

Cuaderno de Trabajo

No. 1

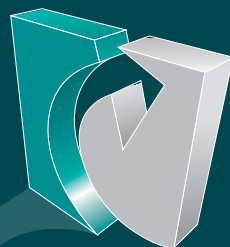


centro internacional de apoyo
a las innovaciones financieras



Ideas para Potenciales Productos de Ahorro

Sergio Antezana



El Centro Internacional de Apoyo a las Innovaciones
Financieras - **Centro AFIN**, agradece a
PROFIN/COSUDE, MAP/FONDESIF y al BID por permitirle
realizar la presente publicación

Las investigaciones del Foro AFIN, los **Cuadernos de Trabajo AFIN** y las Memorias del Taller de Innovaciones Financieras, integran el Fondo de Publicaciones con el que el **Centro AFIN** pretende contribuir a la construcción de un espacio de discusión y reflexión en torno a los esfuerzos que todos debemos realizar para el desarrollo y consolidación de la industria financiera emergente.

Los conceptos y opiniones que se expresan en la presente publicación son responsabilidad del autor y no necesariamente reflejan la posición oficial del Centro AFIN.

Depósito Legal: 4-2-1557-02

INDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	5
CONDICIONES GENERALES PARA LA CAPTACIÓN DE PEQUEÑOS AHORROS	6
ALGUNOS PRODUCTOS FINANCIEROS EN BOLIVIA	9
METODOLOGÍA DE CAPTACIÓN GRUPAL	10
IDEAS PARA POTENCIALES PRODUCTOS DE AHORRO	11
ORDENES DE PAGO	12
TARJETAS DE DEBITO	12
CUENTAS PARA NIÑOS	13
AHORRO ESCOLAR	14
CAJAS DE AHORRO CON CRÉDITO	15
CAJAS DE AHORRO CON PRIMAS POR MONTOS CAPTADOS	16
DEPÓSITOS A PLAZO FIJO CON INTERÉS ANTICIPADO	16
DEPÓSITOS A PLAZO FIJO CON INTERÉS PERIÓDICOS	17
PLAN DE JUBILACIÓN	17
PLANES MÚLTIPLES	18
MATERNO – INFANTIL	19
PASANAKU DE PAGO ANTICIPADO	20
LECCIONES Y RECOMENDACIONES	22
BIBLIOGRAFÍA	24
ANEXO 1. VISITAS REALIZADAS	25

ABREVIATURAS:

CAC	Cooperativa de Ahorro y Crédito
CIDRE	Centro de Investigación y Desarrollo Regional
CODESARROLLO	Cooperativa de Ahorro y Crédito Desarrollo de los Pueblos
CREAR	Crédito y Ahorro Rural
CRAC	Caja Rural de Ahorro y Crédito
CMAC	Caja Municipal de Ahorro y Crédito
CTS	Compensación por Tiempo de Servicios
DPF	Depósito a Plazo Fijo
EF	Entidad Financiera
FONDESIF	Fondo de Desarrollo del Sistema Financiero y el Sector Productivo
IMF	Institución Microfinanciera
MAP	Programa de Movilización de Ahorros Populares
MYPES	Micro y Pequeñas empresas
PIN	Personnal Identification Number
URAC	Unión Regional de Apoyo Campesino
UEDC	Unión de Esfuerzos para el Campo

IDEAS PARA POTENCIALES PRODUCTOS DE AHORRO

INTRODUCCIÓN

El presente documento tiene por objetivo describir tres pasantías realizadas por el autor y organizadas por el Programa de Apoyo al Sector Financiero de la Agencia Suiza para el Desarrollo y la Cooperación en Bolivia (PROFIN/COSUDE). El objetivo de dichas pasantías era el de aprender de entidades financieras (EF en adelante) de distintos países, diferentes tecnologías de movilización de ahorros, principalmente orientadas al área rural, a manera de apoyar al Programa de Ahorro Rural (PAR) co - ejecutado por FINRURAL y PROFIN/COSUDE.

Las pasantías tuvieron lugar entre abril y julio de 2001; iniciaron en Perú (entre el 16 y el 30 de abril), concretamente en la ciudad de Ica, con la institución: Caja Rural de Ahorro y Crédito Señor de Luren S.A. (en adelante CRAC Sr. de Luren); se obtuvo contacto con esta institución a través de la Asociación de Cajas Rurales de Ahorro y Crédito del Perú (ASOCRAC), misma que recomendó el desempeño de esta Caja Rural¹.

La pasantía prosiguió en Ecuador (entre el 28 de mayo y el 28 de junio) en varias instituciones, principalmente cooperativas cerradas²; la selección de las instituciones ecuatorianas a visitar, estuvo a cargo del programa Crédito y Ahorro Rural (CREAR) de Swisscontact que es apoyado por COSUDE, siendo la mayoría de las cooperativas visitadas, instituciones con las que CREAR trabaja sobre el tema de movilización de depósitos entre otros. Por último en México (29 de junio al 13 de julio), en la Unión Regional de Apoyo Campesino

(URAC³); dicha institución se conoció a través del contacto con Edgar Zurita (FOLADE) quien recomendó el desempeño de esta institución e inició las conversaciones entre PROFIN/COSUDE y la URAC.

A partir de aprender de las experiencias mencionadas, se proponen ideas para productos de ahorro que permitan a las instituciones financieras bolivianas captar depósitos del público. Inicialmente, se describen condiciones que apoyan la captación de ahorro y en particular de ahorros pequeños y luego se describen algunos productos ofrecidos por instituciones financieras bolivianas en la actualidad.

A partir de esto, se plantean productos que permiten captaciones de distintos segmentos de mercado, y que podrán adecuarse a distintos tipos de entidad financiera; algunos de estos productos son utilizados en EF visitadas, y otros fueron concebidos por el autor.

Inicialmente se debe mencionar que se ha comprobado en varios documentos que las personas pobres también ahorran y en muchos casos no lo hacen en entidades financieras por las pocas facilidades que estas brindan. El ahorro puede concebirse como un servicio de apoyo a la población de escasos recursos⁴ o puede concebirse como un factor clave para la sostenibilidad de las EF. Evidentemente ambos temas son complementarios, pero no todas las EF están dispuestas a captar ahorros pequeños por los costos que ello implica, inclusive muchas

^{1/} Entre 1994 y 2000, el patrimonio y los depósitos captados de la CRAC Señor de Luren crecieron a un promedio cercano al 40% anual.

^{2/} Al momento de la visita, en Ecuador se elaboraba una ley que restringía la captación de cooperativas cerradas en cuentas distintas de los certificados de aportación. Sin embargo, todas las cooperativas cerradas visitadas captaban no sólo con cajas de ahorros y DPF sino también con otros productos que se describen más adelante.

^{3/} Esta institución es una ONG; al momento de la visita, en Méjico se había promulgado una ley que abarcaba a todas las instituciones de intermediación financiera, debido a la inexistencia de un reglamento, esta no operaba; sin embargo se discutía tanto la capacidad de la institución fiscalizadora de poder abarcar a todas las instituciones involucradas como la capacidad de estas pequeñas instituciones de cumplir con las condiciones de la regulación.

^{4/} Porque permite disminuir la vulnerabilidad del ahorrista ante sus fluctuaciones de ingreso, porque genera procesos educativos y promotores de disciplina, porque genera empoderamiento y autoestima. Para mayor información véase la sección siguiente.

entidades micro financieras con posibilidad de captar, no promocionan este servicio entre la población meta, es decir, personas sin acceso al sistema financiero bancario, porque este tipo de captación es costosa (principalmente en costos operativos) y en muchos casos, estas entidades pueden acceder a entidades de segundo piso (FONDESIF, NAFIBO SAM y FUNDA PRO principalmente), con mayores costos financieros pero menores costos administrativos.

No era objetivo de este documento el ahondar sobre la conceptualización de porque el ahorro es un instrumento que aporta a aliviar la pobreza o de las ventajas y desventajas de utilizar un enfoque intrasectorial⁵ o intersectorial⁶ en la movilización de depósitos.

Tampoco era objetivo de este documento, el conocer la experiencia boliviana en el tema; en ese sentido las anotaciones que se realizan en la sección Algunos Productos Financieros en Bolivia, son menciones sobre productos que innovaron sobre el tradicional enfoque de Caja de Ahorro y DPF e introdujeron nuevas modalidades de captación.

Por otro lado, la adecuación de los productos financieros de estos países a la realidad boliviana o la de ciertas instituciones financieras en Bolivia, así como un análisis de costo-beneficio de la implementación de estas ideas, debe realizarse con mucha cautela, adecuándose a las realidades del mercado donde cada EF opera. No se recomienda que una institución aplique todos los productos citados y en ese sentido, aquella institución que desee aplicar alguno, deberá desarrollar la adecuación del producto a la realidad boliviana y a los fines de su institución. Se espera que a partir de iniciativas como la de

FONDESIF/MAP se puedan desarrollar y adecuar algunas de estas ideas en EF de Bolivia.

CONDICIONES GENERALES PARA LA CAPTACIÓN DE PEQUEÑOS AHORROS

El pequeño depositante busca una institución segura y existe una tendencia a asociar a los bancos con instituciones seguras⁷; en el caso peruano la forma de salvar este dilema y poder competir con los bancos es el seguro de depósitos, que todas las entidades tienen hasta un monto cercano a los 20.000 \$US. La entidad que desee competir con bancos en captaciones, debe tratar de posicionar principalmente la seguridad de la entidad antes que el interés que se pueda pagar aunque este no es despreciable⁸.

Es mucho más sencillo para instituciones que han comenzado operando con servicios diversificados, captar ahorro, que para entidades que comenzaron operando con crédito y luego se abrieron a otros servicios⁹; en general, romper esta imagen suele ser complicado y en algunos casos no se logra hacerlo por completo¹⁰.

Por otro lado, la captación en localidades pequeñas es más fácil para instituciones de iniciativa local (usualmente pequeñas cooperativas), que para instituciones más grandes que sólo abren una sucursal en la localidad, esto porque la gente de la comunidad no tiene seguridad de que la institución tiene intenciones de quedarse. Desde el punto de vista de la sostenibilidad institucional, es poco deseable tener varias instituciones pequeñas, pero esta estructura parece favorecer la captación de pequeños ahorros.

Otro punto que apoya la captación es ser la única entidad de servicios diversificados en la plaza y

^{5/} Es decir, la movilización de micro y pequeños depósitos para la colocación de microcréditos.

^{6/} La captación de ahorros de mayor tamaño para la colocación en microcréditos.

^{7/} Un hallazgo similar es mencionado por Gerardo Morales de la FENACOAC en una presentación para el seminario: *Las mejores prácticas para la movilización de ahorros llevado a cabo en Perú*; Morales: 2001.

^{8/} Para más profundidad sobre las motivaciones para ahorrar, véase: Fiebig, Hannig & Wisniwski: 1999.

^{9/} Aunque se conoció la experiencia de dos ONGs en Ecuador, ambas en área rural, a las que los clientes les pidieron servicios de ahorro; sólo una de ellas se transformó en cooperativa.

^{10/} Esto puede comprobarse cuando los clientes de crédito tienen sus cuentas de ahorro en otras instituciones de condiciones menos flexibles para el crédito pero reconocidas por captar.

este punto es clave en mercados pequeños ya que la competencia por pequeños montos de ahorro puede ser más ineficiente que la captación por parte de una sola entidad; esto por la distribución de altos costos entre varios operadores. Probablemente exista una estructura de "Monopolio Natural"¹¹ aunque es difícil afirmarlo sin un estudio mucho más profundo.

Es además importante, que la entidad tenga la imagen de que presta el dinero que coloca en la misma plaza, de esta manera, la localidad siente que la entidad está a su servicio y no que la entidad "se sirve" de la localidad. Esta diferencia permite generar la confianza que el dinero depositado está seguro, porque está en las manos de los mismos integrantes de la localidad y la posibilidad de fraude se siente menor¹².

En general las instituciones visitadas durante las tres pasantías tenían tasas pasivas de interés negativas en términos reales¹³, por lo que parece ser que la tasa de interés no es la variable más importante para determinar la captación, aunque su peso en la decisión no es despreciable¹⁴. Se comprobó en las visitas que, en aquellas localidades donde existen varias entidades y por lo tanto competencia, hay condiciones que promueven la captación de pequeños depósitos con respecto a los mayores depósitos. Estas condiciones están asociadas a los montos mínimos de apertura y al mantenimiento y otros cobros que se realicen en la entidad¹⁵.

El monto mínimo de apertura de cuenta debe ser lo suficientemente bajo para atraer a la mayor

cantidad de gente posible a la entidad. En el caso de las entidades visitadas el menor monto visto fue de la URAC donde se cobraban \$US 5.5 por convertirse en socio y no había monto mínimo en la libreta de ahorros. También los montos mínimos para realizar depósitos deben ser bajos, en este caso el monto más bajo que se conoció fue de 20 centavos de dólar (para un producto orientado a niños en Ecuador).

En el caso del mantenimiento se notó que los pequeños ahorristas preguntan primero por el mantenimiento y luego por la tasa de interés, porque en algunos casos el monto de mantenimiento es mayor que el de interés; en el caso de Perú se vio que para ciertos montos promedio en cuentas bancarias (cercanos a \$US 100), el mantenimiento puede llegar a ser casi 14 veces el interés ganado antes de impuestos, y esa diferencia se le cobra al cliente, dejándolo a fin de año con menos ahorrado que al inicio del año.

Este es un fuerte desincentivo a la captación de pequeños (y no tan pequeños) ahorros, porque los ahorristas notan que ahorrar les es más costoso en un banco que en su propia casa ya que pierden dinero en vez de ganarlo. En Bolivia, al momento del estudio, un Banco cobraba \$US 15 de mantenimiento mensual por saldos menores a \$US 100 en cajas de ahorro, política que alejó a mucha clientela del banco.

También se comprobó que para los pequeños ahorristas la facilidad de depósitos es más importante que la facilidad de retiros¹⁶, y que una buena metodología de captaciones debe involucrar

^{11/} Se asocia al Monopolio Natural con industrias con altos costos hundidos y barreras a la entrada y salida de empresas.

^{12/} Aunque en los hechos, entidades de todos los tamaños y tipos han estafado a la gente, la percepción de la gente parece favorable a entidades locales en las visitas realizadas.

^{13/} En el caso de Ecuador, incluso las tasas activas de varias entidades eran negativas en términos reales porque el gobierno fijó la tasa activa nominal a un tope inferior a la inflación. Lo que evidentemente entorpece el trabajo de las instituciones financieras y la profundización financiera. Para salvar este problema, las instituciones cobran comisiones que les permiten alcanzar una tasa de interés efectiva positiva en términos reales.

^{14/} Esto mismo se comprobó en prácticas informales de ahorro en varios países, véase: Fiebig, Hannig & Wisniwski: 1999; y puede comprobarse en prácticas como el pasanaku en Bolivia.

^{15/} Un hallazgo similar para Perú, puede verse en Reichmuth, Hagnauer, Pillado-Matheu, Villarán, Jiménez, Ríos: 2000.

^{16/} Fiebig, Hannig & Wisniwski: 1999 encuentran evidencias mixtas alrededor del mundo sobre este tema, la solución planteada por el documento es ofrecer productos de ahorro de diversa liquidez. Este hallazgo se vio en la experiencia de la URAC, Méjico.

disminuciones en los costos de transacción para el depositante y no tanto así (aunque si debe importar) para el cliente que quiere retirar su dinero. Esto porque la facilidad de depósitos pequeños, permite ahorrar dinero que si se mantuviera en el hogar, se gastaría en poco tiempo en un gasto de consumo.

De alguna manera esto parece reflejar la mentalidad de que si se tiene el dinero cerca, se lo gasta, mientras que si este es poco accesible, se mantiene ahorrado. A partir de esto, se nota la necesidad de que para captar ahorros eficientemente se debe o abrir agencias en varias zonas (donde puede que no existan clientes de crédito, pero que disminuye costos de transacción a clientes de ahorro), o lograr servicios móviles eficientes que permitan al ahorrista depositar sin pérdidas de tiempo ni riesgos de perder el dinero camino a la EF.

Otro punto importante es la promoción que se haga de la entidad; se conoció la experiencia de la CRAC Sr. de Luren, entidad que contrató a la Miss Perú para que haga promoción por el 5º aniversario de la entidad, esta persona, paseó por todas las agencias de la entidad y estuvo en un desfile con una banda con el nombre de la entidad. Su foto estaba en muchos estudios fotográficos, generando propaganda gratis para la entidad; el hecho de tener una celebridad en pequeñas localidades generó mucha atención hacia la entidad, le generó publicidad gratuita y la posicionó en varios mercados.

Por otro lado, los sorteos suelen atraer a pequeños ahorristas porque estos manejan la esperanza de que sus ahorros puedan convertirse en algo mayor¹⁷. En este sentido lo óptimo será no sólo ofrecer premios por ahorrar en modalidades de sorteo sino adecuar los premios a distintos segmentos de mercado; el ahorro de área rural debe estar asociado a objetos que se demanden y utilicen en ésta área y es recomendable ofrecer

varios premios pequeños y no un solo premio grande. Típicamente se otorgan tickets para el sorteo por un monto x depositado (monto que puede ser bajo), se pueden utilizar para la distribución de tickets libretas de ahorro, DPFs o inclusive certificados de aportación en cooperativas.

Una opción es, que en las condiciones del producto, se especifique que la cuenta se inmovilizará por un período de tiempo mínimo que permita a la entidad utilizar este dinero para rotarlo en créditos y no permita que un cliente deposite su dinero días antes del sorteo y lo saque días después. Por ejemplo en la CRAC Sr. de Luren, se inmoviliza el dinero por 90 días si se entra al sorteo y si se abre un DPF a 6 meses se le dobla el número de tickets y así sucesivamente. Cuando una persona gana, se le saca una foto con el premio y se la pone en la agencia a la que pertenece para promocionar que se gana en todas las agencias (esto es importante, si la institución tiene grandes agencias urbanas y pequeñas agencias rurales).

Los sorteos pueden asociarse a fechas importantes, como el día de la madre, del padre, de la entidad, etc. En localidades pequeñas este tipo de producto se podría hacer con colaboración de colegios principalmente, ya que en estos se congregan muchos padres y madres. Se acude al día de la madre (por ejemplo), previo consentimiento del colegio, en el momento en que el colegio se reúna para el acto del día, se sortea una cuenta en la institución, por un monto determinado; se entrega la cuenta a la madre ganadora, como si fuera el regalo del niño. Lo importante es la promoción de la institución, pero se esperaría que la persona que recibe el dinero, no lo saque inmediatamente y para esto puede inmovilizarse el regalo, por ejemplo regalar un depósito a plazo fijo.

A los pequeños ahorristas les gusta sentir que su dinero es agradecido por la entidad y les suele gustar algún regalo, por ejemplo la Cooperativa

^{17/} Este tipo de productos son comúnmente sugeridos por WOCU. Véase Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito: 2001

San José en Chimbo (Ecuador) comenzó a cobrar un dólar adicional por inscripción de socios que se mostraba como un gasto administrativo, en realidad la CAC utilizaba el dinero para pagar un bowl que la entidad regalaba a los socios nuevos. En la CRAC Sr. de Luren, durante su aniversario se regalaron poleras, calendarios (con las tasas de interés de ese año de la entidad) y otros productos por la apertura de cuentas. Se pueden regalar, por ejemplo, jarros de fierro enlozado con el logo de la entidad, estos son de común uso en la población de bajos recursos boliviana.

En la CRAC Sr. Luren se tiene una ventanilla sólo para depósitos y retiros, de esta forma el depositante no hace colas, pero la caja no siempre está con cajera, las cajeras atienden las otras cajas y cuando alguien demanda los servicios de ahorro (depósito o retiro), una cajera acude a atenderle, esto puede ser particularmente útil para Instituciones Microfinancieras (IMFs) porque para un cliente de ahorro es un alto costo de transacción hacer colas con los clientes de crédito que suelen ser muchos, y en áreas rurales, suelen ser muchos más los días de feria, que son días de cobro de las IMFs.

Los pequeños ahorros deben hacerse con modalidades que permitan bajar los costos de captación, principalmente asociados a poco papeleo. Esto puede hacerse con depósitos sin boletas (como hacen algunos bancos en Bolivia) y/o con libretas de ahorro que permiten conocer los saldos de cuenta a todo momento y ver los movimientos realizados, mientras que recibir varios recibos es poco pedagógico para clientes que rayan en el analfabetismo y puede generar más confianza; incluso pueden implementarse captaciones grupales, metodología que se explicará en el siguiente punto.

A manera de resumen se puede decir que: la forma de atraer a pequeños ahorristas es no cobrar por

el mantenimiento de la cuenta, tener montos bajos para la apertura de cuentas y para los depósitos, pagar tasas de interés iguales o mayores (aunque no mucho mayores) a la de las entidades con las que se compite (aunque no precisan ser tasas reales positivas) y no cobrar por retiros o consultas en las cuentas. Si se ofrecen sorteos, se debe tener varios premios pequeños y no pocos premios grandes por el mismo valor, porque los pequeños ahorristas sienten que es poco probable sacar un premio grande y prefieren creer que al menos pueden ganar uno pequeño.

Además, la entidad debe promocionar fuertemente estas condiciones ya que no basta tenerlas si la gente no las conoce y las asimetrías de información en el mercado financiero suelen ser altas dado que hay entidades de diversos tipos, en este sentido, los bancos son las EF más reconocidas como instituciones de servicios diversificados; mientras que otras entidades se posicionan mucho más fuertemente en el mercado de crédito.

ALGUNOS PRODUCTOS FINANCIEROS EN BOLIVIA

El sistema financiero boliviano de servicios diversificados está compuesto por Bancos, Mutuales de Ahorro y Crédito, Cooperativas de Ahorro y Crédito (CAC en adelante) y Fondos Financieros Privados (FFP en adelante). Todas las entidades reguladas pueden operar con tarjetas de débito, cajas de ahorro, depósitos a plazo fijo y ordenes de pago de alcance nacional. Sólo las entidades bancarias pueden operar con tarjetas de crédito, cuentas corrientes y operaciones de comercio exterior¹⁸. En esta sección se mencionarán algunas características de productos financieros que operan en Bolivia y que, de alguna manera, representan innovaciones para el sistema financiero boliviano, sin embargo no se discutirá el desempeño de estos productos, por no haber sido objetivo del documento.

^{18/} La ley 2297 ha abierto la posibilidad de que instituciones no bancarias operen con tarjetas de crédito y cuentas corrientes, bajo autorización expresa de la SBEF. Sin embargo, ya en la ley 1488, se permitía a las Mutuales de Ahorro y Crédito operar con ambos servicios bajo autorización expresa de la SBEF, lo que no sucedió porque la SBEF no autorizó a ninguna Mutual; esta señal debe tomarse en cuenta al analizar esta apertura e en la ley 2297.

Entre las novedades que más resaltan en cuanto a productos financieros ofrecidos por entidades de cobertura nacional, se encuentran:

La makro cuenta del Banco Santa Cruz. Consiste en sorteos que otorgan premios en dinero a los participantes de la cuenta. Para participar, se deposita cierta cantidad mínima de dinero y por cada cierto monto depositado se obtiene derecho a participar de un sorteo; a mayor ahorro, mayores oportunidades en el sorteo y mayor probabilidad de ganar.

La tarjeta de debito de PRODEM (FFP). Esta tarjeta es “inteligente”, lo que implica el uso de un chip que contiene información sobre el cliente: el número de cuenta, la huella digital, las transacciones que ha realizado, el saldo que posee en su cuenta; es decir que el chip tiene la capacidad de almacenar mucha información. La tarjeta inteligente solamente puede ser utilizada en las cajas de PRODEM; PRODEM tiene planeado implementar cajeros automáticos en un futuro cercano; la ventaja de esta tecnología respecto de la tarjeta usada por los bancos es que debido a que el chip guarda mucha información, no se requiere que el sistema esté en línea, sino que el chip es el que lleva la información sobre el estado de cuenta del cliente. Otra ventaja es que si la tarjeta se pierde, o es robada, no puede usarse fácilmente para retirar dinero del cliente, ya que se requiere la huella digital. Además los cajeros que se implementarán emiten mensajes hablados y esto es más pedagógico para el cliente analfabeto, de hecho los cajeros emitirán mensajes en español, aymará y quechua, porque PRODEM es una entidad con varias agencias urbanas y rurales a nivel nacional.

La cuenta “Raspa y Gana” del Banco Ganadero. Esta cuenta incluye una tarjeta por cada depósito de \$US 100, dicha tarjeta se raspa y esta puede contener un premio en efectivo, a cobrarse instantáneamente en la entidad.

El Pasanaku de FIE (FFP). Este producto financiero se basa en depósitos periódicos, donde el cliente elige el monto de depósito periódico, el plazo que

tendrá entre un depósito y otro y el plazo total del “pasanaku”; en este sentido es similar al pasanaku, pero se diferencia en que el pasanaku es una práctica grupal, mientras que este producto financiero es individual. Al cabo del plazo fijado para terminar los depósitos, FIE entrega una “yapa”, que corresponde a los intereses ganados por el período de tiempo que el dinero ha estado en la entidad. Es un producto financiero de ahorro programado (también conocido como ahorro contractual).

Debido a que el fin del estudio no era el de conocer la variedad de productos financieros ofrecidos en Bolivia, no se conocen en detalle los productos ofrecidos por otras entidades financieras; existe poca difusión de estas actividades, precisamente por el énfasis que se ha dado al crédito en el país, en los pasados años. La sistematización de las experiencias bolivianas es, en este sentido, una prioridad para la mejor comprensión y evaluación del sistema financiero en general y de la movilización de depósitos en particular.

METODOLOGÍA DE CAPTACIÓN GRUPAL

La metodología de la URAC (en Tequisquiapan, México) se basa en ahorros individuales captados de manera grupal. Se trabaja con grupos (sin límites de género o de integrantes) que son básicamente de ahorro ya que el crédito es muy restringido por políticas de la URAC; el grupo nombra a una cajera (que puede ser un hombre, pero esto es poco común), la que trabajará sin remuneración de la URAC o del grupo, la cajera recibe durante la semana (en el horario que ésta defina) los depósitos de los socios y es la encargada de llevar el dinero a la URAC cada 8 días; en la URAC no se reciben depósitos individuales, sólo los que trae la cajera. El costo de transporte desde la comunidad donde se encuentra el grupo hasta la URAC (su central está en Tequisquiapan, pero opera en otros puntos una vez a la semana) no lo paga la URAC sino se espera que lo pague el grupo, en los hechos, lo paga o la cajera o los integrantes del grupo que ahorraron esa semana y en pocas ocasiones la totalidad del grupo.

Esta metodología permite disminuir fuertemente los costos de captación, en términos de personal, pero además de papelería, porque se dan hojas de captación por grupo (pese a que cada persona tiene su libreta de ahorro). Existen incentivos para las cajas cumplidas (que dan el ahorro del grupo cada semana y que asisten a una serie de reuniones), pero estos llegan a menos de \$US 2 mensuales para las más cumplidas, por lo que son más de índole moral, que monetaria.

Los depósitos, retiros y pagos de interés se anotan a mano en la libretas de los socios, azul o negro para los depósitos, rojo los retiros y verde los intereses; para asegurarse que la caja no cometa fraude esta debe llevar cada seis meses las libretas de todos los integrantes de su grupo a la URAC, para que se compare con el sistema computarizado que lleva cuentas individualizadas y si se notan diferencias no asociadas a problemas de suma, se le da un "crédito forzoso" a la caja.

Gracias a esta metodología, la URAC atiende a comunidades lejanas hasta 50 kms. de Tequisquiapan, vale la pena decir, que con excelentes vías de comunicación y transporte frecuente, condiciones fundamentales para la metodología. Hasta fines del año 2000, se manejaban 12,700 socios, en 268 grupos de 42 comunidades. Se manejan varios productos de ahorro bajo esta metodología, los que se explicarán más adelante, pero el principal componente de estos es, que se basan en pequeños ahorros constantes, que pueden ser desde \$US 0, 22.

Para promover el ahorro se premia a aquellas personas que ahorraron 50 veces en un año (es decir cada semana) que en 1999 fueron 1,750 y en el 2000 fueron 2,233, es decir más del 15% de los socios ahorró cada semana de ese año¹⁹. Para mencionar el logro de la metodología se puede notar que 53% de los socios tienen cuentas entre \$US 0.11 - 11.26; 15% con montos entre \$US 11.37 - 22.52 y 24% con montos mayores a los \$US 33.

Todos los retiros deben hacerse en la URAC, lo que no molesta a la mayoría de los socios porque conciben que si el retiro es difícil, no se realiza por motivos poco importantes y por lo tanto se puede ahorrar más. Vale la pena hacer notar que el control y seguimiento en este tipo de metodología es muy importante por el poder que tienen las cajas en lugares donde el analfabetismo es alto y porque se puede engañar a integrantes del grupo; la URAC realiza toda la metodología con sólo seis personas²⁰.

El concepto de esta metodología, va más allá de la autosostenibilidad de la entidad financiera, ya que favorece la captación de pequeños ahorros e introduce el ahorro monetario en áreas rurales; por otro lado, la metodología es un servicio a gente que de otra manera no tiene acceso a otras entidades financieras (ya sea por la distancia o por los montos de apertura mayores), principio que ha originado a las microfinanzas. El ahorro es visto como un servicio aliviador de pobreza a partir que disminuye la fragilidad de los clientes ante la fluctuación de sus ingresos (algo común en áreas rurales); por otro lado tiene efectos de empoderamiento (la decisión de utilización, promueve la autoestima) y educativos, esto último porque el ahorro genera previsión y si es hecho de manera semanal (como sugerido por la metodología), además promueve la disciplina; por otro lado, el ahorro no es excluyente, el crédito sí (no todos tienen oportunidades de inversión que ameriten contraer un crédito, pero todos ahorramos, lo que puede usarse para generar identidad de grupo o como base social para diversas actividades).

IDEAS PARA POTENCIALES PRODUCTOS DE AHORRO

En este punto, se describirá los productos financieros vistos en las pasantías mencionadas y las condiciones financieras y no financieras

^{19/} Vale la pena mencionar que el ahorro es completamente voluntario. La URAC promueve la captación de depósitos constantes porque tiene la visión de que esto genera disciplina lo que es un valor agregado al servicio financiero.

^{20/} 4 promotores y dos personas encargadas de contabilidad y la atención de caja en Tequisquiapan, para retiros y recepción de ahorro.

asociadas, así como ideas para poder desarrollar productos financieros. En primera instancia, el problema de las áreas rurales bolivianas es la dispersión de población, la que puede ser solucionada por la metodología anteriormente explicada y que puede utilizarse para movilizar depósitos con alguno(s) de los productos mencionados en esta sección. Debido a la diversidad de actividades que se pueden considerar de área rural, existirán productos que puedan adecuarse a áreas más urbanas, otros a ciudades intermedias y otros a áreas agrícolas; algunos podrán utilizarse en varios lugares con pequeñas modificaciones.

ORDENES DE PAGO

La CRAC Sr. de Luren ofrece el producto de ordenes de pago, producto que pueden utilizar todas las entidades financieras fiscalizadas bolivianas; este producto es similar a los cheques, pero con algunas diferencias:

1. No se transan en canje bancario y la cuenta no se puede sobregirar
2. No son endosables
3. La cuenta paga intereses

Las Ordenes de Pago se usan a manera de cheques para pagos a terceros, son muy útiles en lugares donde no hay bancos o donde éstos piden requisitos para otorgar cheques, que las MYPES no pueden cumplir, ya sea por montos de apertura, por legalidad de la empresa o por otros motivos. La Orden de Pago es muy utilizada por pequeñas empresas para pagar a sus empleados, estos acuden a la entidad financiera a cobrar y usualmente abren cuentas en la entidad por lo que se genera ahorro por parte de la empresa y de sus trabajadores o proveedores de insumos.

Las Ordenes de Pago deben especificar el nombre de la persona a la que se paga, monto (literal y numeral) y algo que identifique a la empresa, su número de cuenta y firmas autorizadas. Además,

es bueno incluir al igual que en los cheques un pequeño ticket que se queda en la chequera y que sirve para contabilizar cuanto dinero hay en la cuenta, de manera de no sobregirarse.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Las entidades que atienden a MYPES y especialmente las de área rural, puede aprovechar de este producto, además de atraer el ahorro como se mencionó antes, se logra manejar menos circulante y por lo tanto mayor cantidad de dinero rotando a través de la entidad.

La CRAC Sr. de Luren imprime serialmente sus "chequeras" de ordenes de pago; cuando una empresa solicita una cuenta, se le hace un sello con el número de cuenta y el nombre de la empresa. De esta manera se puede entregar "chequeras" en 24 horas o menos, a diferencia de algunos bancos que tardan (en esa misma localidad) al menos 48 horas. Se ahorra en economías de escala por la impresión masiva, y se atrae clientes porque se les entrega más rápido su chequera que la competencia. Se conoce que algunas cooperativas de Ahorro y Crédito en Bolivia operan con órdenes de pago.

TARJETAS DE DEBITO

Las tarjetas de débito se utilizan para debitar sobre cuentas de ahorro y pueden ser un buen producto si se tiene acceso a una red de cajeros amplia. PRODEM FFP, ofrece tarjetas de débito con identificación por huella digital, lo que obliga a que se usen en sus cajas y no en cajeros automáticos de bancos²¹. El problema de dar tarjetas magnéticas, es que no todos los micro ahorristas saben leer y puede ocurrir que las máquinas se "traguen" muchas tarjetas porque estos no pueden poner su PIN (por ejemplo), lo que es un problema. Esto se soluciona con la identificación vía huella digital (sin PIN), pero no se resuelve el problema de una red amplia.

²¹/ Actualmente PRODEM no tiene cajeros automáticos, por lo que en este momento la tarjetas de débito de PRODEM sólo se pueden utilizar en las cajas de sus oficinas.

Una red amplia implica dos condiciones: amplia cobertura nacional (área urbana y rural) y varios puntos en ciudades grandes ya que los ahorristas pueden requerir servicios en varios puntos del país, especialmente los comerciantes porque estos viajan mucho, pero además pueden necesitar un cajero cerca cuando operan en las ciudades grandes y este debe ser de fácil acceso, porque de otra manera, los costos de transacción, que son el costo que más reduce el uso de la tarjeta, no son aprovechados en su totalidad.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Una idea sobre la que Agencias de Cooperación Internacional podrían combinar esfuerzos, es la noción de una red de cajeros de microfinanzas; la tecnología de PRODEM parecer ser adecuada al mercado analfabeto, especialmente porque logra que los robos sean inútiles al tener como código de seguridad la huella digital de la persona dueña de la tarjeta. Debido a que, al momento, sólo los bancos están utilizando tarjetas de crédito, tanto Mutuales como Cooperativas y FFPs pueden estar interesados en ofrecer este servicio.

Actualmente los bancos han notado que distribuir individualmente los esfuerzos por poner cajeros es caro e ineficiente, por ejemplo se encuentran los cajeros de un banco a lado de los de otro, lo que provoca que se tenga la misma cobertura con mayores costos para el sistema en general; se tienen fuertes economías de escala al introducir a varios usuarios en la misma red de cajeros²². Si este tipo de alianzas se incentivan en este momento en el que todavía no existen altos costos invertidos por cada entidad individualmente, se pueden lograr importantes economías de escala.

Adicionalmente dado que la tecnología desarrollada por PRODEM²³ involucra un “chip inteligente”, este chip permite que los cajeros no estén en red, lo que significa fuertes disminuciones

de costos, adicionalmente, se puede tener cobertura de cajeros en lugares donde los bancos no pueden llegar porque no existe forma de mantener al cajero de banco en la red. A partir de esto se subsana uno de los más grandes problemas para captar ahorro: se puede retirar dinero en una red amplia y no solo en la entidad en la que se ha depositado y que no siempre queda cerca (físicamente hablando) de donde surge la necesidad de liquidez; es decir, se disminuye el costo de transacción de realizar retiros.

Un producto que puede elaborarse una vez que se tenga una amplia red de cajeros es un producto relacionado a viajes por Bolivia; las entidades microfinancieras pueden tener una red de cajeros con mayor cobertura que los cajeros de las entidades bancarias; por lo tanto, si una persona desea viajar al interior de Bolivia, puede encontrarse en lugares donde no existen cajeros de red bancaria y tener que cargar altos montos de dinero en efectivo, lo que es un peligro para la persona.

CUENTAS PARA NIÑOS

Las cuentas para niños deben contener métodos que motiven al niño a que pida el producto a su madre o padre. No es legal que los niños manejen sus cuentas por lo que este requisito legal puede complicar el destino del ahorro. En el caso de la Cooperativa 23 de julio en Otavalo (Ecuador), los niños pueden retirar, sin necesidad del titular hasta \$US 1, además por cada depósito se le da un helado, la cuenta entra a sorteos de peluches y juguetes.

La Cooperativa OSCUS en Ambato (Ecuador), desarrolló: Mi Tesorito, un producto orientado a niños bajo la siguiente modalidad: cada dólar en la cuenta vale un punto, la cuenta otorga regalos por cierto número de puntos. El niño puede retirar su premio si ha logrado el número de puntos deseado, pero debe inmovilizar el dinero durante

²² / El Banco Santa Cruz se ha introducido en la red Enlace y ha logrado doblar el número de cajeros que tenía.

²³ / Este análisis no ha sido concertado con PRODEM y pre asume interés de esta institución, lo que podría no ser cierto.

6 meses. El interés se paga por montos (entre 3% - 5%); la estructura de puntos es larga pero se puede destacar lo siguiente: 4 puntos = un llavero; 8 puntos = un bolígrafo; 24 puntos = un rompecabezas; 44 puntos = lonchera; 80 puntos = mochila. Se reciben depósitos desde 20 centavos de dólar y si el cliente tiene por ejemplo 50 puntos, puede pedir la lonchera y movilizar los 6 dólares restantes.

La CAC Riobamba regaló cuentas con menos de un dólar a niños recién nacidos, pero este tipo de cuenta requiere de bastante seguimiento y promoción y no tuvo el éxito esperado. La CAC CODESARROLLO de Ecuador ofrece el "Ahorro Crecer", producto para niños a través de alcancías cuyas llaves se encuentran sólo en la cooperativa; con esta cuenta sortean premios como gorras.

Debido a las condiciones culturales de ciertas áreas de Bolivia, probablemente pueda entrar en esta modalidad el rutuchi (o rutucha); el producto se basaría en que todo el dinero colectado de esta celebración se coloque en una cuenta, usualmente este dinero se guarda para gastos futuros del niño por lo que se podría promover este tipo de depósitos, aunque es probable que por condiciones culturales, el padre o la madre del niño desee que la institución también ponga dinero, en cuyo caso sería similar al producto ofrecido por la Riobamba, pero con un toque cultural que vale la pena rescatar en algunas áreas rurales del país

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Debido a que es un producto orientado a niños, se debe permitir pequeños depósitos, montos bajos de apertura y pequeños incentivos asociados a lo que esté de moda entre los niños ese momento, por ejemplo, ofrecer un "álbum de figuritas" por una apertura de cuenta y regalos de fichas por cada depósito; se debe pensar en algo que atraiga a los niños a pedir esta cuenta y ahorrar en ella periódicamente, alcancías por ejemplo.

La CAC 23 de julio, para hacer el mercadeo de su producto para niños ha puesto una persona disfrazada de conejo de peluche en la puerta y la cooperativa ha habilitado una pequeña "casa" para que los niños la usen como ventanilla para depósitos y retiros que ellos mismos hacen, generando con ello una cultura de ahorro y una especie de juego.

La CAC Riobamba (Ecuador), para promocionar un producto orientado a niños visitó a escuelas y se regalaron útiles escolares. Se puede pensar en diseñar un producto orientado a niños sin hogar y/o que trabajan, sin embargo, esto debe ser hecho con mucho cuidado, ya que debido a que los niños no pueden realizar retiros²⁴, algunos padres podrían aprovechar esto y así retirar dinero de las cuentas de sus hijos, lo que es un problema particularmente porque algunos padres ni siquiera dan casa a estos niños. La CAC Jardín Azuayo (Ecuador) tiene un programa con niños lustrabotas.

AHORRO ESCOLAR

Aunque la diferencia entre este producto y el anterior parezca leve, el objetivo de ahorro es distinto, mientras que en el otro caso se ahorra para el niño y esto puede cubrir sus enfermedades, necesidades de vestimenta, etc, en este caso se ahorra para el estudio. La CAC CODESARROLLO (Ecuador) desarrolló el "Ahorro Estudiantil", producto para cursos de colegios, el curso entero ahorra en una cuenta, pero además se promueve que el curso otorgue préstamos (con su dinero, la cooperativa no presta a menores de edad) y la cooperativa les facilita la tabla de amortizaciones. La cooperativa lo concibe como un producto que orienta a la educación y generación de una cultura de ahorro y crédito.

La URAC en Tequisquiapan, Méjico, ofrece el "Ahorro Escolar". La particularidad del producto es que para asegurar que el ahorro está destinado al estudio del niño, sólo se permiten retiros 3

^{24/} Por lo menos la normativa boliviana no lo permite. Este punto debería tratar de revisarse con las autoridades ya que el servicio de ahorro puede ser muy útil para niños trabajadores, pero estos no pueden manejar estas cuentas.

meses al año, Junio, Agosto que son los meses en los que comienza y termina la escuela y Noviembre que es el mes en el que se desfila y se requieren gastos para uniformes. Se puede depositar desde 22 cts. de dólar cada semana bajo la modalidad de captación grupal, anteriormente explicada.

Si se desea promover el ahorro para el estudio, los retiros deben estar limitados a fechas y gastos escolares, porque la idea del producto es que el niño se beneficie de escolaridad, y por lo tanto el dinero ahorrado para ese fin debe ser claramente destinado para eso.

Otro servicio que se podría dar asociado a este fin es, que los padres de familia pongan un monto bajo, pero periódico (por ejemplo semanal) para los útiles escolares del siguiente año escolar de su hijo(a), nuevamente se pueden restringir los retiros a fechas del calendario escolar, por ejemplo, inicio de clases, fin de clases y aquellas fechas en las que se requieren compras de uniforme o de material escolar (como por ejemplo, la mitad del año escolar). Esto asegura que no se tendrán constantes retiros, sino por el contrario montos pequeños pero crecientes de depósitos.

Puede ser útil que una persona de la entidad vaya a captar el dinero a la escuela mientras el dinero que se recauda, justifique el servicio. Este producto si bien no sería muy rentable, sí sería muy útil para los padres de familia, el (la) niño(a) y la entidad, ya que esta podría mejorar su imagen ante la comunidad donde está ubicada, especialmente si es un pueblo pequeño, ya que generaría un lazo importante con potenciales clientes activos y pasivos.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

El producto estaría orientado a familias con bajos recursos que encuentran que pagar por los útiles

escolares, es un gasto relativamente alto o no empata con su ciclo de generación de ingresos. Para poder realizar la captación de mejor manera, la entidad podrá mandar personal a los colegios, porque esto disminuye los costos de transacción para el cliente.

El producto debería comenzar a promocionarse al poco tiempo de iniciado el año escolar o mediados de este para que los padres de familia que deseen utilizar el producto tengan dinero para depositar (lo que no ocurre al principio de año, porque se ha gastado en los útiles escolares de ese año) y se tenga un tiempo suficiente como para que el dinero captado sirva para el fin para el que es propuesto.

CAJAS DE AHORRO CON CRÉDITO

Como requisito el producto debe involucrar a una entidad regulada, una asociación de productores y una empresa privada que mantenga vínculos de negocio con la asociación de productores²⁵, por ejemplo que estos sean sus proveedores de materia prima. El producto se maneja de la siguiente manera: la empresa privada paga a la EF el dinero que debe pagar a la asociación de productores por materia prima (siguiendo con el ejemplo), estos tienen crédito con la institución, misma que realiza débitos automáticos del pago de la empresa privada a las cajas de ahorro de cada productor asociado y hace débito automático sobre los créditos que opera con estos.

La entidad financiera se asegura el pago de los créditos, la empresa privada disminuye costos de transacción porque hace un solo cheque para el pago de materia prima, los productores lecheros disminuyen costos de transacción porque se les hace débito automático y no se ven obligados a ir a la ciudad a que les pague la empresa privada, corriendo el riesgo de manejar todo su efectivo de vuelta a su hogar. Este modelo asume que la

²⁵ El Centro de Investigación y Desarrollo Regional (CIDRE), propuso este mecanismo a PROFIN/COSUDE como un potencial producto de ahorro que involucraba a asociaciones de productores lecheros con venta asegurada a PIL y cuentas de ahorro en un Fondo Financiero Privado operando en la zona.

institución financiera tiene agencias en la ciudad donde opera la empresa privada y en el área donde operan los productores.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Este tipo de producto puede adecuarse a transportistas, productores lecheros y otros productores agropecuarios, en especial si son asociados. Como norma general para el producto, se debe buscar tratos tripartitos, ya que esto garantiza el pago del crédito y disminuye el riesgo. Por otro lado, no todas las personas involucradas en la asociación quieren o utilizan crédito, pero todas tienen vínculo con la empresa privada, por lo que pueden usar la caja de ahorro.

Este tipo de mecanismos pueden promoverse a sindicatos, asociaciones o agrupaciones que tengan tratos con una empresa privada, de esta manera al lograr el acuerdo con la entidad que realiza los pagos, se logra facilitar tanto el cobro para el cliente como el pago del crédito para la entidad financiera.

CAJAS DE AHORRO CON PRIMAS POR MONTOS CAPTADOS

Este tipo de productos se hacen para personas que ahorran poco dinero. Se ofrece una Caja de Ahorro en la que si una persona llega a un saldo deseado en un período fijado, la entidad le da una prima adicional al interés que le paga. Por ejemplo, si cada mes una persona deposita Bs. 50 se le da una prima; o si cada semestre deposita Bs. 500, etc. El hecho es que este tipo de cuentas reducen costos de transacción para la entidad porque la persona tiene la meta de ahorrar y no de sacar dinero.

Un problema del micro ahorro es que se pueden realizar muchas transacciones en breves períodos, mientras que lo ideal para una institución de intermediación financiera es que se realicen la menor cantidad de transacciones en cuentas con montos altos; esto porque existen costos de fijos

reoperación y por lo tanto se paga a un cajero lo mismo, ya sea que reciba \$US 1000 o Bs. 50, ya sea que se retiren \$US 50 de una cuenta de \$US 10,000 o de una cuenta de \$US 200. Este producto tiene la ventaja que cuenta con incentivos para no hacer retiros de la cuenta, por lo que se hacen menos transacciones en promedio.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

El mercado de este producto está relacionado con el ahorro por motivaciones específicas; por lo que este tipo de cuentas se pueden aplicar a diferentes productos que tenga la entidad. El hecho de dar primas por montos alcanzados genera una motivación adicional para ahorrar para el pequeño ahorrista, mientras que para el grande, esto no es un incentivo ya que puede depositar montos altos en pequeños períodos de tiempo, además la prima puede resultarle pequeña para sus demandas. Esto está asociado al tipo de negocio que tenga el cliente; en el caso de microempresarios, estos tienen un flujo de dinero que se mueve de manera más frecuente que un asalariado al que se le paga cada mes, por lo que pueden realizar depósitos de manera más frecuente.

Por lo tanto, este tipo de productos atraen a pequeños ahorristas que mueven montos bajos en períodos cortos de tiempo, pero que quieren ahorrar y encuentran que de esta forma pueden depositar las pequeñas ganancias diarias o semanales que su negocio arroja. Vale la pena recalcar que existen muchos microempresarios con y sin crédito que tienen excedentes que desean ahorrar, por lo que la entidad lograría ampliar su clientela al promover este tipo de productos, sin cambiar su mercado meta.

DEPÓSITOS A PLAZO FIJO CON INTERÉS ANTICIPADO

Este tipo de depósitos se haría sobre la base de un depósito a plazo fijo, solo que se pagaría el dinero correspondiente al interés el mismo día del depósito. Por ejemplo, si se abriera un depósito

a un año (el plazo es relevante para el cálculo del interés traído a presente) con una tasa de interés de 10% y se depositarían Bs. 100; el interés debería ser Bs.10 al final del año, pero con el interés anticipado se devuelven Bs. 9 ($9=10/1.1$), que corresponden al interés a fin de año traído a presente (a la misma tasa del depósito).

La entidad deberá tener claro que no está pagando 10%, porque al final del año, se le devuelven Bs. 100 que era el depósito original. En realidad lo que sucede es que se está pagando 100 por un depósito de 91; es decir que la tasa efectiva es: $(100/91) - 1 = 9.89\%$

Entonces: 9.89% es la tasa que realmente se paga.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

En este producto lo relevante para promocionar el producto, es que el cliente tiene la percepción que hace un buen negocio porque recibe liquidez inmediata, el pago de interés está asegurado, y el hecho de pagarle el interés anticipadamente le da la percepción que la entidad es sólida y tiene liquidez.

El efecto psicológico de adelantar el interés aporta seguridad y confianza del cliente hacia la EF, ambas son características que todas las instituciones desean promover como parte de su imagen, porque son temas claves para la movilización de depósitos.

DEPÓSITOS A PLAZO FIJO CON INTERESES PERIÓDICOS

Este tipo de depósitos se haría sobre la base de depósitos a plazo fijo usuales, pero con la diferencia que los intereses se pagan de forma periódica. Por ejemplo, en un depósito a plazo fijo de un año, se ofrece al cliente el pago de los intereses en forma mensual, trimestral o semestral. Si acepta una de estas opciones, los intereses

pueden ser debitados a una caja de ahorro de la misma entidad; en el fondo, se le ofrece la apertura de una caja de ahorro y que se le darán los intereses para que ganen interés en otra cuenta de la entidad. Si el cliente acepta se le hace conocer las condiciones de apertura de la caja de ahorro y si se abre la cuenta antes que se pague el primer interés anticipado, puede recibir los intereses de ese mes (si ha elegido pagos mensuales) a su cuenta.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

La forma de mercadear este producto es atraer al ahorrista cuya motivación esté orientada por la liquidez y mayor ganancia del producto financiero; esto porque si se le pagan los intereses antes de vencer el DPF, el cliente puede mover este dinero y tener una tasa efectiva anual mayor a la del DPF.

La ventaja de este producto para la entidad es que logra atraer al cliente con dos cuentas, lo que genera más fácilmente una relación fuerte con éste, y puede establecer relaciones de mayor plazo y profundidad con la clientela²⁶. Si la persona decide tener una caja de ahorro en la entidad, entonces se ha logrado que el dinero rote durante más tiempo en la entidad, porque las cajas de ahorro, pese a ser cuentas más líquidas, suelen permanecer más tiempo en las entidades ya que son el fondo de ahorro de la persona y este fondo se va acumulando, lo que no siempre ocurre con los DPF.

PLAN DE JUBILACIÓN

La Cooperativa Jardín Azuayo (Ecuador), opera un producto orientado al retiro o la cesantía denominado "Fondo de Cesantía"; se basa en contratos con empresas que descuentan por planilla un monto a sus empleados y lo colocan en una cuenta personal de la que no se puede retirar dinero hasta transcurridos 5 años, salvo

^{26/} La Caja Municipal de Ahorro y Crédito de Huancayo, Perú, ofrece un producto similar, y se conoce que varias instituciones financieras en Bolivia también implementan metodologías similares.

que se despida o se jubile al empleado. La entidad paga el mismo interés a esta cuenta que a las libretas de ahorro, pero cuenta durante bastante tiempo con ese dinero.

La Cooperativa San José en Chimbo (Ecuador) desarrolló un producto similar: el “Plan Jubilación”, desarrolló este producto orientado al retiro del trabajo, se basa en un contrato con el cliente en el que se especifica un monto mínimo de ahorro mensual, que no debe ser menor a \$US 2 y que se depositará en la entidad cada mes durante cinco años, sin derecho a retiros. Se paga mayor interés porque se capitaliza mensualmente y el retiro sólo se puede dar con aprobación del gerente.

La Cooperativa CODESARROLLO (Ecuador), realizó una iniciativa similar, “Plan de Jubilación” es orientado a empleados, basándose en depósitos de mínimo \$US 1 ya sea mensual o semanal. Se abre con \$US 25 mínimo y el dinero debe quedar inmovilizado en la entidad durante al menos tres años.

Un producto similar existe en Perú, se denomina Compensación por Tiempo de Servicios (CTS), con la principal diferencia de que es obligatorio, ya que el estado obliga a ahorrar en instituciones financieras. El CTS es distinto del aporte para pensión jubilatoria.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Vale la pena mencionar que la Cooperativa San José está en área rural y la Jardín Azuayo tiene varias sucursales rurales; en el caso de la San José, muchos independientes utilizan este producto por voluntad propia. Para este producto es deseable generar un contrato que especifique que se harán depósitos frecuentes y el dinero no se retirará salvo una emergencia y con autorización expresa del gerente. También es atractivo para los clientes poder depositar montos bajos y ganar mayor interés lo que se puede hacer porque es fondeo de largo plazo.

Pese a que la noción de previsión para vejez o para el futuro parece un tema difícil de manejar con independientes o informales, muchas personas de estos sectores previsionan, pero no siempre lo hacen en instituciones financieras porque estas no le brindan servicios a su medida.

PLANES MÚLTIPLES

La población suele ahorrar para distintos fines adecuando los productos financieros existentes, a sus necesidades; sin embargo como institución financiera, es más deseable, promover cuentas específicas para cada fin, y así posicionarse como la entidad en la que se puede ahorrar para fines específicos.

La Cooperativa San José (Ecuador) ofrece el “Plan Multi Uso”, que es una versión más flexible del anterior producto, se basa en el mismo principio del contrato, pero se deja el dinero durante dos años. Además el objetivo del ahorro suele estar asociado a bienes de consumo. La misma cooperativa ofrece el “Plan Educación”, orientado a jóvenes en los últimos niveles de colegio. Se retiene el dinero dos años, sin derecho a retiros; los operadores de esta entidad mencionaron que algunos estudiantes utilizan el producto para ahorrar dinero y entrar en la universidad luego de salir del colegio.

La URAC, en México, ofrece el “Ahorro para eventos”, una cuenta que se pensó que podía utilizarse para diversos fines y cuyo principio era depósitos frecuentes y pequeños; desde el inicio de la cuenta, el cliente fija un mes en el que podrá hacer retiros (si la persona no retira durante ese mes, se retiene el dinero 3 meses más); se notó que mucha gente ahorra para los peregrinajes, que se realizan cada año, la necesidad de ahorro para los gastos del peregrinaje es alta, debido a que éste dura 15 días.

La CRAC Sr. de Luren (Perú), ofrece un producto de ahorro orientado a los últimos años de colegio; se basa en una cuenta que se abre con dos alumnos y un padre de familia o un representante de colegio,

la cuenta se abre dos años antes de salir del colegio y tiene el fin de que el curso entero ahorre para su viaje de promoción..

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

Es importante hacer énfasis en la siguiente idea: la gente no percibe que puede ahorrar para un fin específico en una institución financiera hasta que ésta lo promociona, por lo que vale la pena estudiar aquellas actividades que se realizan con frecuencia en el área de operación y promocionar la movilización de recursos en la entidad. Algo que la entidad debe lograr es ser asociada a mercados específicos; así como los FFP prestan a micro empresarios y las Mutuales prestan para vivienda, se debe poder asociar un tipo de entidad financiera con una motivación de ahorro mayoritario. Esto se logra con una buena difusión de que la entidad conoce las necesidades de la gente y por lo tanto le ofrece productos de ahorro a su medida.

A manera de aportar ideas, se mencionan algunas de las necesidades que ninguna institución financiera boliviana ha asociado a un producto financiero específico dentro su oferta. Casarse es una razón de ahorro en un grupo etéreo relativamente grande, sin embargo, ninguna entidad financiera ofrece productos específicos al respecto, sino que las parejas que desean ahorrar para este fin acuden a cualquier entidad y utilizan una caja de ahorros o usan pasanakus²⁷. Se pueden ofrecer productos para entierros, cremaciones, viajes o festejos de promociones; varios implican alianzas estratégicas con otro tipo de instituciones que prestan estos servicios.

MATERO – INFANTIL

Actualmente algunas clínicas hacen tratos para recibir pagos adelantados a manera de cuotas de ahorro para cubrir el costo del parto. Un producto financiero de este tipo debería basarse en promociones en clínicas y consultorios ginecológicos, de manera de iniciar la relación

con los potenciales clientes. El producto está orientado a ahorros programados para que se puedan cubrir los costos del parto. La pareja (o la madre en caso de que esta planea tener el bebé sola) programaría montos fijos por mes o por semana y depositaría este dinero en la entidad financiera, podría ser más atractivo que la entidad recoja el dinero de algún lugar fijo: el consultorio médico o la clínica, para disminuir los costos de transacción para los clientes (aunque los controles para el manejo de este tipo de servicios deben ser realizados con sumo cuidado).

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

El mercado es bastante amplio dado que la mayoría de las personas planean tener familia en algún momento. La forma de llegar a este mercado es necesariamente a través de clínicas, hospitales y ginecólogos, ya que es el primer contacto del potencial cliente con el hecho de que debe ahorrar para este fin.

El momento del parto, la entidad da todo el dinero ahorrado más el interés que ha ganado la caja de ahorro del cliente. Si el cliente no llega al monto deseado para el parto y se ha notado que este cumplía con sus obligaciones de manera puntual, se puede otorgar un crédito por la diferencia entre sus ahorros y el costo del parto. Adicionalmente, se pueden otorgar premios por montos deseables de ahorro (los que pueden ser pactados con la entidad y estar en función del costo esperado del parto). Es decir, que el ahorro sea programado.

Se pueden otorgar premios en la siguiente modalidad: los padres están usualmente atentos al sexo del futuro ser humano, y esto es algo que no se conoce en el inicio del embarazo por lo que la entidad puede hacer un pacto (mas bien una apuesta) con el cliente, que involucre que si éste abre su cuenta antes de que se pueda conocer el sexo, éste puede apostar sobre el sexo del bebé y si acierta, la entidad le otorgará un premio, el

^{27/} Conocidos como ROSCAS en la literatura, tandas en México, Cuchuales en algunos países de Centro América, etc.

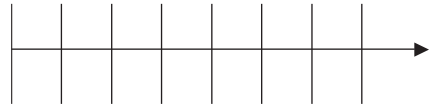
que puede ser una cuenta para el niño que debe estar inmovilizada un año (por ejemplo) o pueden ser bienes que sean utilizados por los padres, por ejemplo, pañales. Es preferible lo primero que lo segundo, porque genera una cultura de ahorro y puede iniciar una relación de fidelidad con el servicio financiero por parte del recién nacido.

Un elemento que puede ayudar a la comercialización del producto, es asociar el producto a un seguro. En el caso del crédito de vivienda se genera un desgravamen hipotecario que asegura a la entidad el pago de la deuda si es que el cliente muere²⁸ y este monto es relativamente pequeño comparado con la cuota, por lo que el cliente no siente un impacto muy fuerte en el costo del crédito. En este caso se podría asociar el producto a un seguro que cubra el caso de cesárea o de pago de incubadora para el recién nacido. Esto provocaría que muchas personas utilicen el servicio dado que la probabilidad de la necesidad de ambos es desconocida. Por un lado la entidad apoya a mujeres, brindándoles facilidades y condiciones de ahorro y por otro las asegura en caso que un problema llegara a ocurrirles, lo que ya en sí mismo es un servicio valioso.

PASANAKU DE PAGO ANTICIPADO

El Pasanaku es un fondo rotativo que varias personas conforman y se distribuyen periódicamente de manera aleatoria o no (conocido como ROSCAS o ACARS o tandas en México), este tipo de mecanismo se usa en toda Latinoamérica, África, Asia por lo que es un concepto familiar a muchos países; el concepto de un Pasanaku de Pago Anticipado consiste en que los pagos al fondo rotativo sean pagos anticipados un período.

Tómese el caso de un pasanaku típico donde la flecha representa el tiempo y las líneas verticales entradas (líneas hacia arriba) y salidas (hacia abajo) de dinero:



En este caso, se tiene un Pasanaku de ocho ciclos y como se aprecia en la figura, las entradas empatan con las salidas, es decir, la gente toma el dinero el día que lo recauda. En el caso del Pasanaku de Pago Anticipado, este se vería así:



De esta forma, el primer momento es una entrada, en este caso para la entidad y todos los siguientes ciclos empatan hasta el último que es una salida de efectivo; y el Pasanaku resulta en un equivalente a un depósito a plazo fijo que dura un ciclo más que un Pasanaku con la misma cantidad de gente, en el ejemplo dura nueve ciclos, en vez de ocho. Por ejemplo, si un Pasanaku es mensual y comienza en febrero, la primera cuota se paga en enero, la de marzo en febrero y así sucesivamente. La entidad recibe el primer pago y no lo devuelve, luego el segundo pago empatan con el primer sorteo y retiro, y así hasta que en el último retiro, la entidad le da el dinero a la persona que le toque. En la parte operativa, la entidad recibe un depósito a plazo fijo y puede pagar un interés por éste; además no rompe con las condiciones culturales de aleatoriedad del sorteo ni con una condición grupal.

MERCADO Y FORMA DE OFRECER EL PRODUCTO:

El producto está orientado a personas que realicen el Pasanaku en grupo ya sea con un intermediario informal, denominado "pasanaku comercial" o con un grupo de "conocidos", denominado "pasanaku tradicional". En el caso del "comercial" (Aliaga y Ayoroa: 1998), este se caracteriza porque se le paga a una persona (pasanakera) para cobrar y repartir el dinero; rol que la entidad puede pensar en ocupar.

²⁸ / Este pago no es válido para clientes que se suicidan

Generalmente las personas que se ubican físicamente en un lugar de manera regular, deciden “jugar” un pasanaku; por ejemplo las vendedoras de un mercado o los integrantes de una institución. La entidad debe promocionar el hecho que se puede participar grupalmente, porque esto es algo novedoso y culturalmente aceptado.

Sin embargo, la desventaja de este producto es que el interés puede no ser muy atractivo, porque si se paga 10% de interés sobre un pasanaku de \$US 1,000 y 12 personas (es decir 12 ciclos, lo que puede representar un año), el interés representa menos de 10 dólares por ciclo, lo que puede ser muy poco atractivo para las personas involucradas. Lo mejor que puede ofrecer la entidad es, dar el interés completo (los 100 dólares de interés) a la última persona que reciba el pasanaku o sortearlo entre los miembros en el último ciclo; porque \$US 100 sí pueden ser atractivos para decidir ahorrar con la entidad financiera.

Se puede promocionar adicionalmente al pasanaku, que a los integrantes que abran una Caja de Ahorro en la entidad, se les puede hacer débito (o abono dado el caso) automático para que no tengan que preocuparse de pagar (o cobrar). Esto puede ayudar a la entidad a disminuir costos de transacción para el cliente; y para la entidad, si es que esta decide recoger las cuotas de los integrantes; además que se garantiza el pago, que es un clásico problema del pasanaku.

Si bien el pasanaku tradicional no paga interés, esta sería una buena motivación para hacerlo en una entidad financiera. El pasanaku “comercial” involucra una comisión para la pasanakera; se puede aprovechar este hecho y promocionar el pasanaku como: “Deja de pagar por hacer un pasanaku con pasanakeras, ven a la entidad X y realiza tu pasanaku sin comisiones”.

Otro valor que puede ofrecer la entidad financiera, sería la seguridad de cobro. Sin embargo, tal vez sería mejor ofrecer algo adicional (diferente al interés) para pasanakus de montos altos; por ejemplo, se suele asociar el pasanaku a reuniones

para tomar té, por lo que la entidad puede suplantar el interés por el servicio de té a pasanakus con montos superiores a un monto X definido por la entidad.

Adicionalmente, si es que existe una red amplia de agencias, puede representar un atractivo, realizar un pasanaku inter departamental; es decir, un dilema del pasanaku (así como del crédito grupal) es la movilidad de la gente, muchas personas viajan por lo tanto faltan a sus compromisos. Es probable que familias separadas estén interesadas en este tipo de servicio. Potencialmente se pueden presentar problemas de cobro, pero por otro lado, puede ser un atractivo para personas separadas.

Se puede promocionar como Ayni en ciertas áreas rurales de Bolivia, dado que involucra una especie de ayuda (ayuda monetaria para los que reciben primero el pasanaku) con retribución (porque eventualmente se debe devolver el dinero recibido, a través de las cuotas periódicas); que son condiciones básicas del Ayni, además de que esta puede ser una actividad entre grupos, lo que es muy usual en el área rural.

Una ventaja del producto es que la actividad es conocida, por lo que el producto puede introducirse con unas cuantas explicaciones. De hecho, sólo debe introducirse la noción de hacerlo en una entidad financiera y las condiciones financieras asociadas, porque la modalidad del producto respeta las condiciones culturales del pasanaku: es grupal, el dinero rota entre los participantes y el grupo puede decidir sobre que participante recaerá el fondo.

Una condición fundamental es que el grupo decida sus integrantes, frecuencia del ciclo y montos a depositar, de lo contrario la entidad podría encontrarse con los mismos problemas con los que se ha encontrado el crédito grupal en varias entidades bolivianas. Adicionalmente, la entidad deberá reflexionar sobre si vale la pena recolectar los depósitos de todos los integrantes o si es mejor sólo involucrarse en el primer y último ciclo,

es decir en la recepción del depósito y en la liquidación de la cuenta; esto puede ser más práctico y permitiría a la EF desligarse de los problemas de cobro del pasanaku, mismos que son poco comunes pero no inexistentes.

LECCIONES Y RECOMENDACIONES

Los beneficios que aporta el ahorro a la economía en general y a la población de escasos recursos en particular han sido ampliamente documentados y validados en experiencias alrededor del mundo²⁹, particularmente en África y Asia, siendo estos dos continentes los que más experiencias exitosas poseen al respecto. No era objetivo del documento el aportar nuevos conceptos sobre este tema, sin embargo, vale la pena recalcar que el ahorro es un servicio que aporta a la población de escasos recursos porque la hace menos vulnerable ante las fluctuaciones de su ingreso y porque es un servicio incluyente (todos ahorramos, pero no todos requerimos o podemos pagar un crédito) en el que se pueden generar procesos educativos y promotores de autoestima.

En el caso boliviano, el acceso a fondos de cooperación internacional y de instituciones de segundo piso, es un tema recurrente cuando se toca el tema de movilización de depósitos. En ese sentido, la cooperación internacional deberá definir una posición con respecto a la movilización de ahorros y el apoyo a instituciones microfinancieras. Tanto las instituciones microfinancieras como las agencias de cooperación deberán definir si están interesadas en la movilización del ahorro como un aporte al alivio de la pobreza o como un medio que apoya a la sostenibilidad de las instituciones microfinancieras. Como se mencionó previamente, ambos temas pueden complementarse, pero pareciera que al momento existe poca definición sobre este tema y esto afecta la toma de decisiones sobre las acciones a seguir.

En Bolivia, las instituciones fiscalizadas (microfinancieras o no) están poco esparcidas en

áreas rurales donde primen los habitantes de escasos recursos (con la excepción de PRODEM FFP), lo que complica la movilización de depósitos en estas áreas y conlleva a que la población de escasos recursos de éstas áreas no tenga acceso a los beneficios de este servicio. Esto no puede decirse de las áreas urbanas, sin embargo, los clientes pobres siguen siendo clientes de crédito en su mayoría, cuando las experiencias de otros países, muestran que esta relación es usualmente inversa.

Entre las condiciones que promueven la captación de depósitos de estratos de bajos recursos, se pueden mencionar las siguientes: montos bajos para la apertura de cuentas, montos bajos para los depósitos mínimos a recibir, eliminación de cobros por consultas de saldo y mantenimiento de cuenta, disminución de costos operativos vía captaciones grupales y disminución de costos de transacción para el ahorrista, en especial para aquel que quiere depositar, porque bajo ciertas condiciones, los clientes pobres perciben que, si se tiene el dinero cerca, se lo gasta, mientras que si este es poco accesible, se mantiene ahorrado, en este sentido la facilidad para realizar depósitos es muy valiosa y en algunos casos, es más apreciada que la facilidad de realizar retiros; sobre este punto, los servicios móviles pueden jugar un rol importante.

La tasa de interés debe ubicarse cercana a la de la competencia, sin embargo, se puede pagar una tasa negativa en términos reales. Aunque esto parezca contraproducente, vale la pena aclarar que en las prácticas informales de ahorro de varios países, incluida Bolivia, los pobres reciben rendimientos negativos por ahorrar. Este es el caso del pasanaku, donde inclusive se paga a un intermediador por realizar el servicio (Aliaga y Ayoroa: 1998), y puede ser el caso del ahorro en especie bajo ciertas condiciones. Sin embargo esto no impide que los pobres ahorren y parece ser que el acceso al servicio de ahorro puede ser más importante que el rendimiento que se recibe,

²⁹/ Véase Hannig, Elser y Wisniwsky: 1997 para mayor detalle

análogamente, en el micro crédito existe el paradigma de que el acceso es más importante que la tasa de interés; en caso del servicio de ahorro, esta hipótesis deberá validarse en trabajos que profundicen el tema.

Las instituciones financieras que deseen desarrollar alguno de los productos mencionados, deberán pensar en los controles internos que deberán implementar y las necesidades de liquidez que enfrentan, para de esta manera, optar por un producto o por otro, de igual manera, las necesidades de calce de plazos y monedas, deberán ser tomadas en cuenta al momento de decidir por el desarrollo de un producto financiero. También deberán definir el estrato al que deseen atacar como mercado meta, para optar por un producto o por otro.

Las ideas para potenciales productos financieros, han sido pensadas como eso, ideas; no se menciona la tasa de interés que las instituciones deberían o podrían cobrar ni la conveniencia o no en términos de costo - beneficio, porque esto dependerá de la manera en que cada institución adecue estas ideas a su operación. Se ha dado un esbozo del mercado al cual se puede atacar con estos productos y la manera de hacerlo, sin embargo, se espera que sean las instituciones financieras, las que profundicen sobre el tema, para de esta manera adecuar sus productos financieros a los mercados donde operan o a aquellos donde quieren ingresar.

Actualmente, gracias a la iniciativa del FONDESIF/MAP, la movilización de ahorros puede ser llevada adelante con apoyo institucional y financiero; será seguramente esta institución, una de las que mayores desafíos deberá enfrentar sobre el tema en el futuro, y en ese sentido, se espera que este documento sea un aporte y una herramienta que apoye a esta institución en su accionar futuro y a las instituciones financieras que con o sin apoyo de FONDESIF/MAP deseen involucrarse en la captación de ahorro con lo que ello implica tanto para sus instituciones como para sus clientes.

BIBLIOGRAFIA

- Albo, Xavier Kitula Libermann, Armando Godínez, Francisco Pifarré (1989). Para comprender las culturas rurales en Bolivia, La Paz, Bolivia: Ministerio De Educación y Cultura, CIPCA, UNICEF
- Aliaga, Irina y Elizabeth Ayoroa (1998), "Pasanaku: un sistema de intermediación informal", en: Movilización del Ahorro Rural en Bolivia: Una Tarea Impostergable. La Paz, Bolivia: FINRURAL; PROFIN/COSUDE.
- Aliaga, Irina (1998) "El pasanaku: Producto Financiero", en: Movilización del Ahorro Rural en Bolivia: Una Tarea Impostergable. La Paz, Bolivia: FINRURAL; PROFIN/COSUDE.
- Bonilla, William (1999), "Experiencia en servicio de ahorro de CALPIA", en: El reto de América Latina para el siglo XXI: Servicios Financieros en el área rural, La Paz, Bolivia: FUNDA PRO, CAF.
- Consejo Mundial de Cooperativas de Ahorro y Crédito (2001), "Las Mejores Prácticas para la Movilización de Ahorro", exposición preparada para el Seminario: Las Mejores Prácticas para la Movilización de Ahorro, Perú: WOCCU.
- Chaves, Rodrigo, Nelson Aguilera, Catherine Mansell et al (1997), Mercados Financieros Rurales en América Latina. Tomo I. Análisis y Propuestas, Perú: CEPES, CES Solidaridad, COINCIDE, Coordinadora Rural, FINRURAL
- Chaves, Rodrigo, Nelson Aguilera, Catherine Mansell et al (1997), Mercados Financieros Rurales en América Latina. Tomo II. Avances Institucionales, Perú: CEPES, CES Solidaridad, COINCIDE, Coordinadora Rural, FINRURAL.
- Escobedo, W, (1999), "Experiencia en servicios de ahorro de la Caja Municipal de Arequipa", en: El reto de América Latina para el siglo XXI: Servicios Financieros en el área rural, FUNDA PRO, CAF 1999
- Fiebig, M, Alfred Hannig y Silvia Wisniwski (1999), Savings in the context of Microfinance – state of knowledge, Alemania:GTZ, BMZ, CGAP.
- Flores, M (2001), "El ahorro en la URAC", en: Octavo Taller de: Finanzas Populares en el medio Rural", México: La colmena Milenaria, Red de organizaciones con ahorro y crédito alternativos.
- Hannig, Alfred, L. Elser, Silvia Wisniwski (1997), Savings in the context of Microfinance (draft), Alemania: CGAP, GTZ.
- Marconi, Reynaldo (1998), "Oferta de servicios de depósitos en el área rural de Bolivia", en: Movilización del Ahorro Rural en Bolivia: Una Tarea Impostergable. La Paz, Bolivia: FINRURAL; PROFIN/COSUDE.
- Marconi, Reynaldo (1999), "Avances en la movilización de ahorro en el área rural de Bolivia", en: El reto de América Latina para el siglo XXI: Servicios Financieros en el área rural, La Paz, Bolivia: FUNDA PRO, CAF.
- Morales, G (2001), "Movilización de ahorros en Guatemala" exposición preparada para el seminario: Las mejores prácticas para la movilización de ahorros, Perú: DGRV, WOCCU, USAID, FENACREP.
- Olmos, Herberto (1997), Foro de Microfinanzas, Serie Ahorro No 1. Movilización de ahorros en mercados financieros emergentes, La Paz, Bolivia: PROFIN – COSUDE, FNRURAL, FUNDA PRO.
- Pirir, E (1999), "Movilización de ahorros en el área rural: experiencia de la Cooperativa Guayacán", en: El reto de América Latina para el siglo XXI: Servicios Financieros en el área rural, FUNDA PRO, CAF.
- Reichmuth, Markus, J. Hagnauer, A. Pillado-Matheu, F. Villarán, A. Jiménez, C. Ríos (2000), Estudio sobre la movilización de depósitos en el Perú, Perú: Swisscontact.
- Wisniwski, Silvia (1999), " Marco conceptual de la movilización de depósitos, GTZ", en: El reto de América Latina para el siglo XXI: Servicios Financieros en el área rural, La Paz, Bolivia: FUNDA PRO y CAF.

ANEXO 1

VISITAS REALIZADAS

INSTITUCIÓN	TIPO DE INSTITUCIÓN	LUGAR
Caja Rural de Ahorro y Crédito Señor de Luren	Caja rural de Ahorro y Crédito. Institución regulada.	Ica, Perú
Proyecto CREAR de Swisscontact	Cooperación Internacional	Quito, Ecuador
Red Financiera Rural	Agrupación de instituciones	Quito, Ecuador
Casa Campesina Cayambe	ONG	Cayambe, Ecuador
Cooperativa Chuchuqui	CAC cerrada	Otavalo, Ecuador
Cooperativa Jardín Azuayo	CAC cerrada	Cuenca, Ecuador
Cooperativa Riobamba	CAC abierta	Riobamba, Ecuador
Cooperativa 4 de Octubre	CAC cerrada	Penipe, Ecuador
Cooperativa Mushuc Runa	CAC cerrada	Ambato, Ecuador
Cooperativa San José	CAC cerrada	San José de Chimbo, Ecuador
Cooperativa Salinas	CAC cerrada	Salinas, Ecuador
Cooperativa CODESARROLLO	CAC abierta	Latacunga, Ecuador
UDEC - URAC	ONG y Asociación civil	Tequisquiapan, México
Asociación Mejicana de Uniones de Crédito del Sector Social AMUCSS	Asociación de apoyo y formación de IMFs	México DF, México

Diseño y Diagramación:



Calle Litoral esq. Parque Triangular
Edif. Servicom Piso 3 (Miraflores)
Teléfonos: (591 - 2) 2243411 • (591 - 2) 2222352
Fax: (591 - 2) 2220508
P.O.BOX: 13691
e-mail: staff@kolla.net
La Paz - Bolivia