

Las microfinanzas

Creación simultánea de impacto social y valor comercial

Michael Chu

Las microfinanzas son la variante más conocida y exitosa de los negocios inclusivos. Cuando el otorgamiento de servicios financieros de bajos montos a personas emprendedoras del sector informal de la economía se convierte en un negocio de rentabilidad superior, se hace posible que algo iniciado por organizaciones no gubernamentales, o personas y empresas filantrópicas se convierta en un componente efectivo del arsenal básico contra la pobreza.

EL SURGIMIENTO de los negocios inclusivos —iniciativas del sector privado dirigidas a los segmentos de bajos ingresos— en la conciencia empresarial y académica coincide con el conocimiento y la aceptación de las microfinanzas: servicios financieros para la base de la población que constituye la mayor parte de la humanidad. Este hecho no es casual. Las microfinanzas son el ejemplo de éxito más visible de los negocios inclusivos. Hoy cuenta con el apoyo generalizado de prácticamente todos los grandes actores del mundo desarrollado: agencias internacionales, gobiernos y muchas de las ONG más reconocidas. Este interés se deriva fundamentalmente del convencimiento de que las microfinanzas han logrado lo que hasta hace poco parecía una quimera: la creación simultánea de impacto social y rentabilidad económica.

La industria de las microfinanzas

Las microfinanzas modernas surgen a comienzos de la década de los setenta, en América Latina y Asia. En 1971, la ONG Opportunity International otorga sus primeros préstamos en la base de la pirámide en Colombia. En 1973, otra ONG, ACCION International, hace lo mismo en Recife, Brasil, y al poco tiempo se dedica exclusivamente a esta actividad. En Indonesia, un sastre emprendedor establece el Bank Dagang Bali en 1970, para atender las necesidades de ahorro y préstamo de su comunidad de bajos ingresos. En 1976, luego de prestarle pequeñas sumas a la gente pobre alrededor de su universidad, un profesor de economía en Dhaka, Bangladesh, inicia lo que será el Banco Grameen. Todas estas iniciativas ocurren independientemente, sin conocimiento mutuo. Nadie piensa remotamente que es el comienzo de una industria.

En la metamorfosis de esa actividad filantrópica en una actividad comercial América Latina termina liderando el proceso. En la década de los ochenta, las ONG más efectivas de la red de ACCION logran alcanzar el punto de equilibrio y en 1992 se establece el Banco Solidario S.A. de Bolivia, conocido mundialmente como BancoSol, el primer banco de América Latina regulado por las autoridades bancarias de su país, que cumple las normas de cualquier institución bancaria, pero con la diferencia de que todos sus clientes provienen de los sectores previamente excluidos. BancoSol resulta ser la vanguardia de una serie de bancos y compañías financieras dedicadas a las microfinanzas, que se establecen en la región a lo largo de los años noventa y logran el éxito. Esta lista incluye a los bancos del grupo Procredit en Bolivia y Nicaragua; Mibanco, Banco del Trabajo y Edypme Crear Arequipa en Perú; Banco Solidario y Credifé (Banco Pichincha) en Ecuador; BanGente en Venezuela; y Compartamos Banco en México.

Estas organizaciones y otras, acompañadas por algunas ONG como el Banco de la Mujer de Colombia, logran alcanzar resultados financieros netamente comerciales (Marulanda y Otero, 2005). Han demostrado, a lo largo del tiempo, que un negocio inclusivo puede cumplir los tres requisitos imprescindibles para ser considerado legítimamente un negocio: capacidad para cubrir todos los costos con los ingresos propios de la actividad, generar un excedente en forma consistente y obtener una rentabilidad igual o superior a las de otras actividades comerciales de riesgo similar (Chu, Winter y Spring, 2007).

Las microfinanzas comerciales están presentes también en otras partes del mundo, si bien tienen mayor difusión en América Latina. En la India, por muchas décadas, las microfinanzas eran realizadas por ONG sin fines de lucro y dependientes de donantes. Sin embargo, con el fin del *license Raj*—el régimen de la post-independencia en el cual virtualmente todo debía pasar por la burocracia pública—, y la consiguiente liberalización del marco económico-financiero, las microfinanzas indias pasan a ser dominadas por organizaciones de enfoque comercial, rentables y de alto crecimiento. Un ejemplo es SKS Microfinance, con una expansión tan rápida que quizás hoy sea el banco de microfinanzas más grande del mundo en número de clientes. Ese galardón, en términos del volumen de cartera, tanto en ahorros como en préstamos, lo ha obtenido por mucho tiempo el Bank Rakyat, de Indonesia, un coloso de la industria con un perfil público consistentemente bajo que, al emitir acciones al mercado internacional en 2003, mostraba un retorno sobre patrimonio del 38 por ciento. África tiene también sus ejemplos de microfinanzas comercialmente exitosas, como lo demuestra en Uganda Microfinance Limited y Equity Bank en Kenya. Lejos de ser una lista exhaustiva, estos son sólo ejemplos de una lista creciente.

Para entender hasta dónde han avanzado las microfinanzas, como expresión de negocios inclusivos, es necesario volver a América Latina. A la vanguardia se encuentra Compartamos Banco, que tiene su origen en la iniciativa de una ONG social de México que, en busca de algo nuevo, implanta, en 1990, un programa de préstamos rurales en Chiapas y Oaxaca, las zonas más empobrecidas de la nación. En unos años, los esfuerzos iniciales llegan a varios miles de clientes: un éxito como ONG, pero todavía insignificante ante la realidad social mexicana. Con el fin de alcanzar una dimensión que realmente incida en la problemática nacional, y frustrada ante la incesante y agobiante búsqueda de donaciones, al cruzar el punto de equilibrio, Compartamos acepta la prédica de ACCION: la escala masiva requiere acceso a los mercados de capital, y éste sólo puede lograrlo cabalmente una institución financiera formal y regulada. En 1998, con los recursos de ACCION y un grupo de inversionistas mexicanos, la ONG aporta los activos de su programa de microfinanzas y acumula el capital suficiente para solicitar una licencia de sociedad financiera de objetivo limitado (Sofol). La licencia es aprobada en el año 2000, y Compartamos Sofol comienza a operar con socios accionistas, regulada por las autoridades bancarias y como parte del sector financiero privado de México. Luego de varios años de éxito, en 2006 obtiene la licencia de banca universal.

Compartamos Banco tiene cuatro líneas de negocios, la mayor de ellas es su cartera de préstamos Generadora de Ingresos: créditos rurales otorgados a grupos de doce a cincuenta mujeres, que se garantizan mutuamente y se reúnen semanalmente con el representante de créditos de Compartamos. En estas sesiones, las clientes dan constancia de su cumplimiento con el repago semanal a Compartamos, así como del ahorro semanal con el que se han comprometido. Los préstamos tie-

nen un plazo de 16 semanas y van de 80 a 1.800 dólares, con un saldo promedio por debajo de 500 dólares. Esto constituye más del noventa por ciento de la cartera de préstamos del banco. El resto se compone de créditos adicionales a los clientes más exitosos de la línea Generadora de Ingresos y créditos en zonas urbanas, tanto grupales como individuales, siempre dirigidos a la base de la pirámide. Adicionalmente, el banco ofrece seguros de vida y préstamos de vivienda.

Al 31 de diciembre de 2006 el banco tenía cobertura nacional (29 de 32 estados), una cartera de 616 mil clientes activos y un saldo total de 217 millones de dólares. Por varios años, la cartera creció a un ritmo anual del cincuenta por ciento, manteniendo la calidad de los activos. En 2006, la cartera morosa

Las microfinanzas son el ejemplo de éxito más visible de los negocios inclusivos. Hoy cuenta con el apoyo generalizado de prácticamente todos los grandes actores del mundo desarrollado

superior a treinta días fue 1,1 por ciento; y la tasa de pérdida, 0,6 por ciento. En ese año, el retorno sobre patrimonio fue 56 por ciento, una tasa que el banco venía manteniendo por varios años. En abril de 2007, Compartamos emitió por primera vez acciones en la bolsa de valores de México: los accionistas del banco pusieron el treinta por ciento de sus acciones a disposición del público. La emisión tuvo un exceso de demanda de trece veces, por parte de inversionistas de Estados Unidos, Europa y América Latina, y el mercado terminó otorgando al banco una valuación de 1.530 millones de dólares. Nueve años antes, la inversión para crear la institución financiera regulada fue de seis millones de dólares.

Desde entonces, a pesar de la crisis financiera global, Compartamos Banco ha mantenido su gestión. Mientras que los mercados de capitales del mundo y los grandes bancos globales entraban en crisis en octubre de 2008, Compartamos reportó un cuarto trimestre de 2008 superior al del año previo y un año 2008 récord. Al 30 de junio de 2010, el banco tenía una cartera de préstamos alrededor de 670 millones de dólares, con un aumento en las utilidades del 46 por ciento con respecto a los doce meses anteriores y un retorno promedio sobre el patrimonio de 42,3 por ciento. Compartamos ha continuado su penetración de la base de la pirámide, con 1.625.000 clientes activos: 2,6 veces la cartera de clientes que tenía a finales del año anterior a la emisión pública de acciones. El saldo promedio de los préstamos sigue siendo de poco más de 400 dólares. Al cierre del 23 de julio de 2010, el precio por acción de Compartamos fue 73,72 pesos, frente a 40 en el momento de su salida al público. El resultado fue una valuación alrededor de 2.400 millones de dólares. Compartamos forma parte hoy del índice de la bolsa mexicana.

La magnitud del éxito de Compartamos no es generalizable, pero sí lo es el acceso a las bolsas de valores de las mejores organizaciones de microfinanzas del mundo. SKS Microfinance de la India emitió acciones al público por primera vez en julio 2010 y obtuvo una valuación de 1.600 millones de dólares.

Del retorno financiero al impacto social

Para determinar el éxito comercial de una iniciativa, se dispone de conceptos respaldados por años de consenso intelectual y, en última instancia, con el resultado tangible de las decisiones reales de consumidores e inversionistas en sus respectivos mercados. Sin embargo, para conectar el éxito

comercial con beneficios específicos y significativos para la sociedad, más allá de los que generaría cualquier empresa exitosa, no existe la misma claridad. La medición del impacto social es hoy un tema de enorme interés, pero es un área donde no existe un consenso general en cuanto a su definición ni, por ende, en cuanto a las mediciones relevantes y

Un negocio inclusivo puede cumplir los tres requisitos imprescindibles para ser considerado legítimamente un negocio: capacidad para cubrir los costos con ingresos propios, creación de un excedente monetario de modo consistente y obtención de una rentabilidad igual o superior a la producida por otras actividades comerciales de riesgo similar

los métodos para hacerlas. Es necesario, por lo tanto, antes de juzgar la capacidad de las microfinanzas para crear valor social, hacer explícita la perspectiva que se utilizará.

De todas las maneras posibles de interpretar el impacto social, es importante aclarar que este ensayo le asigna prioridad al efecto sobre la pobreza, definida como la falta de acceso a los bienes y servicios que determinan en forma fundamental las oportunidades de vida de las personas y sus familias: educación, atención médica, vivienda, nutrición y servicios básicos como agua, energía y, en el mundo de hoy, telecomunicaciones. La pobreza es demasiado compleja para ser resuelta por una sola intervención; pero un grupo selecto de intervenciones, entre las cuales se encuentran las mencionadas, y a las cuales no hay que agregar muchas más, tiene un impacto tan grande que constituye el arsenal básico para luchar contra la pobreza. Así, la primera pregunta relevante sobre el impacto social de las microfinanzas es cómo afectan el acceso a este arsenal.

Sólo un selecto grupo de países desarrollados (principalmente, Estados Unidos, Canadá, Europa Occidental, Australia, Nueva Zelanda y Japón) cuenta con un sistema de seguridad social capaz de proveer a los sectores de bajos ingresos un acceso efectivo a los servicios básicos de la sociedad. En los demás países del mundo, lo poco que tienen los pobres se lo han pagado ellos mismos: cuanto más pobre el país, menor es la proporción de los gastos en servicios básicos que proviene del sector público.

El área de salud es ilustrativa. En los países más desarrollados, la proporción del gasto médico nacional que paga el Estado se acerca al ochenta por ciento; mientras que en un país de ingresos medios como México la proporción baja al 44 por ciento, y en la India el sector público representa solamente el 25 por ciento del gasto en salud (World Bank, 2006). Adicionalmente, aun cuando sea gratis, el servicio puede resultar sumamente costoso para el pobre. Prácticamente en todos los países de América Latina, la constitución confiere al ciudadano el derecho de acceder a atención y medicamentos, independientemente de su condición económica. En la realidad de la calle esto se traduce en servicios de salud pública que someten al pobre a varias horas de espera, muchas veces hasta para concretar la fecha y la hora de la primera cita. Para un profesional en la nómina de una empresa o una dependencia pública, la espera médica no afecta su ingreso familiar; pero, para una señora que alimenta a su familia con las ventas de un puesto al aire libre, la demora representa un golpe sensible a su ingreso diario. Y cuando busca las medicinas gratis de la farmacia de salud pública,

muchas veces ésta se encuentra sin inventario. En México, la falta de inventario se ha calculado en 82 por ciento del tiempo (González Pier y González Hernández, 2004).

La presencia de mercados en áreas que normativamente son del sector público —pero que, por diversas razones, al gobierno le resulta difícil atender en forma efectiva— se extiende en mayor o menor grado a todos los demás componentes del arsenal básico. La educación es otro ejemplo que muchos todavía encuentran sorprendente: la presencia de escuelas privadas en los barrios de menores ingresos y su crecimiento es un hecho cada vez más estudiado en Asia y África (Tooley, 2005; Tooley y Dixon, 2005; Andrabi, Das, Khwaja, Vishwanath y Zajonc, 2007) y observable en América Latina.

Para las demás intervenciones no es novedad que las familias de menores ingresos accedan a ellas primordialmente a través de mercados comerciales, donde el intercambio se basa en la compra y venta de bienes y servicios. La mayor parte de la población del mundo mejora el entorno físico de su familia comprando cada mes ladrillos y cemento que un día se convertirán en una habitación nueva. La familia obtiene agua potable mediante garrafones adquiridos a un revendedor. La comida se cocina con la porción de aceite comprada esa misma noche en la tienda de la esquina. La llamada telefónica entra por un celular con tarjeta prepaga, que es como accede al servicio más del noventa por ciento de los usuarios de telefonía móvil en México.

Para participar en este proceso un setenta por ciento de la población económicamente activa del mundo genera sus ingresos en el sector informal o subterráneo de las economías (ILO, 2002). Sin estas actividades o, para decirlo de otro modo, si los sectores de bajos ingresos tuvieran que depender únicamente del sector público para acceder a los servicios básicos, las condiciones de la mayoría de la humanidad decaerían a tal punto que estaría en juego la supervivencia. Dado que las iniciativas productivas del sector informal son necesarias para la vida en la base de la pirámide (desde el autoempleo del carpintero o la mujer con un puesto en el mercado hasta los talleres de confección de prendas con cincuenta o más empleados), las condiciones en las cuales operan son de importancia vital. El crecimiento de una empresa, además de la bondad del bien o servicio ofrecido, depende de su capacidad para financiar el capital de trabajo y los activos fijos. Esto es tan cierto para las grandes empresas como para las microempresas. Las microfinanzas son el financiamiento de las actividades económicas del sector informal y ahí radica su impacto social.

Cuando las microfinanzas son desplegadas en forma efectiva, su impacto proviene de tres factores. En primer lugar, extienden el ingreso disponible en los sectores de bajo ingreso al reducir en forma significativa el costo de los servicios financieros utilizados tradicionalmente por el público: el prestamista local o el último eslabón de la cadena de distribución. Este costo puede ser reducido literalmente de más de mil por ciento al año a un 19 por ciento, la tasa imperante hoy en Bolivia. En segundo lugar, las microfinanzas amplían el poder adquisitivo del ingreso disponible en la base de la pirámide, al introducir productos financieros básicos requeridos por el público pero inexistentes, tales como seguros, créditos para el mejoramiento de viviendas, financiamientos a largo plazo para plantas productivas y servicios de remesas y pagos. En tercer lugar, aumentan el ingreso disponible en la base de la pirámide, al posibilitar el crecimiento de empresas exitosas, que se traduce en incremento de las utilidades del microempresario y crecimiento de su nómina (Chu, 2007).

Si se tiene en cuenta que el acceso de los pobres a los servicios básicos ocurre principalmente por medio de mecanismos de mercado, y no de una «red pública de seguridad social», es clave aumentar el ingreso disponible en los sectores de bajos ingresos. Por ello, las microfinanzas forman parte también del arsenal básico contra la pobreza. Pero, al señalar la importancia de las microfinanzas, es pertinente recordar que no todas las organizaciones del ramo son igualmente efectivas. Con la visibilidad adquirida en la última década, cientos de organizaciones han entrado a esta industria, desde ONG sin fines de lucro hasta entidades comerciales creadas con este único propósito. También han surgido nuevos proveedores de capital, además de la filantropía y las agencias de desarrollo, tales como fondos de pensión e inversionistas institucionales. Este auge ha oscurecido el hecho de que, de las más de diez mil organizaciones de microfinanzas activas en el mundo, las que definen la industria, las que tienen la mayor parte de los clientes y los activos, y las que generan las innovaciones más importantes, no pasan de un centenar (Chu, 2007).

En ausencia de donantes en este espacio, la mayoría de las organizaciones de microfinanzas se habría extinguido por la evolución natural de la industria. Como en toda banca, la clave del éxito está en saber seleccionar, entre quienes desean servicios financieros, a aquellos que puedan no sólo cumplir los compromisos contraídos con la institución financiera sino, además, seguir una trayectoria que les conduzca a aumentar sus ingresos y sus activos, y, así, cambiar las oportunidades de vida de sus familias.

Esta observación es hoy más relevante que nunca. La visibilidad de las microfinanzas ha impulsado a la academia a emprender estudios para evaluar su impacto social. Este esfuerzo es bienvenido; pero, para ser útil, es necesario que no caiga en simplificaciones o marcos teóricos alejados de la realidad ni en expectativas erróneas. Las microfinanzas, emprendidas por distintas organizaciones en todo el mundo, no son idénticas y, por lo tanto, los clientes microempresarios no enfrentan las mismas circunstancias ni se comportan del mismo modo. La generalización fácil suele ser, en consecuencia, incorrecta.

En el mundo empresarial convencional, para determinar el impacto económico del financiamiento para capital de trabajo, nadie exigiría que toda empresa que reciba este tipo de crédito fuese exitosa. De igual manera, el hecho de que no todo cliente de microfinanzas, aun los de las organizaciones líderes, deje de ser pobre significa que las microfinanzas no tengan impacto sobre la pobreza. En la secuela de la actual crisis financiera global, los denodados esfuerzos realizados en Estados Unidos y Europa para que el sistema financiero vuelva a ser un conducto de fondos para la pequeña y mediana empresa recuerdan que el financiamiento, si bien no es suficiente por sí solo, es absolutamente esencial para la activación económica.

Esto lleva a una segunda observación. Establecida la relación significativa entre las microfinanzas y la pobreza, es necesario determinar la óptica adecuada para analizar esta conexión. Varios puntos de vista son pertinentes: los de economistas, sociólogos, politólogos, profesionales del desarrollo, dirigentes de la sociedad civil, políticos, activistas y militantes, por mencionar sólo algunos. Pero, en términos de impacto social, la perspectiva más importante de todas es la aportada por la población objetivo: las personas de la base de la pirámide. Desde este punto de vista, la clave se resume en cuatro criterios:

1. Mejor: que la intervención (en este caso, las microfinanzas) llegue a los sectores de bajos ingresos en su versión más avanzada y mejorada.

2. Más barata: al menor costo posible para el usuario.
3. Universal: asequible para todo el que la quiera.
4. Urgente: que la pueda usar la generación del presente.

De acuerdo con estos criterios, ¿cómo evaluar la gestión de las microfinanzas?

El papel del sector comercial en la consecución de objetivos sociales

Desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, la humanidad nunca ha invertido más tiempo, talento y riqueza para combatir el flagelo de la pobreza. Sin embargo, los resultados son, en general, decepcionantes. Una comprobación de ello es la necesidad, luego de más de seis décadas de esfuerzos intensos y la creación de instituciones supranacionales como el Banco Mundial y los bancos regionales de desarrollo, de movilizar al mundo una y otra vez contra la pobreza. El ejemplo más reciente es el lanzamiento de los «Objetivos de desarrollo del milenio», por parte de la ONU.

Una de las principales causas de la lentitud del progreso radica en las limitaciones estructurales de los principales protagonistas en esta guerra contra la pobreza. Las mejores organizaciones de la sociedad civil—ONG y líderes de la comunidad que están en las primeras líneas de esta contienda—conciben ideas innovadoras que pueden cambiar el mundo, como en el caso de las microfinanzas. La filantropía privada y pública, por intermedio de individuos y fundaciones, apoyan esas ideas para que puedan convertirse en modelos concretos. A su vez,

Si se tiene en cuenta que el acceso de los pobres a los servicios básicos ocurre principalmente por medio de mecanismos de mercado, y no de una «red pública de seguridad social», resulta clave aumentar el ingreso disponible en los sectores de bajos ingresos

las agencias de desarrollo tratan de identificar los mejores modelos para probarlos en el campo mediante programas piloto. Sin embargo, ninguno de esos protagonistas, por su cuenta ni en conjunto, dispone de los medios para asegurar una escala suficientemente amplia y una permanencia suficientemente larga para cambiar una realidad social. Por eso, ante el éxito de un programa piloto, la tentación es apelar al Estado, para obtener del sector público la promesa de una escala nacional y la permanencia de una plataforma política.

Para el Estado, por razones bien conocidas, es muy difícil actuar como proveedor directo de bienes y servicios, con una eficacia continua (un modelo cada vez mejor) y una eficiencia continua (un modelo cada vez más barato). Desde esta perspectiva, la guerra contra la pobreza ha sido llevada a cabo por protagonistas que no han podido darles a sus intervenciones los cuatro atributos clave para vencer: gran escala, permanencia, eficacia y eficiencia. Sin éstos, no es realista extender intervención alguna (salud, educación o lo que sea) a la mayoría de la sociedad ni asegurar su disfrute no sólo para la generación actual sino también para todas las futuras. Por consiguiente, tampoco puede aspirarse seriamente a cumplir los cuatro criterios de éxito desde la perspectiva de la base de la pirámide: lo mejor, al menor precio, para todos y cuanto antes. El hecho de que las microfinanzas hayan podido hacerlo es la razón por la cual constituyen el mayor éxito de los negocios inclusivos.

En los mercados más dinámicos de microfinanzas los productos han evolucionado de los préstamos iniciales, simples y uniformes, a toda una gama que incluye créditos grupales e

individuales, para usos múltiples y especializados, con plazos de vencimiento diversos y segmentados por términos y condiciones; programas de ahorro; productos nuevos que hasta hace poco no se asociaban con las microfinanzas, tales como remesas y pagos, microseguros que cubren contingencias desde fallecimientos hasta desastres naturales y programas piloto de cobertura médica. En los mercados más avanzados de América Latina, otra característica común es la reducción inexorable de los precios: un proceso que en el caso de Bolivia ocurre sin interrupción desde 1998 y le ha dado a la base de la pirámide de ese país las menores tasas de América Latina (19 por ciento). La penetración del mercado en esos países ha sido espectacular y sostenida, con muchas organizaciones creciendo por encima

La clave del éxito está en saber seleccionar, entre todos quienes desean servicios financieros, a aquellos que puedan no sólo cumplir los compromisos contraídos con la institución financiera sino, además, seguir una trayectoria que les conduzca a aumentar sus ingresos y sus activos

del 25 por ciento —en algunos casos hasta un 50 por ciento— año tras año. En los países más pequeños, después de una década de organizaciones de microfinanzas reguladas, se ha llegado a considerar que en las ciudades más grandes el mercado está saturado, en el caso de los productos más básicos como créditos a corto plazo para capital de trabajo.

Este logro de las microfinanzas se basa en un hecho fundamental: el acceso a servicios financieros para la base de la pirámide está montado sobre una plataforma de negocios tan robusta que es capaz de producir una rentabilidad superior. Esto es clave por dos razones. La primera es que el sector empresarial comercial es la única vía por la cual la humanidad ha podido asegurar la existencia de un bien o un servicio que, consistente y simultáneamente, alcance gran escala, con permanencia a lo largo de generaciones y de manera eficaz y eficiente. Ésta es la gran contribución del capitalismo a la humanidad.

Pero este triunfo de la civilización no se logra gracias a una sola institución. Como lo comprueba constantemente la historia, toda empresa —por más exitosa que sea— está siempre sujeta a la complacencia, la arrogancia, el olvido de las raíces de su éxito, la tentación de crear monopolios, la burocracia, la incompetencia, el miedo al cambio. Las cuatro características de escala, permanencia, eficacia y eficiencia se logran mediante la formación de industrias: varias empresas que, a partir de la existencia de un mercado al cual atender, se abocan a hacerlo en competencia unas con otras. De este proceso salen las innovaciones que constantemente redefinen la oferta en precio, producto, distribución y conveniencia. Es más, una vez que un bien o servicio con impacto social puede ser comercializado, la única manera de asegurar que con el tiempo el valor agregado creado no se quede enteramente en manos de los inversionistas y de las empresas, y se siga compartiendo con los consumidores finales, es la competencia abierta e intensa.

La segunda razón por la cual es tan importante que las microfinanzas sean negocios exitosos es que la única forma de crear una industria consiste en generar una actividad económica y retornos superiores. Si la actividad fuera capaz de generar solamente retornos promedios (ni hablar de retornos inferiores), no tendría sentido empresarial alguno asumir el riesgo adi-

cional de lo nuevo, cuando se puede obtener lo mismo o más al hacer algo conocido. Hoy, las bases de la pirámide en Bolivia, Perú y México viven un momento en el cual es realista esperar que, en un día no muy lejano, los servicios financieros lleguen a todas las personas que puedan darles buen uso, y que esos servicios sean cada día más y mejores, y a un menor costo.

Este panorama, hasta hace poco impensable, se basa en que en Bolivia, por ejemplo, existen cuatro entidades de clase mundial que se disputan el privilegio de atender a clientes que hace veinte años vivían excluidos del sistema financiero. En Perú, de ser una actividad de unos pioneros aventureros en Lima y algunas ciudades del interior, de las 55 organizaciones reguladas por la Superintendencia de Bancos 44 se dedican a las microfinanzas. En México, en los tres años desde la emisión pública de las acciones de Compartamos Banco, las entidades involucradas en las microfinanzas pasaron de 200 a unas 800. Detrás de este proceso están las utilidades superiores de BancoSol, Mibanco y Compartamos. La creación de industrias es el papel social de la rentabilidad comercial.

En cuatro décadas de desarrollo, desde sus primeros días como ONG hasta el presente, cuando los bancos especializados de la industria se han convertido en las organizaciones más rentables y solventes de sus respectivos sistemas financieros nacionales, las microfinanzas han demostrado el potencial de los negocios inclusivos, no sólo como oportunidades comerciales sino también como componentes del arsenal básico en la guerra contra la pobreza. En el proceso, más allá de la responsabilidad social empresarial, las microfinanzas muestran también que los negocios inclusivos como instrumentos de cambio social adquieren mayor fuerza cuando transforman una actividad con impacto social en un negocio capaz de generar retornos superiores. ■

REFERENCIAS

- Andrabi, T., J. Das, A. I. Khwaja, T. Vishwanath y T. Zajonc (2007): *Learning and Educational Achievements in Punjab Schools (Leaps): insights to inform the education policy debate*. Washington, D. C.: The World Bank.
- Chu, M. (2007): «Microfinance: business, profitability and creation of social value». V. K. Rangan, J. A. Quelch, G. Herrero y B. Barton (eds.): *Business solutions for the global poor: creating social and economic value*. San Francisco: John Wiley and Sons.
- Chu, M. (2007): «Commercial returns at the base of the pyramid». *Innovations: Technology, Governance, Globalization*. Invierno y Primavera. Vol. 2, No. 1-2.
- González Pier, E. y A. González Hernández (2004): «Regulación saludable del sector farmacéutico». Comisión Federal de Competencia: *Competencia económica en México*. México: Porrúa.
- ILO (2002): *Key indicators of the labour market*. Ginebra: International Labour Organization.
- Marulanda, B. y M. Otero (2005): *The profile of microfinance in Latin America in 10 years: vision and characteristics*. Boston: ACCION International.
- Tooley, J. (2005): «Private schools for the poor». *Education Next*. Otoño.
- Tooley, J. y P. Dixon (2005): *Private education is good for the poor: a study of private schools serving the poor in low-income countries*. Washington, D. C.: Cato Institute.
- World Bank (2006): *World development indicators 2006*. Washington, D. C.: The World Bank Group.

Michael Chu

Profesor de Práctica Gerencial en la Escuela de Negocios Harvard, y director gerente de IGNIA Fund, Monterrey, México