

en breve



Número 64 / marzo de 2017

ATENCIÓN Y ATRACCIÓN DE AHORRISTAS. APRENDIZAJES DESDE DOS EXPERIENCIAS DE INCLUSIÓN FINANCIERA Y PROMOCIÓN DEL AHORRO EN EL VALLE SAGRADO DE CUSCO*

CHRIS BOYD

INSTITUTO DE ESTUDIOS PERUANOS

Este *en breve* resume los resultados cualitativos obtenidos en una de las visitas de campo realizadas en el marco del proyecto “Ahorro para Todos”¹ para delinear los aprendizajes sobre la forma de intervención de instituciones microfinancieras formales que brindan servicios de ahorro al sector rural, tanto al interior de Financiera Confianza, la ejecutora del proyecto, como en el Proyecto de Desarrollo Corredor Puno-Cusco (PDCPC).² El análisis

cualitativo se realizó en los alrededores del distrito cusqueño de Pisac, donde se llevaron a cabo ambas intervenciones, en diferentes periodos de tiempo.

En la visita de campo cualitativa se realizaron ocho entrevistas estructuradas a nuevas ahorristas, capacitadas por Financiera Confianza en el marco del proyecto Ahorro para Todos y a un grupo de exahorristas del PDCPC, que es también población objetivo del proyecto Ahorro para Todos (mujeres rurales), que estaban ahorrando o habían ahorrado en Financiera Confianza. El objetivo era averiguar qué buscaban en una entidad financiera para decidir trabajar con ella. También se realizaron

* El documento se encuentra disponible en la web de Proyecto Capital: <http://www.proyectocapital.org/es/publicaciones/en-breve.html>

1 Ahorro para Todos es un proyecto en curso, financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo e implementado por la microfinanciera Financiera Confianza, que busca probar un paquete de educación financiera y la provisión de una cuenta de ahorros a mujeres rurales pobres –con el objetivo de incluir a esta población de manera adecuada en el sistema financiero formal–, en el marco de un modelo de negocio.

2 El PDCPC se desarrolló entre 2001 y 2008 y fue financiado por el Fondo Internacional de Desarrollo

Agrícola (FIDA). Uno de los componentes del proyecto era la promoción del ahorro, a través de incentivos monetarios al ahorro formal y la provisión de educación financiera. Véase <http://lanic.utexas.edu/project/laop/iep/ddt153.pdf>

entrevistas al personal de agencia y a los gestores de campo de Financiera Confianza para recoger sus percepciones sobre lo que prefiere la población objetivo y sobre cómo mejorar la ejecución del proyecto Ahorro para Todos. Asimismo, se realizaron observaciones participantes durante las capacitaciones de educación financiera y la atención de población rural en la agencia de Financiera Confianza de Pisac en Cusco.

Con esta información, en este *enbreve* se presentan los aprendizajes sobre cómo atender y atraer a la población rural que ya recibió educación financiera.

LA CERCANÍA ES MUY IMPORTANTE

El primer aprendizaje a partir de las entrevistas y encontrado en otras visitas de campo del proyecto Ahorro para Todos, fue que la población objetivo requiere que el sistema financiero esté más cerca de ellos, no por comodidad, sino porque para acceder a él deben enfrentar altos costos de transacción (distancias, alto costo de transporte, costo de oportunidad, etc.), lo cual les impide dar el primer paso para su inclusión financiera: abrir una cuenta de ahorros.³

En el caso de las ahorristas de Ahorro para Todos entrevistadas, se encontró que la mayoría había abierto una cuenta con Financiera Confianza debido a que se encontraba más cerca de sus localidades en comparación con las otras entidades financieras. En la misma línea, las entrevistadas que se encontraban recibiendo educación financiera en el marco de Ahorro para Todos pero que aún no habían abierto una cuenta, afirmaban que no lo habían hecho porque Financiera Confianza se encontraba más lejos que las demás entidades financieras.

³ Tanto en Ahorro para Todos como en el PDCPC, las mujeres que recibían educación financiera abrían sus cuentas en una institución financiera por voluntad propia.

Todas las entrevistadas, que ya habían formado parte de algún programa de educación financiera, entienden que las cuentas de ahorro simples pagan un interés muy bajo y aunque no conocen exactamente dicha tasa, saben que el costo de movilizarse hacia una entidad financiera no es compensado por la tasa de interés que su cuenta de ahorros paga. En este sentido, y dado que ya conocen los beneficios de ahorrar en el sistema financiero formal, es lógico que busquen ahorrar en la institución financiera más cercana.

TAMBIÉN SE CONSIDERA LA BUENA ATENCIÓN DEL PERSONAL DE LAS AGENCIAS

Con respecto a la elección de una institución financiera en donde ahorrar, las entrevistadas coincidieron en que después de la cercanía, consideran el trato que les brindan en las oficinas de las instituciones microfinancieras. Además, mencionaron que toman en cuenta más la atención que las tasas de interés que les brinda la institución microfinanciera, pues estas son mínimas. En este sentido, la buena atención a la población rural es clave para atraer a potenciales ahorristas.

Se valora la reducción del tiempo para la apertura de cuentas y la atención al público

Teniendo en cuenta que las entrevistadas buscaban una mejor atención en las agencias, otro aprendizaje consiste en que agilizar los procesos de apertura de cuentas y la atención en general para la población rural, atrae a potenciales clientes debido a que ellos suelen disponer de poco tiempo para realizar gestiones financieras en la ciudad. El producto de ahorro ofrecido en el marco del proyecto Ahorro para Todos, justamente por tratarse de un proyecto, no se había formalizado dentro de Financiera Confianza por lo que las cuentas de ahorro se abrían y se registraban de

manera manual, lo que tomaba mucho tiempo por cliente así como en casos de aperturas grupales, haciendo desistir a algunas personas de abrir sus cuentas.⁴ Así, es necesario que las instituciones microfinancieras que busquen atender a la población rural agilicen sus procesos, de tal manera que puedan atender con más celeridad a esta población.

EL USO DEL IDIOMA LOCAL FACILITA EL ACERCAMIENTO A LA POBLACIÓN

En las entrevistas con los gestores del proyecto Ahorro para Todos, se mencionó la importancia de comunicarse en quechua, la lengua materna de la gran mayoría de la población objetivo del proyecto. Si bien las capacitaciones del proyecto se realizaban en quechua; la atención en la agencia de Financiera Confianza continuaba siendo en español, y ningún empleado podía comunicarse en ese idioma.

Si bien el personal de oficina mencionó que no había grandes problemas para atender a la población objetivo del proyecto, la observación en la agencia de Pisac mostró que el uso del quechua es fundamental. Bajo el esquema actual del proyecto, cuando un poblador rural llega a la agencia de Financiera Confianza para abrir sus cuentas, se suelen encontrar allí los gestores de campo, el nexo entre los pobladores rurales y el sistema financiero formal, y ellos hacen de traductores. Es cierto que los pobladores rurales entienden español, pero no lo suficiente como para poder transmitirles los conocimientos necesarios para tomar decisiones. Por ejemplo, durante la observación, el personal de la agencia no pudo hacer entender a los pobladores rurales las diferencias entre una cuenta de ahorros simple y una cuenta a plazo fijo, por lo que el

supervisor del proyecto tuvo que intervenir explicándoselas en quechua para que pudieran abrir la cuenta que más les convenía.

Por esta razón, se recomienda contar con al menos una persona en agencia no solo para realizar la apertura de las cuentas de las ahorristas del proyecto, sino para resolver las dudas de la población objetivo, y la población rural en general, en su lengua (quechua) y mejorar así los resultados del proyecto, que también benefician a la entidad financiera.

SE DEBEN ESTABLECER RELACIONES DE CONFIANZA CON POTENCIALES AHORRISTAS A TRAVÉS DE LOS GESTORES/CAPACITADORES

De otro lado, algo que motivó la apertura de cuentas en Financiera Confianza de manera significativa entre las entrevistadas, fue la confianza en los gestores del Proyecto, pues ellos son conocidos en las localidades y, en algunos casos, han capacitado a la población objetivo en otros temas. De esta manera, un aprendizaje para el buen desarrollo de cualquier proyecto de educación financiera consiste en contar con gestores que conozcan la zona de intervención y la dinámica de la población. No obstante, se debe tener en cuenta también que los gestores deben estar comprometidos con el proyecto y con la inclusión financiera de la población rural, pues al haber trabajado en otros proyectos tienen diferentes ideas sobre cómo lograr el desarrollo rural.

LOS CLIENTES VALORAN LOS INCENTIVOS A LA APERTURA DE CUENTAS

El proyecto Ahorro para Todos incluye capacitaciones productivas como incentivo para quienes abren sus cuentas de ahorro en Financiera Confianza. En visitas al proyecto Ahorro para Todos en la región Apurímac, se encontró que estas capacitaciones productivas incentivaron en buena parte la apertura de cuentas de ahorro en Financiera Confianza. No obstante, esto no ocurrió en

⁴ En Ahorro para Todos se incentivaba la apertura de cuentas de manera grupal con el fin de que las personas de una misma comunidad gastaran menos dinero en transporte al movilizarse hasta la agencia más cercana.

la zona del Valle Sagrado de Cusco, quizá debido a que la mayoría de las receptoras de educación financiera del proyecto se dedica al tejido y las capacitaciones productivas fueron sobre el mismo tema, o quizá debido a que otros aspectos como la cercanía a la agencia importaban más.

Por otro lado, las cuentas de ahorro de Financiera Confianza incluyen como beneficio para los ahorristas la activación de un seguro de vida si se mantienen S/ 100 o más en la cuenta. Este incentivo fue mencionado por algunas entrevistadas como el motivo para abrir su cuenta en Financiera Confianza o cambiar sus ahorros a esta institución financiera. Así, los incentivos adicionales, diferentes de la capacitación productiva, parecen motivar más a la población rural que ya ha recibido educación financiera a abrir una cuenta de ahorros en una institución financiera específica.

LA EDUCACIÓN FINANCIERA FUNCIONA COMO ESTRATEGIA DE FIDELIZACIÓN

Además, se debe resaltar que las entrevistadas que habían participado en el PDCPC mencionaron haber continuado trabajando con la institución financiera con la que recibieron educación financiera por primera vez justamente por esa razón: porque dicha institución estaba ligada al proyecto de educación financiera, porque fue la primera en abrirles sus puertas y consideraban que ahí les enseñaron cómo participar en el sistema financiero a través de los ahorros. Esta misma razón fue mencionada por algunas entrevistadas de Ahorro para Todos, tanto en Cusco como en Apurímac. Este hecho constituye un aprendizaje importante para las instituciones financieras privadas, en tanto al brindar educación financiera, no solo tienen a clientes educados financieramente sino que pueden, además, fidelizarlos y generar así un modelo de negocio que vincule a las ahorristas con productos de crédito de manera segura para ambas partes.

ES FUNDAMENTAL EL COMPROMISO DEL PERSONAL CON LA INCLUSIÓN FINANCIERA DE POBLACIÓN RURAL

Las entrevistas con el personal de agencia de Financiera Confianza y las observaciones participantes mostraron que los distintos grados de compromiso del personal de Financiera Confianza con el proyecto muchas veces limitaban los avances, ya que la asignación de recursos de cada agencia (por ejemplo, motocicletas, panfletos, ropa distintiva, entre otros) para que el personal del proyecto Ahorro para Todos realice sus actividades diarias depende directamente del administrador de cada agencia. Así, si el administrador de agencia está comprometido y entiende los beneficios —a más largo plazo— del proyecto de educación financiera, contribuirá a potenciar el proyecto y reforzar el modelo de negocio dentro de la agencia. De lo contrario, las actividades del proyecto no se llevarán a cabo correctamente y los resultados no serán los esperados. En suma, es necesario no solo comprometer con el objetivo de la inclusión financiera rural y sus beneficios a los gestores/capacitadores, sino a todo el personal de las agencias.

SIN EMBARGO, EXISTE Poca ADAPTACIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO A LA REALIDAD RURAL

Finalmente uno de los hallazgos más importantes, a partir de las entrevistas a los gestores, fue la falta de adaptación del sistema financiero a la realidad de los pobladores rurales. En primer lugar, las personas analfabetas no pueden tener una tarjeta de débito porque no saben firmar. Por ende, para ellas es imposible utilizar un agente corresponsal —que reduce los costos de transacción de las ahorristas—. Dado que solo pueden utilizar las agencias, esta parte de la población termina siendo más excluida del sistema financiero que sus contrapartes que sí saben firmar. Esto puede significar un problema

para la entidad financiera, en la medida en que los gestores no indican esto en las capacitaciones de educación financiera porque significa entrar en muchas complicaciones. Asimismo, las personas analfabetas requieren de testigos a ruego para retirar su ahorros –en algunas instituciones financieras– y para solicitar crédito –en todas las instituciones financieras–, lo que hace más difícil su inclusión financiera e impone una barrera para concretar un modelo de negocio. Del mismo modo, la regulación actual no permite la apertura de cuentas de ahorro fuera de una agencia, por lo que continúa siendo difícil que las poblaciones más alejadas de una ciudad abran cuentas.

CONCLUSIONES

La inclusión financiera rural pasa por entender que la población rural no solo requiere de educación financiera, sino que luego de haberla recibido, es necesario un primer contacto con el sistema financiero que les haga sentir que son parte de él. Asimismo, deben sentirse cercanos al sistema financiero, en general, y a la institución microfinanciera, en particular. Esto se puede lograr empezando por hablar en su propia lengua y con términos fáciles de enten-

der. Esto último es lo que realiza Financiera Confianza a través de sus gestores de Ahorro para Todos, pero este esfuerzo solo puede ser suficiente y sostenible si todo el personal de la institución financiera está involucrado.

Algunos aspectos de la demanda de la población rural no suelen ser atendidos por las instituciones microfinancieras. Algunos de ellos, como comunicarse en el idioma local, pueden ser fácilmente adoptados por las instituciones microfinancieras para atraer a más clientes rurales. No obstante, otros, como la necesidad de un mayor acercamiento del sistema financiero formal con la población rural son difíciles de lograr, dado el esquema actual de regulación.

En suma, con la educación financiera y la promoción de productos que ofrezcan beneficios a la población rural –que se adecuen a sus necesidades–, una institución financiera puede atraer a potenciales clientes rurales; es decir, convencerlos de los beneficios del sistema financiero formal. Sin embargo, concretar esto en la apertura de cuentas, en ampliar el acceso, puede ser muy difícil si no se adapta el modelo de atención a la población rural, lo que pasa también por la modificación de la regulación.

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.