

en breve



Número 44 / diciembre de 2013

EN EL CAMINO HACIA LA INCLUSIÓN FINANCIERA: ACERCAMIENTOS A LA TECNOLOGÍA DE UNA POBLACIÓN RURAL RECEPTORA DE TRANSFERENCIAS MONETARIAS CONDICIONADAS. ESTUDIO DE CASO EN EL PERÚ*

MARÍA CRISTINA GUTIÉRREZ
MARÍA DEL PILAR GUERRERO

LA INCLUSIÓN FINANCIERA EN EL PERÚ

La inclusión financiera es un proceso que permite el acceso y uso de productos y servicios financieros (ahorro, crédito, seguros, etcétera) a costos razonables a los *no bancarizados*. Además, se constituye en una herramienta de política social que apunta al logro de los objetivos de reducción y alivio de la pobreza (Maldonado 2011). En este marco, la inclusión financiera se presenta como un objetivo genuino que contribuye al desarrollo del país; que por su impacto en la sociedad, debe ser liderado por el Estado y, en el caso del Perú, tanto por el Ministerio de Economía y Finanzas como por el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

(MIDIS), en compañía de los programas de protección social (JUNTOS, PENSIÓN 65, FONCODES, etcétera) y de las instituciones del sector privado y la sociedad civil que permitan brindar una adecuada plataforma bancaria dirigida a la inclusión de los hogares más vulnerables que carecen de acceso a los servicios financieros. La estrategia asumida por el MIDIS para promover la inclusión financiera entre los receptores de los programas de protección social es, en primera instancia, mediante el pago de las transferencias de los programas sociales; en segunda instancia, mediante el uso de las cuentas de ahorro; en tercera instancia, mediante el uso de seguros y micro seguros; y, finalmente, en cuarta instancia mediante el uso del crédito (RM-030-2013 MIDIS).

* Este documento está disponible en Proyecto Capital: www.proyectocapital.org.

Y es que en los hogares con bajos ingresos, el ahorro monetario representa la base de todos los demás servicios financieros e instrumentos de inclusión ciudadana, pues facilita la suavización de los niveles de consumo, la inversión productiva, la protección ante riesgos familiares y profesionales. Asimismo, permite el incremento de la capacidad de negociación personal y la autoestima, la influencia social y la participación política.¹

En el caso peruano, el Banco de la Nación (de aquí en adelante BN) es la entidad estatal encargada de ser la plataforma de pagaduría de los programas sociales. El BN se presenta como la entidad proveedora de canales de atención financiera cuya plataforma bancaria tiene la más amplia cobertura de servicios financieros en las zonas donde no existe otra oferta financiera. Así, y como parte de los esfuerzos desde el Estado para la promoción de la inclusión financiera, en el 2012, el BN desarrolló el Programa de Inclusión Financiera (PIF) que apuntaba fundamentalmente a promover el acceso financiero entre los receptores del Programa de Transferencia Monetaria Condicionada JUNTOS² y poblaciones vulnerables, proporcionándoles herramientas tecnológicas que posibiliten el desarrollo de emprendimientos y el poder valerse por sí mismos en situación de vulnerabilidad.

1. Cf. Proyecto Capital <www.proyectocapital.org>. Esto ha sido estudiado ampliamente por la comunidad académica en países en desarrollo: Banerjee y Duflo (2011), Dupas y Robinson (2009); Karlan y Appel (2011), Pickens et al. (2009); Rutherford (2000).

2. Este programa brinda una transferencia de S/. 200 (aproximadamente US\$ 77) cada dos meses a hogares en condición de pobreza o pobreza extrema, sujeto al cumplimiento de las condiciones relacionadas a la salud, nutrición e identidad de sus hijos. Aquellos hogares que califican son hogares pobres con mujeres embarazadas y/o niños que están completando la secundaria o que son menores de 19 años (MIDIS 2013).

¿POR QUÉ EL ACCESO A INCLUSIÓN FINANCIERA MEDIANTE DISPOSITIVOS TECNOLÓGICOS?

Es de conocimiento que la plena inclusión financiera solo se dará cuando toda la población pueda utilizar efectivamente servicios financieros de calidad, provistos de una manera conveniente y con dignidad para sus clientes, quienes deberían tener acceso a ellos a precios asequibles.³ Estos aspectos, en parte, son tomados en cuenta por una industria financiera que maneja hoy en día diversos recursos y soluciones desde el lado del uso de tecnología y medios de comunicación para mejorar el acceso a servicios y productos financieros.

En el Perú, a pesar de los grandes avances, aún existen problemas de acceso al sistema financiero en zonas rurales, donde se ubica la mayoría de usuarios de programas sociales. Esta situación, unida al desconocimiento de conceptos financieros, limita la inclusión financiera de esta población.

Estas limitaciones llevan al Programa de TMC JUNTOS a entregar la transferencia en efectivo, mediante el uso de *transportadora de dinero*,⁴ lo que eleva los costos operativos del programa: el proceso de pagos a ciertas zonas resulta muy caro e incluso más costoso que el monto de la misma transferencia; el 32% de usuarios cobra mediante transportadora a un costo de entrega por usuario de S/. 7;⁵ en zonas de densa vegetación, este monto asciende a S/. 13; y llega a S/. 368 en el caso de requerirse un helicóptero para la entrega. Estos costos son elevados para JUNTOS, consi-

3. Cf. Center for Financial Inclusion.

4. Def: Camión de caudales que transporta la Transferencia Monetaria Condicionada a zonas donde residen usuarios de Programas Sociales, donde no hay presencia de agencias bancarias.

5. US\$ 1 = S/. 2.7.

derando que el costo de entrega por agencia es solo S/.2 (MIDIS 2013).

A pesar del incremento en los costos que implica el pago de dinero por transportadora, este servicio cumple con el objetivo de entregar la transferencia a la población que reside en zonas alejadas de entidades financieras y que, de lo contrario, correría con altos costos de transacción para acudir a una agencia bancaria. La desventaja de este tipo de pago es que elimina la relación de la población usuaria con la entidad financiera, impidiendo el proceso de aprendizaje que surge a partir de ella, tal como el uso de la tarjeta en un POS (*Point of Sale*), el uso del cajero automático, el manejo y cuidado de la clave secreta, entre otros.

¿Cómo llegar a la población usuaria que, como clientes, tienen necesidades únicas? Para Diniz *et al.* (2011), esto se dará mediante la innovación, eficiencia y disponibilidad de infraestructura de Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC).

En el Perú, la tarea de entrega de transferencias la lleva a cabo el Banco de la Nación, el que ha incorporado en el proceso de pago a diferentes instituciones, así como el uso de las tarjetas electrónicas (débito) y cuentas de ahorro, en un esfuerzo por incluir a los pobres en el sistema financiero. Así, también, ha estado desarrollando diversas acciones para incluir a más población usuaria de programas sociales, logrando entregar la transferencia con el apoyo en tecnologías, como el cajero automático y redes de Agentes MULTIRED (cajeros corresponsales no bancarios). Es frente a esto que, en el 2012, el BN —al interior del PIF— diseñó tres productos que facilitarían el acceso financiero a los receptores del programa de protección social, incluidas las usuarias del Programa de Transferencia Monetaria Condicionada JUNTOS: agentes corresponsales no bancarios,

cajeros en idioma nativo y productos de ahorro programado.

PRODUCTOS ORIENTADOS A LOGRAR LA INCLUSIÓN DE USUARIOS DE PROGRAMAS SOCIALES

Estos tres productos se probaron para evaluar su viabilidad y aceptación en población usuaria de programas sociales, específicamente en la población de JUNTOS.

Agente MULTIRED

El Agente MULTIRED es en esencia un agente corresponsal no bancario. Como se sabe, los agentes corresponsales no bancarios se han desarrollado de forma intensiva en los últimos años (son exitosos los casos latinoamericanos de Brasil con “La Caixa”⁶ y Chile con “Caja vecina”⁷); su desarrollo busca llevar los servicios que se realizan usualmente en las agencias bancarias a las *bodegas*⁸ u otro tipo de negocios cercanos a la población usuaria. Por ello, operar agentes corresponsales no bancarios es menos costoso que operar agencias bancarias: minimiza los costos fijos al utilizar negocios ya existentes, por lo cual no requiere invertir en nueva infraestructura. Además, solo se incurre en costos —pago de comisiones— cuando las transacciones se realizan; a diferencia de las agencias, en las que los costos fijos existen independientemente del número de transacciones. Por este motivo, los agentes corresponsales no bancarios son ideales para atender cuentas con balances bajos y transacciones poco frecuentes.⁹

El Agente MULTIRED tiene como objetivo generar un canal de atención que permita, mediante el

6. Cf. <www.caixa.gov.br>.

7. Cf. <www.bancoestado.cl>.

8. Def: Almacén, tienda de abarrotes y comestibles.

9. Cf. Gates Foundation.

uso de POS (*Point of Sale*), realizar transacciones y trámites de forma rápida y segura, sin tener que ir a la agencia del BN. Este canal de atención se implementaría en pequeños negocios ubicados en distritos con población usuaria de programas sociales, que residen en zonas periurbanas y rurales. Un producto que beneficiaría tanto al cliente en el ahorro de costos de transacción, como al propietario del negocio quien podría obtener ingresos extras. El público objetivo de los Agentes MULTIRED sería toda la población donde se ubicaría el agente corresponsal no bancario, primordialmente los receptores de los programas sociales (JUNTOS, PENSIÓN 65), pero también cualquier otro cliente que posea una cuenta o tarjeta del BN (profesores, policías, funcionarios públicos, etcétera).

Dialectos Nativos en ATM (Cajeros automáticos)

El Proyecto Dialectos Nativos en ATM (Automated Teller Machine) tenía como objetivo facilitar la comprensión y, en consecuencia, el uso del ATM a través de su adecuación al dialecto quechua o aimara. Ello permitiría a los receptores de programas sociales hacer un uso sencillo y frecuente de los servicios de pagaduría y consultas de las cuentas de ahorro. Estos ATM contarían con una secuencia de pantallas especialmente diseñadas con la incorporación de audios en idiomas nativos y flashes indicadores¹⁰ para facilitar el uso.

Ahorro Programado Niño y Emprendedor

El Proyecto “Ahorro Programado Niño y Emprendedor” es, en esencia, dos productos de ahorro que el BN desarrolló para las usuarias del Programa JUNTOS. El Proyecto “Ahorro Programado Niño” buscaba promover la cultura del ahorro

con la finalidad de incrementar la inversión en educación, salud u otros en los hijos de la familia. Por otro lado, el Proyecto “Ahorro Programado Emprendedor” buscaba incentivar la cultura del ahorro con la finalidad de desarrollar iniciativas productivas, emprendimientos individuales o comunales. Para acceder a ambos productos, el cliente debía definir el objetivo del ahorro —ya sea para los hijos o para un emprendimiento—, el monto a depositar mensualmente y el plazo de permanencia. Posteriormente, se le entregaría una tarjeta de débito con un diseño gráfico específico (ya sea la tarjeta de ahorro para niños o para emprendedor) y esto permitiría al cliente acudir frecuentemente al banco a hacer depósitos a través de su tarjeta. El atractivo de estos productos es que brindaría tasas de interés preferenciales; sin embargo, sólo podrán ser adquiridos por usuarios de programas sociales.

¿CUÁL ES EL ACTUAL ACERCAMIENTO DE LAS MUJERES USUARIAS DE JUNTOS A LA TECNOLOGÍA?

Frente a esta estrategia, basada en el desarrollo de productos y servicios financieros para la población de JUNTOS, se hizo necesario conocer la potencial acogida que tendrían estos nuevos productos. Es así que se decidió realizar un estudio exploratorio y descriptivo. El objetivo general fue explorar entre la población de usuarias del Programa JUNTOS, la aceptación y viabilidad de los tres nuevos productos financieros. Sin embargo, aquí se expondrán únicamente los resultados referentes a las percepciones de acercamiento a la tecnología que involucra su uso.

En este estudio de caso, se aplicó una metodología cualitativa, basada en grupos focales,¹¹ que permi-

10. Los *flashes* indicadores hacen referencia a la señalización luminosa que aparece en cada monto de retiro acompañado del audio. Esto para hacer más fácil la identificación del monto que se desea retirar.

11. La selección de la herramienta, el grupo focal, reside en la importancia que esta otorga al estudio de las experiencias y de las perspectivas de los participantes. El énfasis en la perspectiva de los participantes se debe a



tiera explorar nuevos temas y entender complejidades para comprender el comportamiento de la sociedad y, en este caso, el vínculo de las usuarias del Programa JUNTOS a productos potenciales de inclusión financiera.

El estudio se llevó a cabo en los distritos de Cochabamba (154 hogares JUNTOS que cobran en transportadora) y Orcotuna (188 hogares JUNTOS que cobran en agencia), ambos de la provincia de Concepción, en la Región Junín. Los distritos pre-seleccionados para el análisis fueron aquellos donde no se haya intervenido antes con programas de educación financiera; distritos donde se utilice únicamente un medio de entrega de la transferencia, ya sea mediante agencia o transportadora; y, finalmente, que por cuestiones de validez, cuenten con un número similar de usuarias.

Se realizaron cuatro grupos focales, dos en cada distrito, diferenciando en cada distrito dos rangos de edades: de 18 a 35 años y de 36 a más años de edad. Se realizó esta diferenciación porque el acceso a tecnologías no suele ser el mismo en mujeres de diferentes edades. Así, se recogió el testimonio de 20 mujeres de Orcotuna y 16 de Cochabamba.

ACERCAMIENTO PRIMARIO A LA TECNOLOGÍA EN GENERAL

Cuando se realizaron los grupos focales, se exploró inicialmente el acercamiento que las usuarias habían tenido a cualquier tipo de tecnología, preguntándoles por tres medios: el celular, los ATM y el POS. Se realizó de esta manera porque el concepto de tecnología empleado para este documento hace referencia a las TIC (Tecnologías

que ella subyace en las actitudes y opiniones. Permite conocer colectivamente qué es lo que se piensa sobre un tema, cómo es que se piensa y por qué se piensa de esa manera determinada (Morgan 1997).

de la Información y Comunicación) que permiten la inclusión financiera.

El Celular

En relación con este medio de comunicación, más de la mitad de las mujeres afirmaron usar celular, sobre todo las mujeres más jóvenes. Sin embargo, señalaron poco tiempo de uso del aparato: algunas dijeron tener celular —por primera vez— desde un mes atrás antes del recojo de información para este estudio y otras señalaron tenerlo desde uno o dos años atrás. Muchas de ellas aprendieron a utilizarlo gracias a sus hermanos, parejas e hijos menores. Tienen en cuenta que es necesario, sobre todo en situaciones de emergencia.

El uso, sin embargo, es limitado: las mujeres únicamente saben utilizar el teléfono para recibir y realizar llamadas u otros usos básicos. Aunque saben que el dispositivo presenta más funciones de uso, manifiestan no tener tiempo para aprender o no entender cuando les explican.

El ATM

Ante la fotografía de un cajero, todas las participantes de Orcotuna señalaron que sí lo conocían. Manifestaron que antes cobraban la transferencia de JUNTOS por este medio.¹² El personal de agencia del banco, los agentes de seguridad, así como los Gestores Locales de JUNTOS les han “enseñado” a utilizarlo, pero de manera muy rápida, sin asegurarse de que entiendan.

12. Esta es una afirmación escuchada también en otros departamentos. Después de la instalación de los cajeros, recibieron instrucciones del personal del BN y de los Gestores Locales de JUNTOS de cobrar por este medio, pues congestionaban las ventanillas de la agencia durante los cobros bimensuales.

“El guachimán¹³ nomás nos ha enseñado. En la entrada aplastó, pum, pum y me dice ahora ponga su clave y ya, le digo”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

Elas sienten que no saben utilizar el ATM y, aunque tienen muy presente cuál es su clave secreta, el problema reside aún en la desconfianza hacia la máquina y el nerviosismo que sienten al utilizarla. Realizar esta acción forzosamente afecta su aprendizaje.

“Alguien nos debe enseñar [...] claro que tiene sus flechitas para poder aplastar, sus lucecitas, porque son de colores. Una es azul y verde. Pero señorita, ¿y qué tal lo aplastamos al revés? {RISAS}. A eso voy señorita. Claro que deben enseñarnos bien [...] si no deben decirnos tal cosa es para que salga, para que entre. Pero no pues, señorita, no nos dicen”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

“Porque de leer y escribir todo lo sé pero al momento de que voy a ponerle el número [la clave] me pongo nerviosa porque sé que atrás están esperando. Si me relajo de repente hasta puedo ver bien, y más que soy corta de vista [...] Ya, tengo que agacharme y ver bien el número. Nervios”.

Usuaría de Juntos (36 años a más), Orcotuna

Esta desconfianza las hace acudir al ATM únicamente cada dos meses, en el momento del cobro de la TMC. Además, no suelen acudir solas por temor a que el cajero se quede con su tarjeta (en caso digiten mal su clave) o que este les arroje billetes falsos. Finalmente, las mujeres recalcaron dos cosas que son necesarias de rescatar: en primer lugar, comentaron que prefieren seguir cobrando por el ATM, aunque no sepan con seguridad cómo manipularlo, pues en la ventanilla se ponen mucho más nerviosas al tener que firmar y al tener que colocar su huella digital; y, en segundo lugar, ellas consideran que el uso adecuado del cajero vendrá con capacitaciones, con el tiempo, con la práctica y con:

13. Def: Persona destinada a brindar seguridad al establecimiento, agencia. Vigilante, agente de seguridad.

“[...] Tomar algo para los nervios y recordar”.

Usuaría de Juntos (36 años a más), Orcotuna

En Cochabamba, el panorama es otro, debido a que en este distrito no hay oferta financiera. Ante la imagen de un ATM muy pocas señalaron haber visto uno, y ninguna dijo haberlo utilizado. Las únicas experiencias que tuvieron se restringen a oportunidades en las que acompañaron a sus familiares a realizar alguna transacción utilizando este medio. A otras solo les han comentado al respecto. Las que conocían o sabían respecto al ATM comentaron preocupadas que tenían unas tarjetitas¹⁴ que les había entregado el Gestor Local de JUNTOS,¹⁵ pero que no les habían explicado para qué servían. No conocían lo que era una clave secreta y tampoco sabían si tenían una. Únicamente tenían las tarjetas guardadas en su hogar como les había indicado el Gestor Local, previniéndoles que las guarden y no las empleen para cobrar.

“A mí me han dado, señorita, mi tarjeta y [...] pero no sé cuál es el código, cual es la clave, nada señorita”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Cochabamba

EL POS

Cuando se les preguntó si conocían lo que era un POS, las mujeres de Orcotuna respondieron rotundamente que no. Posteriormente, al enseñarles un POS, recordaron que ellas habían utilizado este aparato en el BN cuando se les entregó por primera vez su tarjeta MULTIRED. Comentaron que el POS funcionaba igual que un cajero, pues recuerdan el uso que le dieron alguna vez en ventanilla.

14. Las tarjetitas a las que hacen referencia son las tarjetas de débito entregadas por el Banco de la Nación, a la casi totalidad de usuarias de JUNTOS, sin importar si tienen una agencia del banco cercana o no.

15. El gestor local es la autoridad del Programa JUNTOS en un distrito. Entre sus tareas, se encuentran: validar las condicionalidades de los hogares receptores, realizar las tareas informativas y proponer nuevos hogares para ser incluidos en el Programa.

“Eso también será como cajero porque hay locales que lo pasan la tarjeta y te piden que marques tu clave y para que confirmes machuca el botoncito verde. Casi como un cajero”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

Finalmente, comentaron que entre cobrar por el cajero y cobrar por ventanilla, este último medio les resultaba mucho más fácil, pues únicamente tenían que marcar su clave, mientras que en el ATM había una mayor cantidad de opciones.

“Porque ahí marcas tu clave nomás y marcas el verde. En cambio en el otro tienes que marcar lo otro, lo otro. Medio, más complicado. Para mí. Más fácil es para mí porque me dices marca tu clave, marco mi clave.”

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Orcotuna

Esto resulta interesante de resaltar, ya que cuando se conversó con las mujeres sobre el uso del cajero, ellas señalaron que realizar los cobros en ventanilla les resultaba complicado, al tener que firmar y colocar su huella digital. Esta contradicción nos permite inferir que ambos medios (POS en ventanilla y ATM) son herramientas con las que aún no se sienten confiadas y no se encuentran del todo cómodas con su uso.

En Cochabamba, igualmente se les mostró el POS y se les preguntó si sabían qué era o si alguna vez lo habían empleado. Algunas de ellas pensaron que se trataba de una calculadora. Es así como se les pasó a explicar qué era y para qué servía. Las mujeres mostraron interés en el POS, en conocer su clave, hacer uso de su tarjeta, y en el procedimiento de retiro de dinero. Incluso se mostraron con disposición para aprender a usarlo.

“Porque como dicen, todo se puede aprender cuando dan charlas, todo, pero no es por miedo señorita”.

Usuaría de JUNTOS (36 a más años), Orcotuna

A partir de la exploración del acercamiento general a dispositivos tecnológicos, se puede inferir el

limitado y poco frecuente acceso que tienen las usuarias de JUNTOS a tecnología básica, así como también el uso primario que le dan.

ACERCAMIENTO TECNOLÓGICO A TRAVÉS DE LOS PRODUCTOS DEL BANCO DE LA NACIÓN

Se considera que un aspecto importante del uso futuro de una tecnología que permita acceso financiero es el hecho de sentir comodidad al interactuar con tales dispositivos. Por ello, se señalan a continuación no sólo los primeros acercamientos de esta población a servicios financieros que requieren uso de tecnología, sino también las posibles trabas o limitaciones que las mujeres encuentran en el contacto potencial a estas herramientas tecnológicas.

¿Acercamiento a través del Agente MULTIRED?

La confianza en este servicio y, más allá de eso, el hecho potencial de usarlo se vislumbra positivamente, debido a que los costos de transacción y otras incomodidades fomentan el uso de tecnologías en esta población.

“Esperan desde las dos de la mañana, desde la una de la mañana esperan. Y sentadita esperan. En el frío estamos esperando”.

Usuaría de JUNTOS (18-35 años), Cochabamba

Así, el uso de la tecnología no se ve más como un obstáculo, ya que al significar la eliminación de otras cuestiones más costosas —como pasajes o tiempo— se busca reemplazarlo con el conocimiento. El deseo de aprender gana. En ese sentido, si bien el deseo de aprender está en mujeres que no han usado su tarjeta ni una sola vez, el concepto del agente corresponsal para el cobro aún resulta abstracto.

“[Sí lo usaríamos] Porque también es más cerca de lo que van a ir a Huancayo porque hay algunas personas que a veces ni para su pasaje tienen. Entonces, ya acá más cerca. Ya no tienen gasto de pasaje”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

En general, se encuentra otra traba con respecto al tema de la seguridad y la confianza. Se menciona la confianza en el POS, más que en el tendero, porque las mujeres consideran que estarían confiando más en la tecnología que conlleva el POS —es decir en la marca del BN— que en el responsable del establecimiento comercial. Así también, señalan los temores que conlleva el sistema del agente, tales como recibir billetes falsos, sufrir asaltos y no saber manejarlo eficientemente. Además, mientras algunas mujeres de mayor edad comentaron que no confiarían en este sistema, las mujeres más jóvenes dijeron que sí, denotando que mientras las mayores presentan más problemas de confianza, las más jóvenes están más dispuestas a aprender y arriesgarse.

“Confiaríamos pues, plenamente en la máquina”.

Usuaría de JUNTOS (18-35 años), Cochabamba

“Porque es en una tienda nomás. De repente se va ese encargado de la tienda. De repente encargado puede decir, se va, se ha ido, se pasa a otro sitio. Entonces, se perdería el dinero que estamos juntando”.

Beneficiaria de JUNTOS (36 años a más), Cochabamba

¿Acercamiento a través del ATM Nativo?

Este producto generó emoción en las usuarias de Orcotuna,¹⁷ al entender lo que estaban escuchando a partir del audio. De inmediato mencionaron que sería muy fácil hacer uso del ATM si alguien les hablara así. Con estos audios no necesitarían

17. Esto debido a que en este distrito hay población quechua hablante, mientras que en Cochabamba no; además de que las mujeres de Cochabamba nunca han tenido un acercamiento al uso del ATM, por lo que no se consideró pertinente recoger sus opiniones sobre algo desconocido para ellas.

del Gestor Local del Programa JUNTOS, ni del agente de seguridad para utilizarlo eficientemente. Este aspecto es fundamental, debido a que independiza a las usuarias, brindándoles más confianza en el uso de tecnologías que, aunque siguen siendo complejas para ellas, ahora con un apoyo remoto se vuelven operables.

Otro aspecto positivo es que, incluso para las usuarias que hablan castellano, los audios también resultan útiles, debido a que por la edad, son cortas de vista o no pueden leer bien las indicaciones que se muestran en las pantallas del cajero.

“Si habla de quechua o de castellano. Con ese podemos guiar, señorita”.

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Orcotuna

“Para mí sí, porque como le dije enantes, yo soy corta de vista. Entonces, tengo que acercarme demasiado. Pero por ejemplo si me hablan ya lo entiendo”.

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Orcotuna

¿Acercamiento a través del Ahorro Programado Niño-Emprendedor?

El producto “Ahorro Programado Niño” resulta atractivo para las usuarias del programa social por dos motivos: el poder ahorrar para la educación de los hijos y la posibilidad de que las mujeres elijan el monto que pueden ahorrar. Sin embargo, ellas manifestaron que para utilizarlo tendría que haber una agencia del BN (o agente) muy cerca a sus hogares pues si no es así, los costos de transacción serían superiores a los montos de depósitos que ellas podrían realizar.

“Pero eso sería siempre y cuando el banco está ahí cerca, pero yendo a Concepción más tu pasaje...”.

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Cochabamba

El producto “Ahorro Programado Emprendedor” no resultó tan atractivo como el producto de ahorro dirigido a los niños del hogar, porque las mujeres señalan a sus hijos como prioridad y afir-

man no contar actualmente con posibilidades de planificar o implementar algún tipo de emprendimiento por más pequeño que fuera, ya que este programa fomenta el ahorro sostenible en un periodo determinado que resulte en un capital para la inversión en un negocio.

Finalmente, un aspecto interesante a resaltar es la mención que hacen las mujeres sobre la posible tasa de interés que recibirían como pago al ahorro, factor determinante para aceptar el producto. Así, el uso de la tecnología va más allá del manejo de tarjetas y del POS, pues se vincula con los conceptos financieros que también implican el uso cognoscitivo de las herramientas tecnológicas. Se puede decir que el uso de la tecnología, más allá del “poder usarlo”, se relaciona también con el “querer usarlo”. Como muestra, se evidencia la relación de montos de depósito con los costos de transacción que plantea este producto: “si el pasaje para depositar sale más caro que el depósito de ahorro, no me beneficia”. Así, en este producto, más que en los otros dos mencionados anteriormente, el uso de la tecnología está en función a los costos de transacción.

PROBLEMAS QUE MERMAN UN POSIBLE ACERCAMIENTO DE LAS USUARIAS DE JUNTOS AL USO DE LA TECNOLOGÍA EN SERVICIOS FINANCIEROS

Después de haberse realizado una descripción de la aceptación (y posible rechazo) de los tres productos por las usuarias de JUNTOS, en esta sección se describen tres elementos —identificados a partir del análisis y observación en campo— que facilitarían mucho más el uso de estos dispositivos tecnológicos; con ellos se tendría una mayor facilidad de inserción en el sistema financiero, aunque actualmente estén mermando este acercamiento.

El trato del personal de agencia en el Banco de la Nación a las usuarias de programas sociales

El trato que las usuarias reciben al interior de una entidad financiera es un factor que bien les puede dar confianza o las restringe enormemente para seguir acercándose a esta. Por ende, este debe ser un tema a tratar con sumo cuidado, pues se está atendiendo a población vulnerable que ha estado por mucho tiempo desvinculada del sistema financiero. Es así que los primeros acercamientos son fundamentales, ya que este contacto con la entidad financiera es elemental para (i) que las usuarias puedan recibir información, (ii) conocer al personal del BN y (iii) crear los primeros lazos de confianza en la entidad. Si en algún momento este acercamiento se ve perturbado de una forma u otra, se impedirá posteriores acercamientos y se generará una distancia entre el cliente y la entidad.

Y es que el BN debe tener en cuenta que trata con población que, en primer lugar, no tiene contacto con entidades financieras, y que por ello, el conocimiento sobre servicios financieros que poseen es casi nulo. En segundo lugar, las usuarias de estos programas tampoco se relacionan con personas en ámbitos desconocidos, debido a que viven en comunidades alejadas y por ende sólo conocen el círculo de su comunidad; además, la mayoría de ellas se dedica a labores del hogar y/o actividades en solitario o familiares. Es en este contexto donde se forman sus caracteres y, por lo tanto, suelen ser más sensibles a las respuestas de otras personas. Al ser más sensibles, una primera mala experiencia (que puede ser incómoda, deficiente e incluso doliente) les causa una idea inicial que es difícil de eliminar y cambiar posteriormente. Esta mala experiencia no sólo será internalizada, causando rechazo a entidades nuevas, sino también será compartida entre sus familiares y amigas, ante lo cual se propaga y generaliza en el pequeño ámbito del distrito o de la comunidad.

Por ello, se debe entender la gravedad de un trato inadecuado en una entidad que no sólo es una entidad financiera, sino que se considera (debido al nombre) como un trato indirecto del Estado.

En los grupos focales realizados, las mujeres de Orcotuna y, en menor medida, las de Cochas (al relatar lo que han percibido o escuchado y no necesariamente vivido) mencionaron que perciben:

- Trato diferenciado con respecto a otros clientes del banco, lo que se refleja en el hecho de formar colas diferentes y el trato que reciben en la ventanilla.
- Trato de mala calidad, del que las mujeres han escuchado o han experimentado, siendo este compuesto de gritoneos y poca paciencia.
- Una atención rápida y abrupta, donde el personal del banco no se toma el tiempo de explicarle a las usuarias detalladamente los pasos a seguir en la ventanilla o cajero para poder hacer de manera eficiente el retiro de su transferencia.
- Mejor trato en otras entidades financieras. Las mujeres que han hecho uso de servicios en otras entidades y comparan el trato con el del BN comentan que en aquellas el trato es más delicado y con mayor paciencia, siendo en general una atención personalizada.
- Que las personas que trabajan en el banco son profesionales y, por lo tanto, deberían tener más paciencia y atención con el cliente. Reconocen que los trabajadores se encuentran en una posición superior en el banco y, por lo tanto, es injusto que las traten así.

Así, siendo el banco el espacio en el cual muchas de estas usuarias tienen un primer acercamiento con las plataformas tecnológicas de servicios financieros (ATM, tarjetas, POS), la institución debe brindarles confianza, eliminando este tipo de tratos. De esta forma, se lograría hacerlas sentir como clientas y no sólo como “usuarias de un Programa Social” que “deben” cobrar su transferencia en una agencia del Banco de la Nación.

Poca difusión de información entre las usuarias

Las usuarias señalaron que no saben qué acciones tomar frente a diversas situaciones, como por ejemplo la pérdida de la tarjeta de débito, el olvido de la clave secreta, la recepción de billetes falsos, la retención de la tarjeta de débito en el cajero, entre otros.

“En la ventanilla me pasó una vez con 50 soles que hemos recogido del banco, 50 soles falsos. Ya yo saqué esa plata. Yo lo guardé y después de dos semanas, creo, que agarré para usarlo y falso”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

Estas situaciones las llevan a un desconocimiento mayor, porque no sólo no conocen nociones financieras básicas, sino que tampoco saben cómo desenvolverse frente a situaciones complejas que se desarrollan al interior del BN. Y ello es importante resaltar, porque sólo se logrará un acercamiento tecnológico pleno cuando las mujeres dispongan de toda la información que crean necesaria para obtener confianza en el uso de estos dispositivos.

Poca seguridad en el manejo de los ATM

Los agentes de seguridad y los Gestores Locales ayudan a las usuarias en el manejo del ATM, realizando todas las operaciones, excepto la digitación de la clave secreta. Se considera que esto no es lo ideal, tomando en cuenta que este proceso debe ser realizado exclusivamente por las receptoras del programa.

“No, o sea, el Banco de la Nación para lleno. Único quienes están a tus lados, son los guachimanes¹⁷ pues. Como dices, están al costado y le tienes que pedir el servicio porque a otra persona no, porque tú debes de saber tu clave. Si yo le digo a otro que me saca, ya [...] siempre me va a sacar”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

17. Ver nota 13.

“A veces cuando lo marcas mal ya lo retiene tu esto. No te sale la plata. Nos ayuda la señora ____ y la señora ____, la presidenta. Hace ocho meses cobramos así por ahí. La primera vez nos enseñó una señorita del banco”.

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Orcotuna

Por último, este factor restringe la obtención de confianza en el ATM, debido a que sólo el uso prolongado y sin problemas de este dispositivo resultará en una experiencia enriquecedora para crear los lazos de confianza relacionados con su uso. Por ello, ayudarlas no significa hacerlo por ellas; es decir, mientras ellas sigan “recibiendo apoyo” en el uso del ATM —ya sea por el personal de seguridad de la agencia o por los mismos Gestores Locales— nunca lograrán desenvolverse con estos dispositivos de manera independiente.

CONCLUSIONES

A partir de un análisis cualitativo, se observa que el acercamiento tecnológico en usuarias del Programa de TMC de JUNTOS se ha dado de manera forzosa, debido a que reciben su transferencia en una entidad financiera que ellas no han seleccionado proactivamente. Más allá de que sea o no factible poder seleccionar la institución pagadora en un Programa de TMC, la relación con la entidad financiera y los servicios ofrecidos en general es mínima y el acercamiento actual es lento.

Tras realizar este estudio de caso que no puede ser generalizado, pero que permite dar grandes luces acerca de cómo facilitar la inclusión financiera a través de herramientas tecnológicas, es necesario tener en cuenta que el acercamiento de las usuarias de programas sociales a la tecnología se logrará únicamente con el tiempo y con un trabajo dedicado que consiste en la ejecución de diversas acciones que probablemente no solo conciernen a la plataforma de servicios de pagaduría, sino también a otros actores que quieran sumar

esfuerzos en esta iniciativa. Es así que se considera necesario, en primer lugar, que se implemente una infraestructura que brinde soporte a los productos financieros. En segundo lugar, brindar productos financieros, que como los posibles nuevos productos que se piensen desarrollar en el corto y mediano plazo, respondan a las necesidades de la población rural. En tercer lugar, es necesario brindar educación financiera que haga énfasis en una instrucción tecnológica que permita una inclusión financiera no tan abrupta.

“Bueno, yo [...] como usted me acaba ahorita de explicar, le estoy entendiendo, ¿no? O sea sería bueno una explicación a las demás personas. Alguien del banco”.

Usuaría de JUNTOS (18 a 35 años), Orcotuna

“Por escrito señorita. Escuchas, escribes, quedas, repasas, sigues aprendiendo”.

Usuaría de JUNTOS (36 años a más), Cochabamba

En cuarto lugar, es necesaria una campaña de difusión sobre la transparencia de contenidos de los productos financieros del banco, es decir, que las mujeres estén al tanto acerca de los costos de mantenimiento de las cuentas, de las tarjetas que poseen, de las posibles tasas de interés, de los costos vinculados al cajero, entre otros.

En quinto lugar, en la medida de lo posible, se debe afianzar los vínculos entre la institución financiera pagadora de la TMC y las clientas, a través de una mejor atención al interior del banco.

Si bien, estas condiciones se deben tomar como acciones a mejorar o subsanar en el corto plazo, nada de ello será efectivo mientras la relación entre la usuaria-cliente y la institución financiera sea poco frecuente; es decir, se deben encontrar las posibilidades necesarias para que las mujeres se acostumbren al uso de estas herramientas, pues suelen acudir en su mayoría únicamente al banco una vez cada dos meses, sólo para el retiro de la TMC.

Paralelamente, a la fecha el Programa de Inclusión Financiera del Banco de la Nación (PIF) se ha disuelto. A pesar de ello, el área de inclusión financiera del banco sigue desarrollando dos productos, similares a los acá presentados, que son: Ahorro Programado y el Agente MULTIRED. Actualmente, el producto del Ahorro Programado se está rediseñando y probablemente sea lanzado en el primer trimestre del 2014. El Agente MULTIRED ya funciona en zonas urbanas y capitales del país, pero la penetración del producto en zonas rurales aún es limitada. No obstante, el ATM en Idioma Nativo no se ha logrado implementar en ninguna localidad de población vulnerable, debido a los altos costos en infraestructura. Sin embargo, es necesario reflexionar, a través de este estudio, sobre la importancia de encontrar medios para lograr su implementación, debido a que es una innovación con gran acogida, tal como se demuestran en los casos de países como Bolivia, Guatemala y México.¹⁸

Ahora bien, hay que reconocer los esfuerzos que realiza el BN por incluir financieramente a la población vulnerable de programas sociales; sin embargo, no es el único en la cruzada. Otras iniciativas están surgiendo y están en marcha, buscando que, a partir del acercamiento a la tecnología, las usuarias la usen más, al punto de familiarizarse con ella, ganar confianza; y así, se sientan capaces de emplear tecnología en otros campos de su

vida diaria, no sólo en el aspecto financiero. Por ejemplo, el proyecto de “Plataformas Tecnológicas Complementarias para la Inclusión Financiera” —implementado por VISA, VISANET y con la colaboración del Instituto de Estudios Peruanos— busca, a partir de la afiliación preferencial¹⁹ a tenderos del departamento de Junín,²⁰ propiciar el servicio de compras mediante POS a la población usuaria de JUNTOS de la zona. Y a partir de este paso, brindar más confianza a las usuarias en el uso de otros medios tecnológicos. Otro es el proyecto “Usando Agentes Corresponsales No Bancarios para facilitar el pago de transferencias y promover la inclusión financiera en el Perú” de Innovations for Poverty Action (IPA), en conjunto con el Instituto de Estudios Peruanos; esta iniciativa busca, a partir de la instalación de Agentes MULTIRED del BN, el cobro de las transferencias mediante medios alternativos para afianzar el uso de este tipo de servicios por parte de la población.

Para concluir, el estudio, tal como se ha mencionado desde un inicio, buscaba exponer las limitaciones al acercamiento tecnológico que tienen las usuarias de JUNTOS, no sólo con fines académicos, sino también con el fin de plantear nuevas tareas que se enfoquen tanto en lograr cerrar esta brecha de uso tecnológico, como en aportar en el desarrollo de la inclusión financiera que en tiempos como los actuales se enfocarán cada vez más en el uso de estos dispositivos tecnológicos. Por ello, el conocimiento y uso pleno de estos conllevarán a una real y sostenida inclusión financiera de esta población vulnerable. ●

18. En Bolivia, el Fondo Financiero Privado Prodem, implementó una red de 68 cajeros automáticos (en cinco idiomas: español, quechua, aymara, guaraní e inglés) en nueve departamentos del país. En Guatemala, BANRURAL implementó en la localidad de Chichicastenango, “cajeros electrónicos multimedia multilingües” en seis diferentes idiomas: kiche, q’eqchi, mam, kanjobal, kachiquel o castellano. En México, proyecto Red Entura implementó cajeros automáticos en lengua náhuatl en nueve comunidades rurales de los estados de Veracruz, Querétaro y Jalisco.

19. A los tenderos de esta zona sólo se les cobra 1,5% de comisión del monto de venta. Asimismo, no se les ha cobrado costos de instalación del POS u otro tipo de costo.

20. Chongos Alto (Huancayo), San José de Quero (Concepción) San Juan de Jarpa y Yanacancha (Chupaca).

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

Banerjee, A.V. y E. Duflo (2011), *Poor Economics: A radical Rethinking of the way to Fight Global Poverty*. Public Affairs.

Diniz, Fingermann & Best (2011), *Corresponsales no bancarios y el Programa Bolsa Familia en Brasil*. En Breve N° 27. Proyecto Capital.

Dupas, P., y J. Robinson (2009), *Savings Constraints, and Microenterprise Development: Evidences from a Field Experiment in Kenya*. Working Paper 14693. National Bureau of Economic Research. Cambridge.

Karlan, D., J. Appel (2011), *More Than Good Intentions: How a new Economics is helping to solve global poverty*. Dutton.

Maldonado, J. et. Al. (2011). *Los Programas de Transferencias Condicionadas: ¿Hacia la inclusión financiera de los pobres en América Latina?* IDRC – IEP. Lima.

Morgan, D. (1997). *Focus Group as Qualitative Research*. Sage Publications. California.

Pickens, M., D. Porteous y S. Rotman (2009). *Banking the Poor via G2P Payments*. Focus Note 58. CGAP - Department for International Development.

Rutherford, S. (2000). *The Poor and Their Money*. Oxford University Press.

Center for Financial Inclusion at Acción Internacional. <<http://www.bansefi.gob.mx/sectahorrocredpop/patmir/Documents/ACCION%20Int%20Inclusi%C3%B3n%20Financiera%20-%20La%20Visi%C3%B3n.pdf>>.

Gates Foundation

<www.gatesfoundation.org/financialservicesforthe poor/Documents/agent-banking.pdf>.

Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social

<<http://www.midis.gob.pe>>.

http://www.midis.gob.pe/dmdocuments/RM_030_2013MIDIS.pdf>.

Banco Estado, <www.bancoestado.cl>.

Caixa, <www.caixa.gov.br>.

María Cristina Gutiérrez y María del Pilar Guerrero, Instituto de Estudios Peruanos.

Esta publicación es posible gracias al apoyo de la Fundación Ford y el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo de Canadá – IDRC



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