

en breve



Número 16 / julio 2010

LA EXPERIENCIA DE LAS PARTICIPANTES DE UN PROGRAMA DE AHORROS INCENTIVADOS Y TMC EN EL PERÚ RURAL*

BARBARA ROSEN

Cada vez son más los países latinoamericanos que se comprometen a articular los programas de Transferencias Monetarias Condicionadas (TMC) con estrategias de ahorro, como una herramienta para incorporar a los pobres al sistema financiero formal¹. En la medida en que los bancos, las instituciones financieras, los gobiernos y los encargados de diseñar las políticas públicas responden de manera más efectiva a las demandas —y potencial participación en el mercado— de hogares pobres, “no bancarizados”², se abre la posibilidad de que los servicios financieros se convier-

tan en un servicio básico y de primera calidad al alcance de todos los pobres, a un nivel casi universal³. En este campo en expansión las mejores prácticas y la investigación sobre la efectiva estructuración de productos y programas financieros, en particular en el contexto de programas de TCM, tiene una alta demanda, tanto de parte de aquellos encargados de diseñar políticas públicas como de profesionales vinculados a estos temas.

Habiendo lanzado dos proyectos piloto —el Corredor Puno Cusco y Sierra Sur⁴— que proveen

1. En la actualidad, seis países latinoamericanos se han comprometido a articular TMC con estrategias para fomentar el ahorro: Perú, Colombia, Ecuador, Chile, Brasil, and México.
2. Individuos que nunca antes han usado instituciones financieras.

* El documento completo está disponible en Proyecto Capital: <www.proyectocapital.org>.

3. Collins, Daryl, Murdoch, Jonathan, Rutherford, Stuart, Ruthven, Orlanda (2009). *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day*, Princeton: Princeton University Press.
4. A partir de los programas IDA (Individual Development Account) programas promovidos en Estados Unidos.

cuentas de ahorro, educación financiera e incentivos financieros para mujeres pobres rurales en la sierra sur, el Perú se ha convertido en líder en la implementación de programas de ahorro innovadores. Si bien JUNTOS, el programa de TMC en Perú, ha lanzado un programa para promover el ahorro y la educación financiera que no brinda incentivos individuales, estos programas de ahorro incentivado no han sido articulados de manera explícita al programa. No obstante, existe un pequeño grupo de participantes, hoy involucradas con los programas piloto Sierra Sur y JUNTOS, que nos ofrece una oportunidad única para conocer en profundidad la experiencia y las preferencias financieras de mujeres pobres rurales a quienes se les ha ofrecido tanto una TCM con una cuenta de ahorros como incentivo para el ahorro. Esta investigación ha sido posible gracias al Proyecto Capital y a fondos del *U.S. Fulbright Fellowship program*.

El objetivo principal de esta investigación es identificar los elementos clave para el diseño de los programas de acceso financiero más efectivos para promover el uso de las instituciones financieras y el ahorro. Este estudio cualitativo se centra en las preferencias financieras de los participantes de ambos programas, como productos, incentivos e instituciones; y las razones para ello. Presta atención, también, a las percepciones generales de las mujeres no bancarizadas sobre las instituciones financieras; y a cómo las participantes utilizan los ahorros y los fondos de las TMC. Para entender las preferencias bancarias de las ahorristas, durante el otoño de 2010, se realizaron entrevistas en profundidad en Co-

poraque a mujeres beneficiarias, a la vez, del programa JUNTOS y Sierra Sur y que por lo tanto estaban involucradas con dos instituciones financieras: el Banco de la Nación (BN), el banco del Estado, a través de JUNTOS y con Credinka, institución micro financiera a través de Sierra Sur. De la misma manera, se entrevistó a ex participantes del proyecto Corredor en Anta, Perú, en este caso, para comprender por qué las mujeres continúan ahorrando, aunque ya no se les ofrezca incentivos financieros. Se entrevistó en total a 42 mujeres de zonas rurales de escasos recursos económicos y, con frecuencia, bajos niveles de educación formal. Por otro lado, se entrevistó al personal de JUNTOS, del Ministerio de Agricultura (quienes brindan la educación financiera), de Sierra Sur, del Banco de la Nación y de Credinka.

RESULTADOS CLAVE DE LAS ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD

1. A pesar de no tener experiencias previas con bancos, las mujeres pudieron superar la falta de confianza y sus miedos para comenzar a ahorrar. Acceder a información básica sobre bancos a través de la educación financiera, permitió a muchas mujeres superar sus miedos iniciales a la bancarización y comenzar a usar instituciones financieras. De las beneficiaras ahorristas activas de los programas Sierra Sur y JUNTOS (19 de las 20 entrevistadas), 79% tenían miedo a usar los bancos antes de comenzar a ahorrar. De ellas, 87% pensaban que los bancos les mentiría o estafaría; 60% no sabía cómo ir o cómo usar el banco. Las participantes asistieron, en promedio, a 6.5 sesiones de educación financiera, brindadas



Aprendí que mi dinero está seguro, no es riesgoso ahorrar [en el banco]; también hemos aprendido a valorarnos a nosotras mismas y sobre autoestima.

–Gerarda Pillco Cusi, 42 años, casada con cuatro hijos, tercero de secundaria, beneficiaria del Proyecto Corredor, Anta, Perú.

Gerarda (derecha) mostrando las cerámicas que decora y vende como parte de su pequeño negocio.



por ambos programas, después de las cuales 79% de las ahorristas dijeron haber superado sus miedos gracias a las charlas impartidas por los capacitadores: 32% porque podían retirar del banco parte de su dinero y 11% al ver sus *vouchers*.

2. Las beneficiarias de los programas piloto consideran la porción de sus TMC que conservan en el banco están seguras. 85% de las mujeres participantes de este estudio que recibían la TMC del Banco de la Nación, sen-

tían que si dejaban parte de su transferencia en el banco, esta permanecería segura en sus cuentas de ahorro. Las clases de educación financiera y la experiencia, de primera mano, de ver que su dinero está a salvo en el banco, probablemente generó este sentido de seguridad entre las mujeres, ninguna de las cuales había ahorrado antes con una institución financiera.

3. La percepción de seguridad respecto a los bancos es clave en la promoción del ahorro y la inclusión financiera. Las percepciones de las beneficiarias sobre a la seguridad que brindan las instituciones financieras suelen opacar los otros incentivos y beneficios ofrecidos. La mayoría (60%) de mujeres participan-



El banco podría brindar un mejor servicio al cliente: para que [los cajeros] nos entiendan, que hablen quechua cuando saque un préstamo."

–Sofía Ayte Ttito, 47 años, casada con cuatro hijos, quinto grado de primaria, proyecto Corredor; Anta, Perú

tes tanto del programa de ahorro incentivado como del programa de TMC, preferían el BN frente a Credinka porque lo consideraban más seguro, muchas veces, a causa de las demoras en el desembolso de los incentivos por parte de Credinka (a través de Sierra Sur) y porque el banco del Estado es más grande y tiene presencia nacional, generando, así, un mayor sentido de seguridad entre las participantes.

4. La pertinencia, información y accesibilidad de los servicios financieros también es muy valorada. Cuando se les preguntó a las participantes qué podían hacer los bancos para atenderlas mejor, 37% dijo que les gustaría una atención más rápida, señalando que los días de pago de la TMC tenían que esperar de cuatro a seis horas en el banco. Dicho esto, 16% de las ahorristas con cuentas en el Banco de la Nación y Credinka dijeron que preferían el BN porque como ya tenían que ir al banco a cobrar la transferencia podían aprovechar y realizar otras operaciones. Además, 20% del total de mujeres entrevistadas dijo que le gustaría que los cajeros hablaran quechua; 17%, que el personal del banco se tome más tiempo en explicar los conceptos y servicios bancarios; y 11%, tasas de interés más altas y/o incentivos financieros sostenidos.

5. A menos que estén bien por encima del valor del mercado, las tasas de interés incentivadas no serían necesariamente un elemento motivador de peso. Un subsidio de 1.5% tiene, en la práctica, un valor de, solamente, algunos céntimos, lo que no suele ser explicado o entendido claramente por las ahorristas. A pesar de que se les ofrece una tasa de interés incentivada de 1.5% adicional,

de las 20 mujeres beneficiarias tanto de Sierra Sur como de JUNTOS, 25% no conocía la tasa de interés ofrecida por Credinka y 50% respondió al azar y equivocadamente.

6. Los grupos de ahorro aumentan la comodidad y promueven el capital social. De las 22 ex beneficiarias del proyecto Corredor entrevistadas, 77% aún ahorran en bancos, dos años después de haber salido del programa y dejar de recibir incentivos. Además, las mujeres declararon un promedio de 1200 nuevos soles (\$400 USD) en ahorros actuales. 67% de las que habían participado en el proyecto Corredor dijo que sus grupos de ahorros seguían reuniéndose, donde las integrantes van al banco en turnos para hacer depósitos. Así ahorrar se hace más fácil y las mujeres reciben apoyo y motivación del grupo. 21% de estas mujeres ha creado "círculos de préstamo" dentro de sus grupos de ahorro y suelen, con cierta frecuencia, vender alimentos o artesanías para juntar dinero para su fondo de préstamos.

7. Muchas veces los ahorros tradicionales complementan o son transformados en ahorros financieros. Las mujeres que ahorran en bancos suelen mantener algunos animales para vender en caso de alguna emergencia o para transformarlos en ahorros financieros en el futuro. De las mujeres entrevistadas beneficiarias de Sierra Sur y JUNTOS, 47% también conserva a sus animales como una forma de ahorro; mientras que 75% de las ex beneficiarias del proyecto Corredor hace lo mismo.

8. Las participantes y sus familias han comenzado a usar otros servicios financieros, sobre todo cuando se les ofrece y promue-



Me quedo con animales en casa para engordarlos y venderlos por una ganancia que llevo luego al banco.

- **Leonarda Zinzayuca Medrano, 29 años, casada con tres hijos, tercero de secundaria; beneficiaria de Sierra Sur y JUNTOS; Coporaque, Perú.**



ve productos de bajo costo. Muchas de las participantes y sus familiares han comenzado a utilizar otros servicios financieros, sobre todo, cuando éstos son de fácil acceso, bajo costo y promovidos entre potenciales clientes. Ninguna de las participantes de Sierra Sur y JUNTOS han sacados préstamos del BN; mientras que solo algunas (10%) lo han hecho con Credinka —probablemente porque Credinka ofrece condiciones más favorables. Por otro lado, 64% de las ex beneficiarias entrevistadas del proyecto Corredor (que tienen ahorros con Credinka) han comenzado a pedir préstamos en esa institución financiera y/o en otros bancos.

9. A las entrevistadas no les gustaba los requisitos del programa cuando las condiciones no eran bien entendidas o puestas en práctica. Las participantes rechazaban productos financieros estructurados, como un contrato con Sierra Sur para recibir incentivos financieros, cuando había demoras que no eran debidamente informadas a las partici-

pantes. En el momento de la entrevista, el retraso en la entrega de los incentivos fue una razón citada por 43% de las beneficiarias para no continuar ahorrando en Credinka

10. La mayoría de participantes entrevistadas tiene acceso regular a teléfonos celulares. Del total de participantes entrevistadas, 78% tenía acceso (dentro de un periodo de dos semanas) a teléfonos celulares; lo que abre la posibilidad de introducir nuevas tecnologías bancarias que pueden hacer a los servicios financieros más convenientes y accesibles para ahorristas pobres.

RECOMENDACIONES PARA MEJORAR LAS ESTRATEGIAS DE FOMENTO DEL AHORRO.

• Mejorar la pertinencia de los servicios

Los programas de acceso financiero (para cualquier cliente, pero especialmente para los pobres) deben esforzarse para que sus servicios se acomoden lo mejor posible a las necesidades del público objetivo, para ahorrarles su valioso tiempo y dinero. A partir de las res-

puestas de las mujeres entrevistadas, cambios sencillos, como que el banco contrate a personas quechuahablantes (o enseñarle a los cajeros actuales), podría hacer una gran diferencia en cómo las ahorristas experimentan y utilizan los servicios de los bancos. Una de las quejas principales de las beneficiarias de las TMC en el momento de la entrevista, era las largas esperas en el Banco de la Nación, que les consumía prácticamente todo un día. En la actualidad, JUNTOS programa a todas las mujeres de una misma comunidad para que vayan a cobrar la TMC el mismo día, lo que causa las largas colas y esperas. El programa podría cambiar esta programación de manera tal que los días de pago sean más flexibles, o el banco podría contratar a más cajeros para darse a basto en los días en que la demanda aumenta.

Otra opción para mejorar los servicios bancarios, podría ser contar con más unidades bancarias móviles que se trasladen a las comunidades para entregar las TMC y, al mismo tiempo, para que el público pueda realizar otras operaciones bancarias, como depósitos y desembolso de préstamos. Finalmente, dado que los teléfonos celulares son cada vez más accesibles, incluso para los muy pobres, las tecnologías de banca móvil podría permitir a los clientes recibir sus estados de cuenta, transferir fondos e incluso ahorrar desde sus teléfonos celulares.

- **Simplificar incentivos y asegurar su adecuado desembolso**

Cuando el sistema de incentivos es complejo o confuso, es difícil que las participantes los aprovechen durante el tiempo que dura el programa correspondiente. En la medida de lo

posible, los programas para fomentar el ahorro deberían apuntar a brindar incentivos sencillos de explicar y fáciles de entender. Finalmente, en caso de demoras o problemas es importante que los programas informen sobre ello a los participantes en las diferentes sesiones de educación financiera para que no pierdan fe en el programa y/o en la institución financiera. En el caso de Sierra Sur, el proceso de liquidación de las cuentas y del desembolso de los incentivos ha tomado más tiempo de lo inicialmente acordado; y al final de programa no hubo clases de educación financiera lo que contribuyó a los miedos de las mujeres de perder sus fondos. De esa forma, muchas participantes retiraron todos sus ahorros y/o perdieron confianza en el programa.

- **Brindar servicios de seguimiento y capacitación para los grupos de ahorro**

Muchas de las ahorristas ex beneficiarias del proyecto Corredor, continúan reuniéndose una vez al mes con su grupo de ahorro; y muchas manifestaron interés en recibir capacitación en temas financieros de manera sostenida. El enriquecimiento del entorno y la capacitación financiera podrían contribuir a que las ahorristas y sus grupos continúen confiando en instituciones financieras y utilizando bancos en el futuro.

- **Ofrecer a los ahorristas de TMC del Banco de la Nación productos financieros atractivos y confiables**

Mientras que JUNTOS sí ofrece una cuenta de ahorros de bajo costo para las beneficiarias, el banco no ofrece otros productos financieros



dirigidos a poblaciones de bajos ingresos. Frente a las nuevas oportunidades para los nuevos clientes dentro del programa de TMC (400,000 beneficiarias de JUNTOS, en ascenso), el Banco de la Nación debería ampliar su oferta de productos para asegurar la disponibilidad y promoción de productos financieros seguros y de bajo costo para este segmento de la población. Además, el BN debería considerar ofrecer opciones de ahorro a largo plazo, con intereses altos (y/o incentivados). A las ahorristas del proyecto Corredor se les ofreció una cuenta a plazo fijo con tasas de interés más altas en Juliaca y 52 de ellas (o 17.5% de las 297 beneficiarias entrevistadas para el estudio del proyecto Corredor) decidieron abrirla⁵. Para responder a las necesidades de las ahorristas y que puedan tener acceso a su dinero cuando fuese necesario, el banco podría considerar incluir, también, en el caso de las cuentas a plazo fijo una salvedad para los participantes que deseen posibilidad de retirar su dinero en caso de extrema necesidad.

OPORTUNIDADES PARA FUTURAS INVESTIGACIONES

• Concepciones asociadas a las TMC y a los ahorros

Una de las discrepancias más interesantes que surgieron en las entrevistas fue cómo las participantes conceptualizaban sus ahorros⁶ a partir de las TMC. Por lo general, las benefi-

5. Trivelli, Carolina y Johanna Yancari (2008). Las primeras ahorristas del proyecto Corredor Evidencia de la primera cohorte de ahorristas de un proyecto piloto. Documento de Trabajo 153, Serie Economía 48. IEP: 2008.

6. Thaler, Richard H. and Sunstein, Cass. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press, Marzo 2008.

ciarias no concebían al dinero de las TMC que guardaban en el BN de la misma manera que los ahorros provenientes de otras fuentes de ingresos. Por lo tanto, con frecuencia, el dinero de las TMC que se deja en el banco no es considerado un ahorro. Si bien este estudio no pudo explorar el tema más en profundidad, sería interesante averiguar cómo conciben las beneficiarias los ahorros provenientes de las TMC, en oposición a otras fuentes de ingreso.

• TMC articuladas con cuentas de ahorro incentivado

Este estudio que se centró tanto en JUNTOS como en un programa de ahorro incentivado (Sierra Sur), puede ser visto como una aproximación de lo que una beneficiaria podría experimentar en un programa de ahorro incentivado articulado con uno de TMC. No obstante, en la medida en que más países Latinoamericanos implementan este tipo de programas —posiblemente con incentivos financieros— sería útil contar con más investigación sobre los efectos y las tasas de ahorro de mujeres de bajos ingresos involucradas en estos programas integrados.

• Evaluar la contribución “sugerida” al ahorro

Una de las formas en que los programas de acceso financiero puedan tener un efecto sobre los montos que las beneficiarias ahorran es establecer metas u objetivos programáticos, que, por lo general, se crean en forma de subvenciones o de incentivos limitados. No obstante, en el caso de JUNTOS —programa que no ofrece incentivos financieros, pero que para promover el ahorro, las beneficiarias entran automáticamente en

un sorteo bimensual de productos para el hogar— una de las maneras en que el programa ayuda a establecer estas metas de ahorro es haciendo que el personal del programa y los cajeros de los bancos “sugieran” una contribución al ahorro para los participantes, por lo general, en el rango de entre 10 a 20 nuevos soles⁷ (que suele ser el monto que los participantes ahorran dos veces al mes)⁸. Investigaciones futuras pueden plantear “sugerencias” distintas con relación al ahorro para ver qué efectos podrían tener sobre los ahorros. La investigación también se podría orientar hacia la experiencia de las beneficiarias en el programa JUNTOS y entender mejor sus razones para ahorrar: si están ahorrando con metas específicas, para administrar de manera ordenada su dinero, o porque consideran que es un requisito del programa (en la medida en que el personal las alienta a ahorrar).

• Banca móvil

Si bien es aún un campo emergente, ya existe la oportunidad de llegar a millones de personas mediante tecnologías de la comunicación, como la banca móvil (utilizando teléfonos celulares para realizar transacciones a distancia), agentes no bancarios en puntos de venta y redes de tarjetas electrónicas⁹. Estas nuevas e innovadoras tecnologías brindan una manera interesante para llegar a los pobres y a los no

bancarizados en una escala sin precedentes. Investigaciones más en profundidad podrían centrarse en las posibilidades que brindan las nuevas tecnologías para ayudar a los pobres a ahorrar y a utilizar servicios financieros; así como, la importancia relativa de proveer información complementaria, educación financiera e incentivos para promover el ahorro y la acumulación de activos.

• Programas personalizados e incentivos personalizados

Estudios futuros y proyectos piloto podrían proveer incentivos financieros simplificados fáciles de administrar por los bancos, como tasas de interés significativamente más altas. Además, los programas piloto podrían también servir para probar los conocimientos derivados de los estudios sobre economía conductual, como las características de los ahorros automáticos. Por ejemplo, cada mes las deducciones a los depósitos TMC podrían hacerse de forma directa a los depósitos podrían hacerse de las TMC, quizás con un monto predeterminado “sugerido” por el programa para evaluar los ahorros y percepciones de los participantes de bajos ingresos en estas circunstancias. Otro piloto podría probar opciones predeterminadas para cuentas a plazo fijo ofrecidas a los participantes. Cualquier característica automática como esta debe ser explicada y comunicada de manera efectiva a las participantes para que no se sientan engañadas o para que no pierdan fe en la institución financiera.

• Posibilidades de acumular activos a largo plazo

Si bien los programas de acceso financiero en Perú han logrado ayudar a las mujeres a utili-

7. Aproximadamente de 3 a 7 dólares.

8. Capital Project. “Savings Promotion amongst Women Beneficiaries in the JUNTOS program: Initial Results of a Pilot Project in Peru.” In Short Bulletin #14, Proyecto Capital, Marzo 2010.

9. Ivatury, Gautam and Mas, Ignacio. “The Early Experience with Branchless Banking.” CGAP Focus Notes No.46, Abril 2008. Este reporte discute sobre nuevas tecnologías bancarias en África, Brasil, Filipinas, entre otros países.

zar servicios financieros y a administrar sus finanzas de manera más efectiva; no queda claro, aún, si estos programas hacen realmente posible que las mujeres acumulen activos (como un pequeño negocio, vivienda/terreno o educación superior) para salir de la pobreza a largo plazo. Futuras investigaciones longitudinales podrían centrarse en cuánto se utilizan estos ahorros con miras a la adquisición de activos en el largo plazo y no al manejo de las finanzas del hogar en el corto plazo. También, en cuán importantes son los incentivos financieros para promover la acumulación de activos y qué efectos podrían tener los programas de ahorro en generaciones futuras. ●

BIBLIOGRAFÍA

- Capital Project. "Savings Promotion amongst Women Beneficiaries in the JUNTOS program: Initial Results of a Pilot Project in Peru." *In Short Bulletin* #14, Proyecto Capital, Marzo 2010.
- Collins, Daryl, Murdoch, Jonathan, Rutherford, Stuart, Ruthven, Orlanda (2009). *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day*, Princeton: Princeton University Press.
- Ivatury, Gautam and Mas, Ignacio. "The Early Experience with Branchless Banking." *CGAP Focus Notes* No.46, Abril 2008.
- Thaler, Richard H. and Sunstein, Cass. *Nudge: Improving Decisions about Health, Wealth, and Happiness*. Yale University Press, Marzo 2008.
- Trivelli, Carolina y Johanna Yancari (2008). *Las primeras ahorristas del proyecto Corredor Evidencia de la primera cohorte de ahorristas de un proyecto piloto*. Documento de Trabajo 153, Serie Economía 48. IEP: 2008. ●

Esta publicación es posible gracias al apoyo de la Fundación Ford.



El contenido del presente documento puede ser utilizado siempre y cuando se cite la fuente.