

La proliferación de los servicios de crédito digital

El crédito digital —la posibilidad de ofrecer préstamos pequeños y rápidos a distancia mediante canales digitales— es una tendencia que va creciendo en los países de ingreso bajo, especialmente en África al sur del Sahara. El ejemplo más visible es el exitoso caso del servicio de ahorro y créditos de bajo monto M-Shwari en Kenya, que se puso en marcha a fines de 2012 (Cook y McKay, 2015), pero cada año llegan al mercado más y más opciones nuevas.

En esta reseña se ofrece una introducción al mundo del crédito digital —de rápida evolución— y se muestran las características comunes de esta nueva oferta de financiamiento digital. Se hace hincapié en los servicios de crédito digital que aprovechan el acceso preexistente de los clientes a un teléfono celular, aunque también hay modelos que requieren que la persona se conecte a Internet. Se utilizan 10 ejemplos de casos para describir la tendencia del crédito digital, pero se reconoce que existen muchos otros pilotos y productos en etapa de diseño, además de los presentados aquí. Muchos de los ejemplos de casos son nuevos y aún no se aplican a gran escala; otros ya cuentan con carteras de 800 000 a 1,8 millones de clientes prestatarios activos.

El Grupo Consultivo de Ayuda a los Pobres (CGAP) ha intentado diferenciar el crédito digital de los préstamos convencionales señalando que el primero es instantáneo, automatizado y se realiza a distancia (Chen y Mazer, 2016). Por eso, la mayoría de los servicios mencionados en esta reseña se adaptan específicamente para cubrir las necesidades de liquidez a corto plazo de cada prestatario, y el acceso a los fondos puede otorgarse en muy poco tiempo: una vez presentada la solicitud, la aprobación del crédito se puede resolver en segundos o, a lo sumo, en menos de 24 horas. El proceso de decisión sobre el préstamo está automatizado en gran parte: la solicitud pasa a través de un sistema de árboles de decisiones y algoritmos computarizados. Las decisiones de cada préstamo no se basan tanto en la decisión humana y los procesos manuales, sino en la disponibilidad de datos digitales clave, como los registros de los teléfonos celulares. Además, las interacciones entre personas son limitadas, ya que las operaciones tales como las solicitudes de préstamos, la entrega de fondos y los pagos de deuda se realizan a distancia, por lo general a través del teléfono. Esto puede tener importantes repercusiones en la inclusión financiera, ya que muchos modelos de crédito digital no exigen que los clientes sean titulares de otras cuentas en instituciones financieras o que tengan un historial crediticio.

De un total de 10 servicios presentados en esta reseña, 5 corresponden a Kenya y 9 son de África al sur del

Sahara. Aunque el crédito digital se ofrece en muchos mercados, su uso está extendido en esta región. Una de las razones de esto es la elevada penetración del dinero móvil en la región, factor clave que habilita la prestación de crédito digital a gran escala. Como se ha observado con otros productos, como los microseguros móviles (Tellez y Zetterli, 2014), la oferta de nuevos productos se sirve de la infraestructura digital existente para ganar o mantener una porción del mercado. De hecho, en muchos países el crédito digital se ofrece paralelamente al segmento de pagos digitales, sólido y de rápido crecimiento.

La mayor parte de las primeras ofertas de crédito digital que se analizan en esta reseña implican una asociación entre los operadores de redes móviles (ORM) y bancos u otras instituciones financieras, pero también están apareciendo modelos que incluyen a un tercer integrante, las empresas de tecnología financiera. Puesto que se aprovecha el posicionamiento especial de cada uno de los socios de este modelo, los proveedores consideran que el crédito digital es una oportunidad de crear nuevos flujos de ingreso e incrementar las tasas de retención de clientes, si se toma como base un ecosistema financiero digital en rápido crecimiento y se ofrece una nueva categoría de productos a los clientes.

¿Cuáles son las características comunes del crédito digital?

Los 10 ejemplos de casos que se presentan en el cuadro 1 tienen en común 4 características definidas que muestran cómo funcionan las propuestas de crédito digital.¹

1. **La admisibilidad está dada por el acceso digital existente.** Los productos de crédito digital analizados en esta reseña están dirigidos a clientes actuales de los ORM. La admisibilidad de los prestatarios está ligada a una suscripción anterior y la utilización de servicios de voz y mensajes de texto, a los pagos digitales y —si corresponde— al historial bancario. Los proveedores de crédito digital apuntan a estos segmentos del mercado para utilizar sus registros de

¹ Los servicios analizados en esta reseña en general se vinculan con el teléfono celular y la suscripción a un servicio de dinero móvil que los clientes ya tienen, aunque otros sistemas se basan en una conexión del cliente a Internet.

Cuadro 1. Ejemplos de servicios de crédito digital^a

Año de puesta en marcha	Nombre del servicio ^b	País	Proveedores asociados				Plazo habitual del préstamo	Tamaño habitual del préstamo (USD) ^c
			ORM	Banco	Institución financiera no bancaria	Empresa de tecnología financiera (tercero)		
2012	M-Shwari	Kenya	Safaricom	Commercial Bank of Africa (CBA)			4 semanas	30
	EcoCashLoan	Zimbabwé	Econet	Steward Bank			4 semanas	125
2014	Mkopo Rahisi	Kenya			InVenture		3 semanas	20
	M-Pawa	Tanzanía	Vodacom	Commercial Bank of Africa (CBA)			4 semanas	7
	Timiza	Tanzanía	Airtel		Jumo		1, 2, 3 o 4 semanas	10
	Mjara	Ghana	MTN		Adehyeman Savings and Loans	Mobile Financial Services (MFS) Africa	2 o 4 semanas	26
2015	Eazzy Loan	Kenya	Airtel	Equity Bank			4 semanas	50
	KCB M-Pesa	Kenya	Safaricom	Kenya Commercial Bank (KCB)			4, 12 o 24 semanas	30
	Branch	Kenya			Branch		3 semanas	10
2016	Instaloan	Filipinas	Globe		Fuse	Lenddo Dataspark	16 semanas	50

a. La lista no es exhaustiva, por lo que no abarca todos los servicios de crédito digital existentes. A los fines de esta reseña, nos hemos centrado deliberadamente en servicios que cumplan en forma estricta nuestra definición de crédito digital y que hayan aparecido en economías de ingreso bajo e ingreso mediano bajo. Además, se hace hincapié en los préstamos individuales y no se incluyen las plataformas de anticipos en efectivo en comercios, préstamos destinados al comercio electrónico y a microempresas y pymes ni préstamos de persona a persona.

b. Algunos servicios —por ejemplo, M-Shwari, EcoCash, M-Pawa y KCB M-Pesa— ofrecen tanto productos de crédito como de ahorro. En el cuadro solo se muestran los detalles del componente de crédito de la cuenta.

c. Las cifras se basan en el tipo de cambio a dólares estadounidenses vigente en diciembre de 2015.

datos digitales como forma de evaluar una posible admisibilidad inicial para recibir préstamos. Por ejemplo, M Shwari y KCB M-Pesa —ofrecidos por Safaricom en asociación con el Commercial Bank of Africa (CBA) y el Kenya Commercial Bank (KCB), respectivamente— son dos productos bancarios bien definidos que ofrecen préstamos digitales. Un requisito para solicitar cualquiera de estos dos productos es que los prestatarios sean usuarios registrados de Safaricom M Pesa y hayan usado sus servicios por al menos seis meses. De modo similar, Timiza, un producto de crédito digital ofrecido por Airtel y Jumo en Tanzania, está disponible solo para usuarios registrados de Airtel que mantengan una cuenta Airtel Money activa. EcoCashLoan es un micropréstamo a corto plazo que ofrecen Econet y el Steward Bank de Zimbabwé y, al igual que el resto, está orientado a clientes de ORM². Además de cumplir el requisito de ser usuario del servicio de

tiempo de aire y dinero móvil de Econet, quienes soliciten un préstamo EcoCashLoan deben abrir una cuenta de ahorro EcoCashSave, que ofrece el Steward Bank, y mantener un saldo mínimo de USD 5 durante un período no menor a tres meses.

2. **Las decisiones sobre aprobación de préstamos son automatizadas y se basan en datos digitales no tradicionales.** El proceso de solicitud de crédito digital se realiza a través de un dispositivo móvil y con una interacción de persona a persona limitada. Esto se observa particularmente en África, donde los teléfonos celulares son el principal vínculo con las comunicaciones digitales (en otros mercados, la banca por Internet, a través de una computadora personal, puede ser más común). Se aprovechan los datos digitales existentes para realizar predicciones sobre las posibilidades de que un futuro prestatario incumpla un pago, el modo de administrar la

2 Esta reseña no incluye un análisis de las distintas estrategias de comercialización utilizadas para llegar a los respectivos clientes buscados.

experiencia del cliente y cómo hacer el seguimiento del cobro de los préstamos. Para solicitar un préstamo EcoCashLoan, por ejemplo, el prestatario admisible ingresa un código de servicio suplementario de datos no estructurados (USSD) en su teléfono celular. Esta solicitud activa un conjunto de árboles de decisiones automatizados que calculan el riesgo crediticio del cliente. Algunas de las variables que se pueden tener en cuenta son el uso de tiempo de aire, las compras adicionales de paquetes de datos, las operaciones con dinero móvil, el saldo en el monedero móvil, la edad del solicitante y el estado de pago de préstamos anteriores. El uso de datos digitales alternativos es especialmente importante para evaluar a quienes solicitan préstamos por primera vez, mientras que el historial de crédito basado en los pagos de préstamos se vuelve más importante para solicitudes posteriores.

Algunos modelos de calificación crediticia también pueden incluir el historial en medios sociales y de pagos de servicios públicos, entre otros datos, para contribuir a la decisión sobre el otorgamiento del préstamo. First Access y Lenddo son dos de las múltiples empresas externas que están apareciendo en el esquema y que ofrecen servicios de calificación crediticia de los clientes a través del uso de estas fuentes de datos no convencionales. Branch es un ejemplo de institución financiera no bancaria que utiliza datos almacenados en el teléfono inteligente del solicitante, como mensajes de texto, registros de llamadas y listas de contactos, para evaluar el riesgo crediticio de un prestatario.

3. **Los préstamos son más pequeños, tienen plazos más cortos y a menudo cuestan más que los préstamos para consumo tradicionales.** Aunque estos productos todavía son nuevos y evolucionarán con el tiempo, el tamaño inicial del préstamo por lo general es pequeño y el plazo de devolución es corto. El tamaño habitual de un préstamo es de USD 10 en Branch, USD 30 en M-Shwari y en KCB M-Pesa, y USD 50 en Instaloan y en Eazzy Loan. Eazzy Loan, EcoCashLoan, M-Pawa y M-Shwari ofrecen un plazo de reembolso de cuatro semanas. Las tasas de interés anualizadas son muy elevadas en comparación con las tasas de interés que se cobran por la mayoría de los productos de crédito para consumo convencionales o microfinancieros de estos mercados; la mayor parte de los servicios aquí presentados aplican tasas de interés mensuales de entre el 2 % y el 10 %. Son muchos los factores que contribuyen a que las tasas sean elevadas, pero

uno de los más importantes es que la proporción de costos por préstamo puede ser superior en el caso de los préstamos más pequeños. De esta forma, la dinámica financiera del crédito digital, impulsada por los plazos cortos y los tamaños reducidos de los préstamos, es muy diferente de la de los créditos para consumo convencionales y la mayoría de los créditos microfinancieros.

4. **La relación con el cliente, los pagos y los cobros se gestionan a distancia.** Los préstamos se pagan a través de los canales de pago digital, ya sea en cuotas o al final del plazo del préstamo. Mediante mensajes de texto y llamadas telefónicas se recuerda a los prestatarios que deben pagar su préstamo, y el personal del centro telefónico se dedica a hablar con los prestatarios en mora utilizando una guía preestablecida. La mayoría de los proveedores imponen un cargo a modo de penalidad en caso de atrasos.

Algunos países de nuestro análisis denuncian a los prestatarios morosos a entidades de calificación crediticia³. Las condiciones de estos informes, es decir, la cantidad de días en mora que desencadenan la denuncia y el tiempo de permanencia en los registros de la entidad de calificación, varían según el caso. Como sucede con los productos de crédito tradicionales, el comportamiento de los clientes en relación con el pago de los préstamos contribuye a determinar la admisibilidad para préstamos posteriores y sus condiciones. En el caso de M-Shwari, por ejemplo, los préstamos atrasados se prorrogan automáticamente por otros 30 días con las mismas condiciones, y se alerta a los prestatarios con mensajes de texto y llamadas de un centro de atención al cliente. Los prestatarios también reciben el aviso de que su nombre se podrá informar a una entidad de calificación crediticia en caso de un atraso mayor. Cuando se cumplen 120 días de atraso, se denuncia a la persona ante la entidad de calificación crediticia y esta información negativa permanece en sus registros durante cinco años. Para poder acceder a otros créditos en Instaloan, un cliente debe cancelar su primer préstamo y no exceder un determinado número de atrasos en los pagos. Timiza recompensa a los "buenos" prestatarios extendiendo los plazos de préstamos posteriores y ofreciendo mayores cantidades de dinero.

Debido a que la gestión del crédito se realiza a distancia, se reduce en gran medida la necesidad de interacción personal y de visitas presenciales de los prestatarios a sucursales físicas para pagar sus compromisos. Por lo tanto, el crédito digital acorta

3 Los requisitos de presentación de informes a las entidades de calificación crediticia varían de acuerdo con los países analizados: algunas entidades registran los datos positivos y negativos de los clientes, mientras que otras solo incluyen la información negativa. En algunos países, directamente no se realiza la denuncia ante entidades de este tipo.

las distancias geográficas que antes constituían una barrera para ofrecer préstamos. Sin embargo, la eficacia de la gestión a distancia a la hora de fomentar el pago a tiempo de los préstamos varía según el sistema. Algunos han sufrido grandes niveles de incumplimiento que forzaron a los proveedores a ajustar sus procesos de gestión del crédito, mientras que otros mantuvieron los niveles de préstamos en mora en un 2 %, aproximadamente, incluso cuando aumentaron la escala de las actividades.

Varios de los primeros sistemas ingresaron en el mercado y tuvieron problemas para despegar, mientras que otros lograron crecer rápidamente. Ya hay nuevos sistemas preparados para el mercado, y cada uno de ellos intentará experimentar con nuevas características para fomentar su adopción y uso. Algunos podrán tener éxito; otros, no. En este entorno de rápida evolución, será clave entender mejor los sistemas de crédito digital y el modo en que los clientes particulares y, posteriormente, las microempresas y las pymes, interactúan con estos productos. Ante tantas preguntas y tan pocas respuestas, evidentemente nos queda mucho por aprender.

Conclusión

La proliferación del crédito digital es muestra de un importante desarrollo de la inclusión financiera; esta forma de financiamiento utiliza o extiende los servicios financieros que van más allá de los pagos digitales y promete llegar a los pobres en forma masiva. No obstante, el crédito digital es un producto nuevo y reciente, y aún quedan muchas preguntas que se responderán con el tiempo, incluidas las siguientes:

- ¿Cuáles son las condiciones para la aplicación de un sistema de crédito digital? ¿Cuáles son los elementos básicos de una infraestructura que facilite el crédito digital?
- ¿Cuáles son los diferentes modelos de asociaciones y diseño de servicios y cuál es su potencial para llegar a clientes desatendidos o mal atendidos?
- ¿Cuáles son los riesgos de esta nueva oferta de financiamiento digital y cuáles serían las repercusiones sobre protección del consumidor?

References

Chen, Greg y Rafe Mazer (2016), *Instant, Automated, Remote: The Key Attributes of Digital Credit*, blog del CGAP, Washington, DC: CGAP, 8 de febrero. <http://www.cgap.org/blog/instant-automated-remote-key-attributes-digital-credit>.

Cook, Tamara y Claudia McKay (2015), *Cómo funciona M-Shwari: La experiencia hasta el presente*, Foro 10, Washington, DC: CGAP y FSD Kenya, abril. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Forum-How-M-Shwari-Works-Apr-2015-SPANISH.pdf>.

Tellez, Camilo y Peter Zetterli (2014), *El nuevo panorama mundial del microseguro móvil*, reseña, Washington, DC: CGAP, enero. <http://www.cgap.org/sites/default/files/Brief-The-Emerging-Global-Landscape-of-Mobile-Microinsurance-Jan-2014-Spanish.pdf>.

Todas las publicaciones del CGAP se pueden encontrar en su sitio web: www.cgap.org.

CGAP
1818 H Street, NW
MSN IS7-700
Washington, DC
20433 USA

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

Correo electrónico:
cgap@worldbank.org

© CGAP, 2016

AUTHORS:

Byoung-Hwa Hwang y Camilo Tellez