Educación Empresarial para clientes de Microcréditos en Perú

Investigadores/as:

Dean Karlan

Martin Valdivia

Sector(s): Finanzas, Gender

Fieldwork: Innovations for Poverty Action (IPA)

Ubicación: Lima and Ayacucho, Peru

Muestra: 4,500 Clientes de FINCA-Perú

Grupo objetivo: Entrepreneurs Women and girls

Resultado de interés: Employment Women's/girls' decision-making

Tipo de intervención: Business skills training Credit Training

Número de registro del AEA RCT Registry: AEARCTR-0001133

Datos: Download from Dataverse

Research Papers: Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients ...

Socios Implementadores: ATINCHIK, Gates Foundation, Corporación Andina de Fomento (CAF) Research Program on Development Issues, Finca-Peru, Ford Foundation, Freedom From Hunger, Henry E. Niles Foundation, National Science Foundation (NSF), Poverty and Economic Policy (PEP) Research Network, U.S. Department of Labor, Bureau of International Labor Affairs

Problema de política pública

Las microfinanzas han generado entusiasmo a nivel mundial como una respuesta potencial al desarrollo económico y la reducción de la pobreza. Sin embargo, el alto riesgo de incumplimiento y el uso improductivo de los fondos prestados, es un problema común en muchos programas. Existe un debate en la comunidad microfinanciera respecto si los prestamistas deberían enfocarse exclusivamente en el negocio de los préstamos, o si deberían aprovechar las reuniones frecuentes para integrar diversos tipos de capacitaciones y mejorar los resultados microfinancieros. Integrar capacitaciones sobre salud o buenas prácticas empresariales con las reuniones grupales constituyen una oportunidad única de entregar estos servicios a un costo menor, pero requiere que los clientes destinen más tiempo a las reuniones periódicas, lo que potencialmente puede causar una mayor tasa de deserción.

Contexto de la evaluación

De los 29 millones de habitante en Perú, casi la mitad viven en condiciones de pobreza. Las instituciones micro financieras (IMFs) tienen la esperanza de mejorar la situación socio-económica de esta población a través de la promoción de bancos comunales. FINCA Perú, una pequeña IMF sin fines de lucro pero financieramente sustentable, que ha estado operando en Perú desde 1993, crea bancos comunales para mujeres emprendedoras pobres, ofreciéndoles acceso a servicios financieros formales. Sus clientes son relativamente jóvenes, tienen poca formación educacional y normalmente tienen familias que mantener. Todas sus clientes

tienen microempresas, que incluyen venta de comida, artesanías o agricultura de pequeña escala. Cada una de las clientes de FINCA tiene, en promedio, US$233 en cuentas de ahorro y sus préstamos son en promedio de US$203, con una tasa de recuperación del 99%.



A small business in Peru. Photo: Lia Mistral | Shutterstock.com

Detalles de la intervención

Los investigadores trabajaron con FINCA en Ica y Ayacucho, en Perú, para medir el impacto marginal de agregar un programa de enseñanza empresarial al programa de préstamos de grupo. FINCA auspició 273 bancos comunales con un total de 6429 clientes, la mayoría mujeres. Estos bancos fueron divididos en grupos de tratamiento y grupos de comparación, con 104 participando obligatoriamente, 34 voluntariamente y 101 sin programa.

Las personas que tenían cuentas en bancos con tratamiento recibieron 22 sesiones de formación empresarial y de material durante su reunión bancaria semanal o mensual. Los materiales de capacitación fueron desarrollados a través de un esfuerzo colaborativo entre FINCA, Atinchik y “Freedom from Hunger”, y ya habían sido utilizados en proyectos anteriores. Las sesiones incluían ejercicios de discusión con los clientes, y una clase cuyo objetivo era mejorar las prácticas básicas de los negocios tales como dónde vender, cómo atender a los clientes, cómo usar las ganancias y el uso de descuentos especiales y ventas al crédito. Por ejemplo, en un entrenamiento se pidió a los microempresarios que escribieran un presupuesto para su empresa. Los grupos de comparación se mantuvieron tal y como estaban antes, juntándose con la misma frecuencia para hacer los pagos de préstamos y ahorros. Se recolectó información acerca de tasas de deserción, tasas de reembolso, tamaño de deudas, ahorros y tamaño de negocios e ingresos, entre otros, para evaluar el impacto de la capacitación.

Resultados y lecciones de la política pública

El impacto en los resultados de los negocios fue positivo y significativo. Para los clientes en el grupo de tratamiento, las ventas en los meses previos a las encuestas de seguimiento fueron 15% más altas que en el grupo de comparación, y los retornos fueron en promedio 26% más altos en los “meses malos” cuando se esperaba que las fluctuaciones redujeran sus ventas. Luego del programa, los clientes que recibieron formación empresarial tuvieron significativamente más probabilidad de mantener registros de los retiros que realizaban en sus cuentas, y tenían mejor conocimiento acerca de los negocios y de cómo usar sus ganancias para el crecimiento y desarrollo de innovaciones en el negocio. Curiosamente, hubo efectos aún más grandes para aquellos individuos que expresaron menos interés en el entrenamiento al inicio del programa. Los resultados sugieren que las soluciones de mercado conducidas por la demanda, es decir cobrar por el costo del servicio, no siempre son viables ya que que los potenciales beneficiarios podrían no valorar las capacitaciones. Es posible que después de una prueba gratuita se logre que posteriormente los clientes aprecien el valor y efectivamente demanden el servicio.

El impacto en los resultados institucionales fue menos importante. La tasa de deserción de clientes permaneció elevada en el grupo tratamiento, donde el 59% dejó sus bancos en algún momento durante la intervención, comparado con una tasa ligeramente más alta de 63% en el grupo de comparación. La capacitación es costosa e incluye costos laborales de la organización para entrenar a sus empleados y para adquirir materiales. Esto constituyó un aumento de 10% en los costos de FINCA. No obstante, la mejora en la tasa de retención de clientes genera un aumento significativo del ingreso global neto, el cual supera el costo marginal de proveer entrenamiento.

[1], CIA World Factbook, “Peru,” https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html.

Karlan, Dean, and Martin Valdivia. 2011. "Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions." The Review of Economics and Statistics 93(2): 510-527.

---

1. CIA World Factbook, "Peru," https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/pe.html.