Sensibilidad a la Tasa de Interés entre los Clientes del Banco de la Aldea en México

Investigadores/as:

Dean Karlan

Jonathan Zinman

Sector(s): Finanzas, Gender

Fieldwork: Innovations for Poverty Action (IPA)

Ubicación: Mexico

Grupo objetivo: Women and girls

Resultado de interés: Profits/revenues Take-up of program/social service/healthy behavior

Tipo de intervención: Credit Pricing and fees

Número de registro del AEA RCT Registry: AEARCTR-0001322

Datos: Download dataset from Review of Economic Studies online

Research Papers: Long-Run Price Elasticities of Demand for Credit: Evidence from a Countrywide F...

Socios Implementadores: Compartamos Banco, Consultative Group to Assist the Poor (CGAP), Gates Foundation

Problema de política pública

El micro-crédito ha sido la innovación más visible en la política antipobreza, durante la segunda mitad del siglo y en tres décadas ha crecido drásticamente. Ahora con más de 150 millones de prestatarios, sin lugar a dudas el micro-crédito ha tenido éxito en llevar los servicios financieros formales a los pobres. Esta práctica ha despertado el debate sobre el tema de “tasas de interés justas”, particularmente dada la extrema pobreza de muchos clientes de micro-finanzas. Los argumentos en defensa de tasas más altas, van desde la creencia de que son necesarias para cubrir los altos costos de los préstamos, a que el acceso es más importante que el precio y que las tasas bajaran mientras más instituciones entran al mercado. Pero estos argumentos siguen sin estar probados y la pregunta de “una tasa justa” sigue sin respuesta. El debate se ha intensificado, a medida que los inversionistas observan la potencial rentabilidad de las micro-finanzas. En 2007, Compartamos Banco, la institución de micro-finanzas más grande de Latinoamérica, tuvo una Oferta Pública Inicial exitosa. Mientras los líderes del banco defendían la decisión, como una forma de levantar capital y entregar crédito incluso a más clientes; y los inversionistas, incluyendo Acción International sin fines de lucro, obtenían los beneficios, los críticos acusaban al banco de obtener ganancias a expensas de los pobres.

Contexto de la evaluación

En 1990, Compartamos Banco comenzó a ofrecer créditos a mujeres en el sur de México, en un esfuerzo para promocionar el desarrollo económico, a través del fomento del crecimiento del micro-negocio. Hoy la organización cuenta con sucursales en cada estado de la República Mexicana y tiene más de un millón de prestatarios. El banco le pide a todos los prestatarios, que cuenten con un negocio existente o que tengan planes para comenzar uno, con las ganancias de los créditos. Existen muchos proveedores

de micro-finanzas en México y los préstamos de Compartamos no son ni los más baratos ni los más caros.

Este estudio se llevó a cabo en las sucursales de Compartamos en todo el país, representando una población diversa que vive en sectores urbanos, periurbanos y rurales. La población objetivo, compuesta principalmente de comerciantes de menor escala que venden artesanías o productos alimenticios, también incluye a los dueños de negocios más sofisticados como salones de belleza o restaurantes y a personas involucradas en actividades agrícolas.



The study focused on the bank' s most popular product, a group liability loan for women to invest in business or economic activities called Credito Mujer. Photo: Katiekk | Shutterstock.com

Detalles de la intervención

Los investigadores buscaban observar las reacciones de los prestatarios de Compartamos, a las diferentes tasas de interés, para determinar el impacto del costo de un préstamo en la adopción y conducta del prestatario. El estudio se enfocó en el producto más popular del banco, un préstamo de responsabilidad grupal ofrecido exclusivamente a mujeres, llamado Crédito Mujer. Para solicitar el préstamo, los clientes deben ser mujeres, tener 18 años de edad o mayores y estar actualmente comprometida en una actividad generadora de ingresos o tener un plan para comenzar una, al momento de otorgárseles el préstamo.

Como parte de la implementación de un nuevo modelo de estructura de precios, Compartamos bajó las tasas de interés al producto Crédito Mujer para casi todos los clientes. En las sucursales de tratamiento, bajaron las tasas aún más. En operaciones ordinarias, cada sucursal ofrece tres tasas – bronce, plata y oro – las cuales son asignadas a grupos solicitantes de préstamos, basándose en el modelo de estructura de precio de Compartamos, quien bajó las tasas de interés ofrecidas en las sucursales de tratamiento, de manera que los prestatarios en dichas sucursales, recibieran una tasa fija mensual que fuera 5% menos que los mismos prestatarios hubiesen recibido en las sucursales de control. Por ejemplo, un grupo solicitante de préstamo “bronce”, en

una sucursal de tratamiento, recibió una tasa que era 5% menor que un grupo solicitante de préstamo “bronce”, en una sucursal control.

Resultados y lecciones de la política pública

Los resultados muestran, que las sucursales que ofrecieron un escenario de tasa de interés menor tuvieron más clientes, más clientes nuevos y carteras de préstamos de mayor monto. El cambio en el costo de solicitud de préstamo, sin embargo, no atrajo a un perfil de prestatario diferente. Los nuevos prestatarios, en las sucursales de tratamiento, no fueron más pobres o menos educados que los clientes existentes. El efecto de menores tasas de interés en la sustentabilidad financiera de una MFI (Institución de Micro-Finanzas), también es una pregunta crucial. Atraer más clientes puede en principio parecer un resultado completamente positivo, pero su efecto en la rentabilidad no es claro. Si bien agregar varios miembros grupales a un grupo solicitante de préstamos existente, aumenta el ingreso sin aumentar los costos (debido a que el mismo agente de préstamos, puede gestionar estos préstamos en la misma reunión), agregar nuevos grupos puede requerir contratar más personal o incluso abrir una sucursal. Sin embargo, a pesar de que estos nuevos clientes resultaron en costos más altos en algunos casos, el efecto general en las ganancias netas fue positivo.

Estos hallazgos sugieren que las MFI, que escogen menores tasas, pueden tanto atraer como retener más clientes, quienes a su vez solicitan mayores montos. Esto tiene implicancias para las MFI, que están buscando mejorar su alcance y puede resultar en más personas que obtengan acceso al crédito y a hacer uso de él. Además de lograr estos objetivos, también puede ser algo rentable, en contraste con los argumentos entregados por algunos defensores de las altas tasas de interés.

Karlan, Dean, and Jonathan Zinman. "Long-Run Price Elasticities of Demand for Credit: Evidence from a Countrywide Field Experiment in Mexico." Working Paper, May 2013.

1. CGAP. "Financial Inclusion" https://www.cgap.org/topics/donors-investors. Accessed: 2013. 05.13