

El papel a desempeñar por los financiadores en las finanzas responsables

La mayoría de los donantes e inversores que respaldan la inclusión financiera, lo hacen con el deseo de mejorar la calidad de vida de los sectores más pobres de la población. Últimamente, el movimiento hacia las finanzas responsables dio lugar a que la industria considere que los proveedores de servicios financieros tienen la responsabilidad de prestar servicios financieros de una manera transparente, justa, segura y con el objetivo de beneficiar a los clientes de menores ingresos¹. Hay dos dimensiones clave para la implementación de la agenda de las finanzas responsables: la protección de los clientes y el desempeño social.

La protección de los clientes es esencial para garantizar que los proveedores no dañen involuntariamente a sus clientes. Implica que los proveedores sean muy cuidadosos para que sus productos, políticas y prácticas eviten un tratamiento perjudicial o injusto y equilibren, de forma adecuada, los intereses de los clientes con los propios a medida que desarrollan la actividad comercial. Esta norma mínima que plantea no perjudicar a los clientes forma parte de la buena conducta comercial, independientemente de la misión específica, los objetivos de ganancias o la estructura de propiedad del prestador.

Para lograr el desempeño social, las entidades minoristas deben ir más allá de la norma de "no perjudicar" a los clientes, para medir y gestionar el progreso según una misión social específica, garantizando la conversión efectiva de la misión en beneficios para los clientes y un comportamiento adecuado con el personal, la comunidad y el medioambiente. Aunque las misiones sociales de estas entidades pueden variar, las metas sociales más comunes que persiguen los proveedores minoristas que tienen dos o tres objetivos finales son llegar a las personas marginadas, reducir la pobreza y capacitar a las mujeres.

Sin duda, las entidades minoristas son los actores centrales en la prestación responsable de servicios financieros. Existen tres estrategias complementarias que pueden ayudar a estas entidades a poner en práctica una agenda financiera responsable: (i) iniciativas industriales centradas en las normas, el conocimiento y el intercambio de información; (ii) políticas, regulación y supervisión para proteger a los consumidores; y (iii) esfuerzos por mejorar la concientización de los consumidores y la capacidad financiera.

¿Qué funciones pueden cumplir las entidades financieras?

Existen dos funciones principales que pueden cumplir los donantes e inversores para reforzar estas tres estrategias. En primer lugar, pueden incorporar las consideraciones de protección de los clientes y gestión del desempeño social en

sus propias inversiones y subsidios, implementando procesos de debida diligencia, documentos de políticas, acuerdos e informes anuales. En consonancia con su misión social, las entidades financieras pueden diferenciar a los proveedores minoristas con prácticas responsables que tratan bien a los clientes de aquellos que no lo hacen y financiar a los que poseen perfiles responsables. Hay varias herramientas disponibles para ayudar a las entidades financieras a evaluar a los proveedores². En segundo lugar, las entidades financieras pueden usar subsidios y asistencia técnica para reforzar las tres estrategias y ayudar a mejorar las prácticas y los productos, las políticas y la capacidad de los consumidores (ver Cuadro 1).

Normas industriales, conocimiento e intercambio de información

El objetivo final de las finanzas responsables es que todos los proveedores minoristas incorporen medidas para proteger a sus clientes y administrar el desempeño social de acuerdo con su misión social. A la larga, los proveedores se beneficiarán si adoptan las políticas, productos y prácticas responsables. Esto los ayudará a manejar mejor los riesgos, como por ejemplo, el sobreendeudamiento, proteger adecuadamente los intereses de los clientes y ofrecer una relación precio-calidad satisfactoria. Algunos estudios recientes han indicado que equilibrar el desempeño social y financiero puede ser un buen negocio³. No obstante, en el futuro inmediato, es posible que los proveedores, en cambio, se sientan incentivados a intentar aumentar la participación en el mercado, la eficiencia y las ganancias potenciales a costa de los intereses de los clientes. Las últimas experiencias en ciertos mercados competitivos demostraron la existencia de algunos riesgos relacionados con determinados patrones de competencia en los mercados recalentados⁴.

Las entidades financieras pueden ayudar a resolver estas tensiones a nivel minorista de tres formas. Primero, pueden compensar, con subsidios o asistencia técnica interna, algunos de los costos anticipados de la evaluación, el estudio de mercado, las actualizaciones de los sistemas, la capacitación del personal y la supervisión interna para mejorar las prácticas.

1 Los términos "proveedores de microfinanzas", "entidades minoristas" y "proveedores de servicios financieros" se emplean indistintamente en este informe para hacer referencia al rango de instituciones (bancos, instituciones financieras no bancarias, cooperativas, instituciones de microfinanzas, etc.) que brindan servicios financieros a las personas de bajos ingresos.

2 Consulte, por ej., el CGAP (2010), donde se incluye una lista de verificación que pueden usar los donantes e inversores al llevar a cabo la debida diligencia. Puede encontrar otras herramientas en los sitios Web de Smart Campaign (www.smartcampaign.org) y del Grupo de Acción Financiera Internacional (www.sptf.info).

3 Consulte Gonzalez (2010) y Dewez y Neisa (2009)

4 Consulte Chen, Rasmussen y Reille (2010).

Cuadro 1. Asistencia técnica para los proveedores

La organización Swiss Development Cooperation ofrece capacitación a los socios de instituciones de microfinanzas sobre cómo medir e informar sobre el desempeño social. La iniciativa de Subsidios Basados en el Desempeño de la IFC ofrece asistencia técnica (asesoría) a sus socios para fijar objetivos y estrategias sociales claras, desarrollar procedimientos y sistemas para lograr objetivos, monitorear los indicadores y evaluar el progreso, además de usar la gestión del desempeño social para mejorar el desempeño de las organizaciones.

Por ejemplo, algunas entidades financieras están realizando evaluaciones institucionales, u otorgándoles subsidios, a fin de identificar las debilidades de los sistemas y productos internos, como las políticas crediticias, las características de los productos, las herramientas de selección de objetivos o la gestión y los informes del desempeño social. Segundo, la nueva tendencia es que los inversores están ofreciendo condiciones de financiación favorables a los proveedores con perfiles más responsables que puedan demostrar la implementación de políticas sólidas para proteger a sus clientes y garantizar el desempeño social. La tercera medida que pueden tomar los donantes es solicitar informes transparentes de acuerdo con las normas industriales emergentes. Lo mejor sería que los beneficiarios enviaran informes a la plataforma mundial de MIX. Hasta la fecha, más de 400 instituciones microfinancieras (IMF) han proporcionado información a MIX sobre las medidas de protección de clientes y demás medidas de gestión del desempeño social⁵. La verificación mediante clasificaciones por parte de terceros de los datos informados por las propias instituciones puede servir para señalar las áreas en las que hay que mejorar, y las entidades financieras deben alentar este tipo de medidas. Partiendo de esta tarea de informes y transparencia, los donantes pueden financiar programas de reconocimiento, como premios para las IMF que implementen buenas prácticas (ver Cuadro 2).

Además del nivel minorista, las entidades financieras también pueden respaldar iniciativas para toda la industria y bienes públicos para atender a un sector más amplio. A nivel nacional, los subsidios pueden respaldar iniciativas en todos los sectores para concientizar, elaborar herramientas y capacitación y apoyar los procesos de evaluación y consulta necesarios para desarrollar normas industriales. Los subsidios también pueden ser útiles para construir y fortalecer la infraestructura de informes con el fin de lograr transparencia en el desempeño de los proveedores minoristas. Las iniciativas industriales principales, como Smart Campaign, el Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI) y Microfinance Transparency⁶ trabajan

Cuadro 2. Iniciativas para proveedores minoristas

Oikocredit ofrece una prima a las sociedades participadas que muestran un buen desempeño social, empleando una tarjeta de puntuaciones sobre sus prácticas en cuestiones ambientales, sociales y de gobierno (ASG). El “descuento de actualización social extraordinario” reduce la tasa de interés negociada en un 0,25-1 %, según el puntaje de la organización. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) creó el premio al desempeño social patrocinado por la Fundación Citi. El premio de US\$ 17.500 es un reconocimiento a las IMF que cumplen su misión teniendo en cuenta los objetivos de desarrollo establecidos respecto de los clientes y la institución y al mismo tiempo, mantienen la eficacia de las operaciones. Con ayuda de la Fundación Ford y la Fundación Michael y Susan Dell, MIX también se entrega un Premio al Informe del Desempeño Social que recompensa la transparencia de las IMF en lo que a su desempeño social se refiere.

conjuntamente con asociaciones y redes microfinancieras para probar herramientas en el terreno y capacitar a sus integrantes sobre las prácticas mejoradas de protección de los clientes y gestión del desempeño social. Entre quienes apoyan a Smart Campaign en la actualidad, se encuentran Credit Suisse, KfW y ECLOF. La Fundación Ford, la Agencia Suiza para el Desarrollo y Oikocredit son algunas de las agencias que respaldan las normas de desempeño social y las herramientas de desarrollo. Los subsidios y la asistencia técnica interna también pueden contribuir a crear infraestructuras fundamentales, como por ejemplo, los sistemas de información de créditos, iniciativa ampliamente apoyada por IFC, entre otros. Véase Cuadro 3.

Además, las entidades financieras pueden respaldar la investigación para comprender mejor a los clientes y el impacto de las diversas prácticas de los proveedores y las

Cuadro 3. Respaldo de las iniciativas industriales y los bienes públicos

La Fundación Ford es cofundadora del GAFI y fue pionera en materia de desempeño social. Colaboró con el desarrollo de los indicadores de desempeño social de MIX y con una herramienta de medición de la pobreza (el índice Progress out of Poverty Index). La Fundación Ford ayudó a impulsar la creación de calificaciones sociales, las cuales son uno de los requisitos para las IMF asociadas con la fundación. USAID financió el desarrollo de la Herramienta de Evaluación de la Pobreza. La Fundación MasterCard intensificó el apoyo de las iniciativas de Smart Campaign y de gestión del desempeño social en África Subsahariana.

⁵ Consulte Pistelli, Simanowitz y Thiel (2011).

⁶ MFTransparency recaba información sobre las tasas de interés a nivel microfinanciero, se calculan los porcentajes anuales y las tasas de interés efectivas y se publica material educativo sobre la fijación de precios a nivel microfinanciero. Smart Campaign une a los líderes microfinancieros en torno a la implementación de siete Principios de Protección del Cliente. El GAFI es el organismo normativo de la industria microfinanciera y el distribuidor de información para gestionar e informar sobre el desempeño social.

características de los productos. Varios fondos de inversión, como el European Fund for South Europe (ESFE) y Deutsche Bank Microfinance Fund, han colaborado en investigaciones para entender mejor el sobreendeudamiento de los clientes. Triodos y responsAbility cofinanciaron un estudio de la Universidad de Zúrich para determinar un índice de advertencia temprana y ayudar a evitar una crisis de sobreendeudamiento en los mercados microfinancieros.

Políticas para proteger a los consumidores, regulación y supervisión

En 2010, la regulación de la protección de los consumidores y la alfabetización financiera fueron las dos políticas reformadas que más se citaron en un estudio sobre la inclusión financiera mundial de 142 economías (CGAP y el Banco Mundial 2010). El Grupo de los 20, en la cumbre de Toronto en junio de 2010, también incluyó la protección de los consumidores en sus nueve Principios para una Inclusión Financiera Innovadora⁷.

Las entidades financieras pueden respaldar las mejoras en un entorno propicio para la protección financiera de los consumidores que complementen y refuercen las iniciativas de la industria. Por ejemplo, los reguladores del sector financiero pueden exigir medidas que mejoren la efectividad de la divulgación bien calibrada y el manejo de quejas para brindarles a los consumidores pobres y más vulnerables transparencia, elección, compensación y privacidad⁸. Las entidades financieras como GIZ, KfW, Luxemburgo, Suiza, USAID y el Banco Mundial respaldaron diagnósticos a nivel nacional para aclarar asuntos prioritarios de protección de los consumidores en mercados específicos y asistencia continua para implementar recomendaciones y crear capacidad normativa (véase Cuadro 4). Los subsidios y la asistencia técnica se pueden emplear para redactar o enmendar leyes y reglas, fortalecer el cumplimiento de la ley o crear la función de defensoría del pueblo para solucionar las diferencias.

Cuadro 4. Respaldo de los diagnósticos de protección de los consumidores

La GIZ, una agencia de colaboración técnica alemana, llevó a cabo diagnósticos nacionales en cuatro países africanos sobre las tres estrategias financieras responsables: autorregulación industrial, regulación y supervisión de la protección del consumidor y capacidad financiera. Actualmente, trabaja con partes interesadas en la implementación de las recomendaciones en esa área.

La Fundación Bill y Melinda Gates financió la Alianza de Inclusión Financiera, una red de pares de bancos centrales y otros organismos financieros reguladores en países en desarrollo, que tiene entre sus prioridades, proteger a los consumidores.

Concientización y capacidad financiera de los consumidores

Es poco probable que las medidas prosperen a nivel minorista y de políticas si los consumidores no conocen sus derechos y responsabilidades. Las entidades financieras pueden servir para respaldar el nuevo campo de capacidad financiera que tiene como objetivo desarrollar la combinación de conocimientos, capacidades, actitudes y en especial, comportamientos que los consumidores necesitan para tomar decisiones financieras personales sensatas. Muchos proveedores de servicios financieros con fines sociales ofrecen capacitación sobre alfabetización financiera para ampliar el conocimiento de los clientes y que aprendan a usar los productos con eficacia. Es común que las entidades públicas, incluidos los reguladores, el sistema educativo o las organizaciones dedicadas a los consumidores, organicen campañas y programas más amplios de educación financiera. Por ejemplo, en las Islas del Pacífico, los bancos centrales están tratando de que la educación financiera forme parte de los planes de estudios escolares en la iniciativa Money Pacific Goals 2020. Los subsidios pueden apoyar la educación financiera de los clientes y otras iniciativas de concientización de los consumidores, como el entretenimiento educativo, incluso la asistencia técnica de los gobiernos que buscan encauzar esas intervenciones. Debido a que el conocimiento y las prácticas se encuentran en una etapa inicial, el respaldo de la experimentación, investigación y evaluación por parte de las entidades financieras es de especial utilidad. Véase Cuadro 5.

Cuadro 5. Iniciativas de capacidad financiera

La Fundación Citi se unió a la iniciativa Freedom from Hunger del programa Global Financial Education Program (GFEP) para ayudar a los sectores más pobres a aumentar, proteger y manejar mejor su patrimonio. El PGEF colaboró con diversas IMF y demás instituciones para desarrollar un plan de estudios integrador sobre educación financiera y capacitar a profesores de 59 países para poder emplearlos. Las evaluaciones de impacto realizadas por las IMF y ONG que implementaron el plan de estudio del PGEF indican que los participantes del programa incrementaron sus ahorros y redujeron sus gastos producto de los conocimientos que adquirieron en los módulos del programa.

En 2009, la Federación Rusa fundó el Fondo Fiduciario para la Educación y la Alfabetización Financiera del Banco Mundial. El fondo otorga US\$ 15 millones durante cuatro años para la experimentación y el desarrollo de herramientas con el fin de medir los niveles de capacidad financiera y evaluar el impacto de los programas de este tipo.

⁷ Se realizó un seguimiento de esta declaración pública a raíz de las solicitudes específicas de Financial Stability Board, la OCDE y otras organizaciones internacionales a fin de redactar los principios de alto nivel de protección de los consumidores financieros. También consulte el CGAP (2011).

⁸ Consulte Brix y McKee (2010).

De los principios a la práctica

La concientización y la puesta en práctica de finanzas responsables aumentaron significativamente en los últimos años. Las entidades financieras cumplieron una función importante apoyando las tareas sobre prácticas industriales mejoradas, medidas normativas para la protección de los consumidores y capacidad financiera. En el informe de las prácticas actuales de Smart Campaign, se analiza la implementación de la protección de los clientes por parte de casi 300 proveedores minoristas (Rozas, en preparación). Utiliza información de evaluaciones de terceros, entre ellas, 12 evaluaciones detalladas de Smart, 110 informes de clasificación y 357 evaluaciones de investigaciones llevadas a cabo por cuatro instrumentos de inversión en microfinanzas (IIM). La conclusión del informe es que, en resumen, los proveedores están trabajando para mejorar las prácticas de protección de sus clientes. No obstante, las evaluaciones de terceros califican permanentemente a las IMF con puntajes inferiores a los que ellas mismas informaron en el módulo de protección de los clientes de MIX de la herramienta de autoevaluación de Smart. Las discrepancias son superiores en cuanto a los Principios de Protección de Clientes más importantes: transparencia, sobreendeudamiento y fijación responsable de precios. Esto demuestra la importancia de las evaluaciones independientes y resalta las áreas en las que se necesita seguir trabajando. Véase Cuadro 6.

El objetivo final es la adopción general de productos y prácticas financieras que garanticen la protección de los clientes contra el daño y el trato injusto, y mejoren su calidad de vida. Como era de esperar, aún queda mucho trabajo por hacer. La primera prioridad es desarrollar normas, parámetros, herramientas y un entorno propicio para

avanzar en las finanzas responsables, abarcando incluso la próxima generación de complicaciones que puedan surgir en torno a los productos no crediticios, la fijación responsable de precios y los beneficios equitativos. La segunda es evaluar, de forma constante, si estas iniciativas se traducen en mejores resultados tanto para los clientes como para las instituciones que les prestan servicios.

Mejorar el desempeño es un proceso progresivo. Los donantes e inversores están bien preparados para ser importantes socios de los proveedores minoristas, legisladores y personas relacionadas con la industria que trabajan para asegurarse de que los sectores más pobres de todo el mundo tengan acceso a servicios financieros de calidad. Si envían las señales correctas y equiparan sus decisiones de inversión y subsidio con metas y prácticas financieras responsables, ellos mismos pueden convertirse en entidades financieras responsables.

Referencias

Brix, Laura y Katharine McKee. 2010. "Consumer Protection Regulation in Low-Access Environments: Opportunities to Promote Responsible Finance". Focus Note 60. Washington, D.C.: CGAP, febrero. <http://www.cgap.org/gm/document-1.9.42343/FN60.pdf>.

CGAP. 2011. "Mundial Standard-Setting Bodies and Financial Inclusion for the Poor: Toward Proportionate Standards and Guidance". Preparado para la Alianza Mundial para la Inclusión Financiera. Washington, D.C.: CGAP. http://www.cgap.org/gm/document-1.9.55147/CGAP_WhitePaper_Mundial_Standard_Setting_Bodies.pdf.

CGAP y el Banco Mundial. 2010. *Financial Access 2010*. Washington, D.C.: CGAP y el Banco Mundial.

Chen, Greg, Stephen Rasmussen y Xavier Reille. 2010. "Growth and Vulnerabilities in Microfinance". Focus Note 61. Washington, D.C.: CGAP.

Dewez, David y Sandra Neisa. 2009. "MFI's Social Performance Mapping and the Relationship between Financial and Social Performance". Incofin, septiembre. <http://www.incofin.be/media/Social-Performance-English.pdf>.

Forster, Sarah y Estelle Lahaye. 2011. "Implementing the Client Protection Principles: A Technical Guide for Investors", 2.a edición. Guía técnica. Washington, D.C.: CGAP. http://www.cgap.org/gm/document-1.9.49367/PPP_TG.pdf.

Gonzalez, Adrian. 2010. "Microfinance Synergies and Trade-offs: Social versus Financial Performance Outcomes in 2008". MIX Data Brief No. 7. Washington, D.C.: MIX, agosto.

Pistelli, Micol, Anton Simanowitz y Veronika Thiel. 2011. "A survey of 405 MFIs reporting to MIX in 2009-2010". *MicroBanking Bulletin*, julio.

Rozas, D. en preparación. "Implementing Client Protection in Microfinance: The State of the Practice, 2011". Washington, D.C.: Smart Campaign.

Cuadro 6. De los principios a la acción

El Fondo de Desarrollo de Capital de las Naciones Unidas (UNCDF por sus siglas en inglés) refrendó los Principios de Protección al Cliente y animó a todos sus socios a que hicieran lo mismo. Desde el 2010, los acuerdos del UNCDF que se basan en el desempeño hacen referencia a dichos principios y este organismo utiliza indicadores cuantitativos clave para hacer un seguimiento del progreso de los proveedores en materia de finanzas responsables.

Más de 50 inversores han firmado los Principios para Inversiones en Finanzas Inclusivas (PIIF por sus siglas en inglés). Aquellos que refrendan estos principios se comprometen a incluir la protección al cliente y el desempeño social en sus procesos de inversión y actuar de manera responsable. Los Principios de las Naciones Unidas para Inversiones Responsables respaldan la implementación de los PIIF y los signatarios informan de manera anual sobre acciones emprendidas.

AUTORES:

Antonique Koning y Katharine McKee

Todas las publicaciones de CGAP se encuentran en el sitio web de CGAP en www.cgap.org.

CGAP
1818 H Street, NW
MSN P3-300
Washington, DC
20433 USA

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

Correo electrónico:
cgap@worldbank.org

© CGAP, 2011