia el mercado de empresas más pequeñas,

con las que no están acostumbrados a trabajar y en las que han encontrado un nuevo segmento de mercado que puede ser rentable. En el mismo sentido, debe señalarse que la expansión de los sistemas de garantía ha ocurrido en una fase expansiva del ciclo económico con baja morosidad.

- La regulación y la supervisión financiera de las entidades de garantía contribuyeron de forma decisiva a su manejo más profesional y transparente, logró que las garantías otorgadas redujeran la necesidad de provisionar los créditos a mipymes, y generó confianza e interés entre los bancos en la utilización de los sistemas de garantía.
- Sin embargo, el peso de los sistemas de garantía dentro del crédito bancario del sistema no pasa de ser residual, salvo en Chile y Colombia.
- La capitalización del sistema ha sido principalmente, y casi siempre exclusivamente, pública.
- Los fondos de algunos países han alcanzado un cierto nivel de sostenibilidad financiera, lo que demuestra que es posible llegar a ese punto.
- Los beneficiarios son fundamentalmente micro y pequeñas

⁶ Aunque existen varios fondos de reafianzamiento creados en los países de la región que tienen sociedades de garantía recíproca, ninguno de ellos está operando más que a niveles testimoniales. Sin embargo, sí se han realizado operaciones de reafianzamiento en el caso del Fondo Nacional de Garantías de Colombia.

Cuadro 1. Resumen de los sistemas nacionales de garantía de la región

	Argentina	Brasil	Chile	Colombia	El Salvador	México	Perú	Venezuela
Supervisión bancaria	SI (aunque la SEPYME es el principal supervisor)	NO	SI	SI	SI	NO	SI	SI
Modalidad de concesión de las garantías	Individuales + Cartera	Cartera	Cartera	Cartera	Garantía directa	Pérdida esperada (SPYME - Fundes) + Cartera (NAFIN)	Cartera	Garantía directa
Volumen de las garantías (2004) (Importes en millones US\$)	85	FGPC 129 FUNPROGER 361 FAMPE 1,3	332	367	10,6	n.d.	63	13,9
Volumen de créditos garantizados (2004) (Millones de US\$)	85	FGPC 176 FUNPROGER 453 FAMPE 2,6	472	712	n.d.	NAFIN 995 SPYME991	147	n.d.
Número de operaciones (2004)	4.351	FGPC 1143 FUNPROGER 72,657 FAMPE 257	34.221	102.930	227	NAFIN	60.475	SOGAMPI 337 Resto SGR 346 Reafianza miento 180
Cobertura (%)	100	FUNPROGER y FGPC Máx. 80% FAMPE 50%-80%	Máx. 80%	Depende del destino y producto: 50%-80%	100% (incluye intereses)	Máx 75% Pérdida esperada máx. 2,4%	Máx. 50%	Máx. 80%
Crédito movilizado promedio (US\$)	18.379	FUNPROGER 6.235 FGPC 153.981 FAMPE 10.117	13.796	Institucional 902 Cartera 6.939	46.696	n.d.	2.431	n.d.

n.d.- Datos no disponibles

Notas.- SEPYME (Secretaría de Pequeña y Mediana Empresa y Desarrollo Regional - Argentina); FGPC (Fondo de Garantía para la Promoción de la Competitividad -Brasil); FUNPROGER (Fondo de Garantía para la Promoción del Empleo y la Renta - Brasil); FAMPE (Fondo de Garantía para la Micro y Pequeña Empresa - Brasil); NAFIN (Nacional Financiera - México) ; SPYME (Subsecretaría de Pequeña y Mediana Empresa - México), Sociedad Nacional de Garantías Recíprocas para la Mediana y Pequeña Empresas - Venezuela).

Fuente: Llisterri y otros (2006)

empresas y, en menor medida, medianas empresas. El monto promedio del crédito garantizado varía entre los US\$2.400 y los US\$18.000. En algunos países el mismo producto de garantía de cartera se ha aplicado a instituciones microfinancieras, tanto reguladas y bancos especializados como instituciones microfinancieras no reguladas, e indirectamente a microempresas.

- Salvo excepciones, las entidades financieras requieren de garantías adicionales a las facilitadas por el sistema, ya que éstas ofrecen una cobertura inferior al 100% de importe del crédito. Sólo en los casos en los que la cartera financiada es de microcréditos se ha apreciado que el aval del sistema actúa con frecuencia como garantía única.

Además de los rasgos comunes o generalizados entre los sistemas de garantía de la región, existen también marcadas diferencias en la forma de operar y el impacto de cada uno de los sistemas. Entre los casos estudiados cabe destacar los fondos de garantía de Chile y Colombia, y el programa de cobertura de la pérdida esperada de México por el mayor impacto que tienen entre las pequeñas empresas.

Lecciones aprendidas

La regulación y supervisión de las entidades de garantía como entidades financieras es la base

fundamental sin la cual cualquier experiencia puede desviarse y resultar en importantes pérdidas o uso inadecuado de los fondos destinados a su respaldo. La regulación no garantiza el éxito del sistema pero reduce el riesgo de grandes fracasos.

La regulación adecuada del sistema permite también poner los incentivos adecuados, tanto para las instituciones financieras como para las propias entidades de garantía y las empresas prestatarias. En la medida en que las entidades que otorgan garantías se encuentran supervisadas y la normativa otorga la máxima calificación de calidad a las garantías emitidas, las instituciones financieras podrán eliminar o reducir las provisiones por los créditos que concedan a las mipymes garantizadas. Este tipo de incentivo es determinante para los bancos. Por una parte, da confianza que las garantías tienen un alto grado de liquidez, lo cual, si se las compara con cualquier otro tipo de colateral cuya ejecución puede implicar gastos y retrasos judiciales, las hace atractivas por sí mismas. Por otra parte, les permite desarrollar actividad crediticia sin tener que inmovilizar recursos, lo que da una ventaja económica directa muy efectiva y medible. Además, al tener una parte del crédito garantizado, pueden adentrarse en un segmento de mercado de crédito nuevo, con menor riesgo del que tendrían en ausencia del sistema. Sin embargo, para que estos incentivos desempeñen su papel positivo deben estar contenidos en límites que eviten posibles

conductas negligentes, tanto de los bancos como de las empresas.

En este marco el papel del sector público y del sector privado puede definirse con claridad. El sector público tiene la responsabilidad de regular el sistema de garantías, crear los incentivos adecuados para que los bancos privados tomen parte activa del mismo, y supervisar las entidades de garantía. Igualmente, el debe crear un clima adecuado para la actividad crediticia en temas como la protección de los derechos de los acreedores, los registros de sociedades y de propiedad mueble e inmueble, las garantías prendarias, el sistema judicial de recuperación de deudas y las oficinas de información de crédito. Otro papel del sector público puede ser el de crear y capitalizar entidades de garantía, siempre bajo el supuesto de su regulación y supervisión, transparencia, profesionalidad en la gestión, decidida participación del sector financiero privado en las operaciones a garantizar, y sostenibilidad financiera. Por medio de las entidades de garantía el sector público comparte los riesgos de la actividad crediticia de la banca comercial con las pequeñas empresas. Queda por definir si la actuación pública debe limitarse a programas temporales de puesta en marcha de los sistemas, que deberán después mantenerse por sí solos, o si requieren de un apoyo de largo plazo, con un horizonte temporal todavía difícil de delimitar.

En el sector privado, los protagonistas son los bancos y las empresas. Los bancos comparten con

las entidades de garantía el riesgo inherente de prestar a las mipymes, pero asumiendo un riesgo cada vez mayor a medida que van aprendiendo a administrar el riesgo de una cartera de crédito a mipymes. La incorporación de técnicas crediticias como el *credit scoring* y la gestión de riesgo a que apuntan las normas de Basilea II permitirá una aplicación más eficiente de cualquier esquema de garantías de crédito. Por otra parte, las empresas clientes de los sistemas de garantía deben aprovechar la oportunidad de acceder al crédito bancario para construir un historial de crédito que les permita convertirse en sujetos de crédito de forma permanente, sin necesidad de respaldo de garantías aportadas por el sector público.

Finalmente, antes de plantear la constitución de un nuevo sistema de garantías deben de analizarse las barreras de acceso al crédito, estudiar qué medidas alternativas pueden mejorar ese acceso de manera más efectiva; definir objetivos cuantitativos y métodos de seguimiento, evaluación de impacto y adicionalidad; y tomar distancia de las presiones de carácter político que con frecuencia acompañan a este tipo de programas.

EN LAS PRÓXIMAS EDICIONES

- ▶ **Gestión de riesgo en mercados financieros rurales**
- ▶ **Titularización de carteras de microfinanzas**

Referencias

- Banco Interamericano de Desarrollo. 2005. Acceso de las pequeñas y medianas empresas al crédito. En *Desencadenar el crédito: cómo ampliar y estabilizar la banca*. IPES 2005. Washington, D.C.
- Flaming, Mark. 2006. *Guaranteed Loans to Microfinance Institutions: How Do They Add Value?* Focus Notes No. 40. A publicarse. Consultative Group to Assist the Poor, Washington, D.C.
- Llisterri J.J., A. Rojas, P. Mañuecos, V. López Sabater, y A. García Tabuenca A. 2006. *Sistemas de garantía de crédito en América Latina: orientaciones operativas*. Washington, D.C.: Banco Interamericano de Desarrollo.
- López, C y J. de Angulo. 2005. Bridging the Finance Gap: *ACCION's Experience with Guarantee Funds for Microfinance Institutions*. Insight # 15. ACCION International, Washington, D.C.

Bio



Juan José Llisterri es Especialista Principal de Desarrollo Empresarial en la División de Micro, Pequeña

y Mediana Empresa del Banco Interamericano de Desarrollo, donde coordina el área de desarrollo de programas. Antes de incorporarse al BID fue Director General de la Pequeña y Mediana Empresa, Ministerio de Industria de España, presidió la sociedad de reafianzamiento de garantías de crédito, fué miembro del directorio del Instituto de Comercio Exterior (ICEX) y del Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial (CDTI), y representó a España en la Unión Europea y la OCDE. También ha sido Gerente General del Instituto Madrileño de Desarrollo (IMADE). Es licenciado en Derecho y en Economía por la Universidad de Deusto, habiendo ampliado estudios de maestría y realizado investigaciones en la Keller School of Business Administration, Chicago, y en la Universidad de California, Berkeley.



Banco Interamericano de Desarrollo

División de Micro, Pequeña y Mediana Empresa. B-0800
Banco Interamericano de Desarrollo
1300 New York Ave., N.W., Washington, DC 20577

Website: <http://www.iadb.org/sds/mic>

Fax: (202) 623 2307 • E-mail: mipyme@iadb.org

Microempresa Informe de Avances

Editor: *Sergio Navajas*.

Otros contribuyentes: *Graciela Testa, Ana Filonov y Raquel Trigo*

Las opiniones expresadas son de los autores y no representan necesariamente la posición oficial del Banco Interamericano de Desarrollo.