

Avances incomprendidos

Por Gabriel Zaid

31 de julio de 2011

El Banco Interamericano de Desarrollo, desde que fue presidido por Antonio Ortiz Mena, tuvo un Programa de Pequeños Proyectos (1978). Con tanta experiencia, ya debería saber cómo analizarlos. Sin embargo, hace poco difundió un boletín extraño, glosado en los periódicos; por ejemplo: "Son carísimos los microcréditos" (Reforma, 16 de mayo 2011). Otros periódicos subrayan lo mismo. Pero si se acude al documento original, tardíamente boletinado ("Microfinanzas en América Latina y el Caribe: El sector en cifras", octubre 2010, disponible en la web), se puede hacer un mejor análisis de las mismas cifras.

De 2001 a 2009, el número de instituciones microfinancieras subió 18% al año: de 184 a 685; el de sus clientes 25% al año: de 1.8 a 10.5 millones; y el monto de su cartera de créditos 34% al año: de 1.2 a 12.3 millones de dólares. ¿Cómo explicar tamaño éxito? ¿Cómo ponerse a llorar por unos créditos tan caros que tienen una demanda galopante? Los bancos centrales suben las tasas de interés para frenar la economía. ¿Cómo puede ser que la economía microempresarial acelere con créditos "carísimos"?

En el mismo periodo, el microcrédito promedio aumentó de 659 a 1,178 dólares, lo cual no necesariamente es una buena cosa. Salta a la vista en el Cuadro 2 que, dejando aparte el tamaño de los países, los que dan créditos más pequeños son los que más clientes tienen. Atienden sectores de menor capacidad económica. Bajan hasta niveles donde los otros no llegan, o no quieren llegar, porque atender necesidades muy pequeñas es más difícil y costoso. Afortunadamente, en México el microcrédito promedio fue el más bajo de América Latina: 328 dólares en 2009; no 1,178 como en el conjunto latinoamericano. Esto es positivo y cuadra con otra cifra positiva: México es el país que más clientes atiende (2.3 millones).

Pero los llorones profesionales ven negativamente lo que es un éxito. Arguyen que "Las microfinancieras de México son las entidades que menos prestan en América Latina, pese a que son las que tienen tasas más altas". Esta crítica no se entiende. Si se refiere al volumen total de créditos, México está por encima de la mayoría de los países. Si se refiere al número de clientes atendidos, México es el país número uno. Si se refiere al tamaño de los créditos, es verdad; pero ¿a qué viene el "pese"?

Hay promociones comerciales en las cuales se ofrece un producto tan barato que la oferta se limita a una pieza por cliente. Nunca se impone esa limitación para las promociones a precios elevados. Lo carísimo reduce la demanda, no la oferta. ¿Cómo explicar, entonces, que la demanda aumente para los créditos "carísimos"? Porque son atractivos. Financian operaciones tan rentables que los pagan sobradamente.

Hace dos siglos y medio lo explicó Richard Cantillon, en un libro breve, ameno y bien traducido por el Fondo de Cultura Económica: Ensayo sobre la naturaleza del comercio en general (1755). Puso como ejemplo un desempleado en París que "se convierte en empresario de su propio trabajo" con el préstamo de una onza de plata para comprar dos cubas y dar servicios de aguador. "Si gana con su trabajo cincuenta onzas de plata al año [...] ganará 5000%". Si el préstamo le cuesta 1000% al año, le conviene muchísimo. Por supuesto que le convendría más si le costara el 100%, ya no se diga 10%. ¿Pero dónde está la banca que atienda a los empresarios de tan bajo nivel? Fuchi.

Hay quienes hablan de regular las tasas de interés para los microcréditos. Es una tontería. Pasan por alto que el costo de dar crédito y cobrarlo no es menor en las transacciones pequeñas. Si alguien entra a comprar el periódico en una tienda y lo paga con tarjeta bancaria, el costo de operar la transacción (llenar el voucher, pedir la autorización del crédito, registrar la operación y extender la factura correspondiente) es el mismo que si compra un refrigerador. Lo cual no pinta al vender un refrigerador, pero resulta desproporcionado en la venta de un periódico. Si el periódico le cuesta a la tienda cinco pesos y la administración del crédito diez, el costo real de la venta se triplica a quince, aunque los intereses se le carguen al cliente.

Esto cuadra con otras cifras. El conjunto latinoamericano gasta en promedio 172 dólares por cada préstamo que otorga, lo cual representa el 15% del crédito promedio (1,178 dólares). México gasta lo mismo (171 dólares), pero representa el 52% de su crédito promedio (328 dólares). De ahí resultan los intereses de 74% que escandalizan al BID. Otra cifra concordante: el gasto en nómina (sobre los activos totales) es de 9% para el conjunto de países, pero de 22% para México. Dar créditos muy pequeños requiere más personal y costos desproporcionados, pero es un gran servicio social: aumenta la producción y el empleo dentro y fuera de la institución. Si el BID cree que lo puede hacer mejor, que ponga una microfinanciera y lo demuestre. Hacen falta muchas. Hay una gran oportunidad social incomprendida por análisis superficiales.