



¿QUÉ ES EL AHORRO PROGRAMADO?

Conociendo el producto

NOTA 1. Ahorro Programado Inclusivo
en América Latina y el Caribe





Notas de la Serie de Ahorro Programado Inclusivo en América Latina y el Caribe:

NOTA 1. ¿Qué es el ahorro programado? Conociendo el producto

NOTA 2. La oferta de ahorro programado. Recorriendo el mercado

NOTA 3. Claves de éxito del ahorro programado. Los mejores ingredientes

NOTA 4. Ampliando el ahorro programado. Menú de desafíos

Octubre de 2013

www.pro-ahorros.org
pro-savings@iadb.org

AUTOR: Xavier Martin

COORDINADORA DEL PROGRAMA: Andrea Reyes

DIRECCIÓN: Fermin Vivanco

EQUIPO: Avril Pérez, María Luisa Hayem, Gyoung Joo Choe, Trang Ho, Juan David Reyes, Claudia Gutiérrez y Georg Neumann

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

Banco Interamericano de Desarrollo, 2013

Todos los derechos reservados

1300 New York Ave, N.W.

Washington, D.C. 20577

www.fomin.org

Este documento fue escrito por el consultor Xavier Martin para el Programa ProAhorros, bajo la supervisión de Andrea Reyes, Coordinadora del Programa, y la dirección de Fermin Vivanco.

El Programa ProAhorros, liderado por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), promueve el desarrollo de estrategias de negocio para ofrecer servicios de ahorro líquido y ahorro programado, dirigidos a personas de escasos recursos receptoras de pagos de gobierno en América Latina y el Caribe. ProAhorros cuenta con la experiencia y el financiamiento del Banco Interamericano de Desarrollo, la Fundación Citi, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF), la Agencia Australiana para el Desarrollo Internacional (AusAID) y el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC).

Esta nota es la primera de una serie titulada, ***Ahorro Programado Inclusivo en América Latina y el Caribe***, que consolida los resultados y hallazgos de un trabajo de investigación encabezado por el consultor Xavier Martin que inició en Noviembre de 2012 y concluyó en Agosto de 2013. El Programa ProAhorros agradece la colaboración de todas las entidades que completaron la encuesta de este estudio y compartieron sus opiniones sobre el tema. Asimismo, y de manera muy especial, ProAhorros agradece a las siguientes entidades su tiempo y disposición durante las visitas de campo que se realizaron para llevar a cabo entrevistas a profundidad: Banco Nacional de Panamá, Banca Comunitaria Banesco, Bancamía, Bansefi, Banco Azteca, Caja de Ahorros de Panamá, Cooperativa de Ahorro y Crédito Cosechando Juntos lo Sembrado, Cooperativa Confiar, Cooperativa Cotrafa, Cooperativa Coogranada, Cooperativa Financiera de Antioquia, Financiera Comultrasan, First Heritage Co-operative Credit Union y Scotiabank Jamaica.

Las opiniones expresadas en este documento reflejan los puntos de vista del autor y no necesariamente la postura oficial del Fondo Multilateral de Inversiones, su Directorio, ni de los socios del Programa ProAhorros. Queda permitido reproducir este documento, parcial o totalmente, siempre y cuando se atribuya al autor y al Programa ProAhorros.



El presente artículo forma parte de una serie de cuatro notas sobre ahorro programado realizadas en el marco del Programa ProAhorros.

NOTA 1

La primera nota aborda el concepto de ahorro programado y su encaje como producto adecuado para la población de bajos ingresos.

NOTA 2

La segunda nota presenta la oferta de ahorro programado existente en América Latina y el Caribe a partir de la revisión de los productos de 1.350 instituciones en 26 países de la región.

NOTA 3

La tercera nota expone elementos clave en el diseño e implementación de productos de ahorro programado a partir de entrevistas en profundidad a 14 entidades financieras de Colombia, Jamaica, México, Panamá y Venezuela.

NOTA 4

Finalmente, la cuarta y última nota gira entorno a los retos de ofrecer productos de ahorro programado a partir de las respuestas a una encuesta realizada a 73 entidades de la región que ofrecen productos de ahorro programado.

ABSTRACTO



Un sistema financiero accesible para la mayor parte de la población es importante para el desarrollo y la reducción de las desigualdades.¹ En los últimos años, se han potenciado políticas encaminadas a estimular que los sectores de más bajos ingresos utilicen los productos y servicios ofrecidos por las entidades financieras. Específicamente, se ha puesto particular atención a políticas dirigidas a facilitar el acceso al sistema financiero a través del crédito. Sin embargo la población de bajos ingresos, al igual que el resto de la población, necesita productos y servicios diversos para manejar adecuadamente sus finanzas. Es por este motivo que en los últimos años han surgido diversas iniciativas para fomentar la inclusión financiera a través del ahorro y ayudar así a la población de bajos ingresos a gestionar mejor su dinero.

Los esfuerzos de medición de la inclusión financiera son recientes por lo que todavía se necesita mejorar la cantidad y calidad de la información sobre el acceso a los servicios financieros para obtener datos precisos. A pesar de estas deficiencias en los datos, los estudios y encuestas existentes muestran que la mayoría de los países de América Latina y el Caribe tienen unos niveles de bancarización bajos en comparación con otras regiones. Según datos de Global Findex, sólo el 10% de adultos de América Latina y el Caribe ahorra en instituciones financieras formales.²

Es común que este tipo de datos se achaquen a la falta de capacidad de ahorro de las poblaciones de bajos ingresos y al poco interés de las entidades financieras en atender este segmento. Alternativamente, este artículo sugiere que la falta de productos de ahorro relevantes que respondan específicamente a las necesidades particulares de la población de bajos ingresos, es lo que dificulta la movilización de ahorro en este segmento. En este contexto, se presenta el ahorro programado como un diseño de producto con características que pueden ayudar a las poblaciones de bajos ingresos a ahorrar de forma periódica pequeñas cantidades, que permitan a lo largo del tiempo construir un ahorro que pueda ser destinado a varios fines.

1. United Nations (2006). *Building inclusive financial sectors for development*.

2. Demircuc-Kunt, A., L. Klapper y D. Randall (2012).

"La base de datos de Global Findex. La inclusión financiera en América Latina y el Caribe". Findex Notes. World Bank, Washington, DC.

— LA POBLACIÓN DE BAJOS INGRESOS AHORRA

Es habitual atribuir la falta de ahorro formal de la población más pobre a su falta de cultura de ahorro, a su falta de disciplina o a sus exiguos ingresos. Esta visión está particularmente extendida entre las entidades financieras. En una encuesta realizada a principios de 2013 en el marco del Programa ProAhorros a 72 entidades financieras de América Latina y el Caribe con productos de ahorro programado, el 87% de las instituciones manifestaban que el principal impedimento para que las personas de bajos ingresos alcanzaran sus metas de ahorro era o su falta de cultura de ahorro (51%) o bien su falta de capacidad de ahorro (36%).

Sin embargo, esta visión choca con abundantes estudios y evidencias que demuestran que la población pobre ahorra.³ Las personas de bajos ingresos suelen diversificar sus formas de ahorrar utilizando instrumentos con distintos grados de liquidez desde dinero en efectivo hasta joyas, ganado o tierras. La participación en grupos de ahorro informales para alcanzar objetivos de ahorro específicos está también muy extendida en toda América Latina y el Caribe. El propio éxito de las microfinanzas demuestra que las personas de bajos ingresos son perfectamente capaces de ahorrar periódicamente parte de sus ingresos para hacer frente al pago de sus préstamos.



"La educación al cliente por sí sola difícilmente va a ir acompañada de un mayor ahorro si no hay una oferta de productos de ahorro que responda a las necesidades específicas de la población de bajos ingresos."

3. Collins, D., J. Murdoch, S. Rutherford y R. Orlanda (2009). *Portfolios of the Poor: How the World's Poor Live on \$2 a Day*, Princeton: Princeton University Press.

El consumo impulsivo y la falta de cultura de ahorro no son atributos exclusivos de la población de bajos ingresos. Sin duda más y mejores iniciativas de educación financiera pueden ayudar a fomentar el ahorro, pero la educación al cliente por sí sola difícilmente va a ir acompañada de un mayor ahorro si no hay una oferta de productos de ahorro que responda a las necesidades específicas de la población de bajos ingresos. Cuando existen productos atractivos y accesibles, la población de bajos ingresos suele tener interés, capacidad y voluntad para ahorrar en instituciones formales.⁴

A pesar de que hay una gran heterogeneidad de situaciones dentro de lo que genéricamente nos referimos como población de bajos ingresos o población pobre (lo que inevitablemente da lugar a un variado espectro de capacidades de ahorro), en general, tener un nivel de ingresos bajos no impide el ahorro. Es más, en situaciones de vulnerabilidad y de ingresos poco constantes se vuelve particularmente importante establecer mecanismos de ahorro que ayuden a planificar los gastos futuros y permitan atender los distintitos compromisos sociales. Las entidades financieras pueden satisfacer una gran parte de las demandas de ahorro de la población de bajos ingresos si son capaces de desarrollar productos innovadores que ayuden a construir ahorro.

LAS ENTIDADES FINANCIERAS Y SU CRECIENTE INTERÉS EN LA POBLACIÓN DE BAJOS INGRESOS

Por el lado de la oferta, es habitual que se citen los costos asociados a mantener una cuenta de ahorros y los altos requisitos de ahorro mínimo exigidos como los principales obstáculos que dificultan el ahorro formal de la población de bajos ingresos. Sin embargo, cada vez es más habitual encontrar entidades con productos de ahorro sin comisiones y con montos mínimos de apertura bajos. En la misma encuesta citada anteriormente, el 92% de las entidades no cobraban ningún tipo de comisión en sus cuentas de ahorro programado y el 63% de las entidades exigía un monto mínimo de apertura inferior a diez dólares. Del mismo modo, un 92% de las entidades se mostraban interesadas en desarrollar nuevos productos de ahorro programado o estrategias de comercialización para movilizar ahorros entre la población de bajos ingresos.

En la región, varios países han promovido legislación para facilitar la apertura de cuentas de ahorro de trámite simplificado y cuentas gratuitas para personas de bajos ingresos. Estas iniciativas han contribuido a una mayor apertura de cuentas de ahorro entre población de bajos ingresos, aunque según reportan varias entidades un porcentaje elevado de este tipo de cuentas tienden a tener poca o nula actividad. Es por esto que además de ser accesibles, los productos deben ser también relevantes para que la población de bajos ingresos confíe en las instituciones financieras y reduzca su dependencia de los sistemas informales de ahorro. De poco sirve que un producto no tenga comisiones si su diseño y su comercialización no están pensados para satisfacer las necesidades particulares de este segmento.

⁴. En Brasil, el 64% de los adultos que no tienen cuenta en ninguna institución financiera se muestran interesados en poder abrir una. Kumar, A. (2005). *Access to Financial Services in Brazil*. Washington, D.C.: World Bank.


— ¿POR QUÉ OFERTA Y DEMANDA NO SE ENCUENTRAN?

Hasta ahora la mayoría de las instituciones financieras no han logrado ofrecer productos de ahorros suficientemente convenientes e interesantes como para que la gente cambie sus mecanismos informales de ahorro. Las innovaciones metodológicas, organizativas y de diseño que las entidades financieras han introducido en los últimos años para brindar productos de crédito a las poblaciones de bajos ingresos, no se han producido con la misma intensidad en el lado del ahorro. La oferta de productos de ahorro suele ser escasa, poco variada y raramente orientada específicamente a poblaciones de bajos ingresos. La mayoría de entidades ofrecen depósitos a plazo fijo y cuentas transaccionales pero son pocas las entidades que ofrecen productos de ahorro específicamente diseñados para facilitar la acumulación de ahorro en los hogares de menores ingresos.

Los depósitos a plazo fijo suelen estar orientados a personas de rentas medias y altas que tienen acumulado un ahorro y que quieren invertir principalmente para generar un rendimiento en forma de interés. Estrictamente, los depósitos a plazo son más un instrumento de inversión que de ahorro por lo que suelen estar más enfocados en generar rentabilidad más que en facilitar la acumulación de ahorro. Por otro lado, las cuentas transaccionales, aunque pueden ser muy útiles para que la población de bajos ingresos gestione sus pagos e ingresos, no suelen incorporar diseños e incentivos específicos que ayuden a los clientes a ahorrar para cubrir gastos futuros (de educación, vivienda, adquisición de activos) o como protección ante posibles emergencias.

— ¿QUÉ ES EL AHORRO PROGRAMADO?

Los productos de ahorro programado, también conocidos como ahorro contractual, ahorro planificado o ahorro previo, se caracterizan por establecer mecanismos específicos que ayudan a los clientes a ahorrar de forma periódica pequeñas cantidades que permitan a lo largo del tiempo construir un ahorro que pueda ser destinado a varios fines. En los productos de ahorro programado, el cliente normalmente se compromete a realizar unos depósitos periódicos durante un tiempo específico para lograr acumular un determinado monto de ahorro. Existen diseños muy variados de productos de ahorro programado, por lo que es difícil establecer una definición rígida que trace una línea clara entre lo que es y no es ahorro programado. Es posible, en cualquier caso, identificar una serie de atributos que suelen ser característicos de los productos de ahorro programado:



"La oferta de productos de ahorro suele ser escasa, poco variada y raramente orientada específicamente a poblaciones de bajos ingresos."

Atributos de los productos de ahorro programado

► **AHORRO RECURRENTE**

El concepto de ahorro recurrente es quizás la característica que mejor define los productos de ahorro programado. El cliente suele comprometerse a depositar la misma cantidad de forma diaria, semanal, quincenal o mensual durante un período determinado. La idea del compromiso explícito para ahorrar con un plan definido es probablemente el elemento esencial de un producto de ahorro programado.

► **TASA DE INTERÉS**

La rentabilidad suele ser superior a la de las cuentas transaccionales e inferior a los depósitos de plazo fijo. En el ahorro programado el cliente busca un producto con características que le ayuden a alcanzar su meta de ahorro. La tasa de interés suele ser un factor secundario. En general, el ahorro de la población de bajos ingresos parece ser bastante insensible al tipo de interés.⁵

► **PLAZO**

En función de la meta de ahorro el plazo es más o menos largo. Los planes de ahorro entre 3 y 12 meses suelen ser los más comunes entre la población de bajos ingresos, aunque en función de la meta de ahorro también pueden establecerse planes de ahorro a 24 o incluso hasta 60 meses.

► **LIQUIDEZ**

Los productos de ahorro programado suelen incorporar alguna característica que otorga cierta iliquidez al producto. Una baja liquidez puede ayudar a disciplinar el ahorro y a disminuir los problemas de auto-control que a menudo dificultan el cumplimiento de los planes de ahorro. Como muestran algunos estudios, la falta de liquidez en un producto de ahorro programado puede ser un atributo atractivo para los clientes.⁶ Sin embargo, un exceso de iliquidez puede también desincentivar la contratación del producto. Un buen producto de ahorro programado suele incorporar características que dificultan el retiro impulsivo del ahorro pero permitiendo al mismo tiempo acceder a los fondos en caso de necesidad.

► **META DE AHORRO**

A menudo los productos de ahorro programado se diseñan y comercializan para facilitar el alcance de metas de ahorro específicas ligadas a eventos o gastos futuros concretos (ahorro escolar, ahorro navideño, ahorro vivienda, etc.). Aunque es frecuente estructurar los productos de ahorro programado asociándolos a gastos futuros específicos, es también habitual encontrar productos sin objetivos de ahorro concretos, los cuales permiten una mayor flexibilidad para que cada cliente construya las características de su plan de ahorro en función de sus metas de ahorro.

► **INCENTIVOS A LOS DEPÓSITOS**

Para fomentar el ahorro es común que las entidades ofrezcan incentivos a los clientes que cumplan con su plan de ahorro, ya sea en forma de sorteos, regalos o bonificaciones a las tasas de interés.

5. Afirmación basada en publicaciones académicas y validada por observaciones de campo. Ver por ejemplo, Reinhart, Carmen y Ostry, Jonathan. (1995). "El ahorro y la tasa de interés real en los países en desarrollo," Finanzas y Desarrollo, Vol. 32, No. 4

6. Ver por ejemplo, Ashraf, N., D. Karlan, y W. Yin. (2006). "Tying Odysseus to the mast: Evidence from a commitment savings product in the Philippines," Quarterly Journal of Economics, 121(2), 635–672 y Beshears, J. J. Choi, D. Laibson, B. Madrian y J. Sakong (2011). "Self-control and liquidity: How to design a commitment contract," Working Paper.

Quizás sea útil pensar en el ahorro programado no tanto como un producto específico sino más bien como un conjunto de incentivos y desincentivos que, cuando se empaquetan correctamente, consiguen ayudar a los clientes a ahorrar de forma periódica pequeñas cantidades que a lo largo del tiempo permiten construir un ahorro que puede ser destinado a varios fines.

— ¿AHORRAR O SACAR PRÉSTAMO?

Una misma necesidad se puede cubrir con estrategias y productos financieros de ahorro o de crédito. Como ilustró magníficamente Stuart Rutherford en su libro "The Poor and Their Money" el crédito puede verse como una forma de "ahorro descendente"⁷. A través de un préstamo se puede lograr obtener una suma de dinero que permita hoy hacer frente a un gasto determinado a cambio de ahorrar en el futuro pequeñas cantidades destinadas a repagar la deuda. Alternativamente, se puede empezar a ahorrar hoy y continuar acumulando pequeñas cantidades a lo largo del tiempo hasta reunir una cantidad que permita hacer frente a un gasto futuro ("ahorro ascendente").

La falta de productos de ahorro diseñados para ayudar a la población de bajos ingresos a construir un ahorro hace que muchas personas utilicen productos de crédito ("ahorro descendente") para cubrir necesidades que



"La falta de productos de ahorro diseñados para ayudar a la población de bajos ingresos a construir un ahorro hace que muchas personas utilicen productos de crédito."

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

podrían atenderse mejor y a un costo menor con un producto de ahorro ("ascendente"). La mayoría de hogares de bajos ingresos debe hacer frente a gastos como bodas, matrículas escolares o mejoras en sus viviendas. Endeudarse o incluso sobreendeudarse a tasas de interés elevadas para hacer frente a este tipo de gastos que no generan un retorno inmediato es costoso, pero muchas veces es la única alternativa existente.

La educación de los hijos aparece sistemáticamente en todos los estudios como una motivación importante para ahorrar y/o endeudarse. El caso de los gastos escolares, pagaderos en muchos países a principios del año lectivo pueden ser un gasto considerable, especialmente para familias con varios hijos en edad escolar. Ante la falta de productos de ahorro adecuados que ayuden a las familias a planificar y ahorrar periódicamente para hacer frente al pago de las matrículas escolares, es muy frecuente que las familias se endeuden para cubrir estos gastos. En Haití, por ejemplo, según datos de Global Findex obtenidos a partir de encuestas realizadas en 2011, el 40% más pobre de la población destina el 21% de sus préstamos al pago de matrículas escolares. Para muchas familias, un buen producto de ahorro programado puede ser una opción mucho más atractiva que endeudarse a tasas superiores al 50% para poder hacer frente al pago de la educación de sus hijos.⁸

— ¿QUÉ PODEMOS APRENDER DEL AHORRO INFORMAL?

Como se ha comentado, las personas de bajos ingresos suelen ahorrar más de lo que habitualmente se asume. Gestionar sus escasos ingresos de manera que puedan hacer frente a sus compromisos de gasto futuro o a posibles emergencias es básico cuando uno enfrenta niveles elevados de incertidumbre, lo cual explica los diversos y sofisticados mecanismos informales de ahorro existentes. La mayoría de mecanismos informales de ahorro ofrecen disciplina para ahorrar pero sin renunciar a una cierta liquidez en caso de necesidad. Ahorrar en joyas u oro, permite acumular valor y en caso de necesidad se puede empeñar y obtener liquidez. Del mismo modo, invertir en animales permite ahorrar dificultando los gastos impulsivos pero ofreciendo al mismo tiempo la posibilidad de vender y obtener dinero ante una emergencia. Los grupos de ahorro proporcionan asimismo disciplina para ahorrar de forma periódica y no retirar pero sin renunciar a una cierta flexibilidad en caso de apuros facilitada por la familiaridad existente entre los miembros del grupo.

La combinación de liquidez e iliquidez de los mecanismos informales resulta muy atractiva para familias que se enfrentan a mucha incertidumbre, pero que a su vez necesitan mecanismos que les ayuden a comprometerse con el ahorro a medio y largo plazo. Este equilibrio entre liquidez y disciplina es un elemento básico presente en los mecanismos informales de ahorro que los productos de ahorro programado deberían incorporar para lograr atraer a la población de bajos ingresos.


Otra característica del ahorro informal es la tendencia a utilizar instrumentos distintos para cada objetivo de ahorro. A pesar de la fungibilidad del

8. The World Bank Group. (2012). *Financial Inclusion Data*. Available online.

dinero, la población de bajos ingresos tiende a utilizar varios instrumentos de ahorro informal al mismo tiempo. Una misma persona puede ahorrar en joyas para objetivos a largo plazo como la boda de una hija, formar un grupo de ahorro para el pago de los gastos escolares y mantener dinero en efectivo debajo del colchón para hacer frente a posibles emergencias.⁹ Esta idea de asignar mentalmente a cada instrumento de ahorro un destino específico parece que ayuda a muchas personas a planificar mejor sus gastos y su ahorro. Incorporar diseños que ayuden a compartimentar fácilmente los distintos objetivos de ahorro puede hacer los productos de ahorro programado más atractivos para la población de bajos ingresos. En los últimos años, en algunos finanzas personales de las personas de bajos ingresos, a través de incorporar mecanismos que faciliten esta compartimentación de objetivos característica de los sistemas informales de ahorro. En Inglaterra, por ejemplo, las "Jam Jar accounts" (llamadas así por la tendencia de mucha gente de ahorrar en pots de mermelada vacíos en función de los distintos destinos previstos) son cada vez más frecuentes.¹⁰

— FACTORES PSICOLÓGICOS QUE DIFICULTAN EL AHORRO

Los humanos no tomamos decisiones de manera perfectamente racional. Hay factores psicológicos que inciden de manera importante en nuestra conducta. La economía del comportamiento intenta incorporar la psicología a partir principalmente de estudios experimentales, en los que se abordan cuestiones tales como los factores que ayudan o dificultan las decisiones de ahorro. En el campo de las microfinanzas el **Abdul Latif Jameel Poverty Action Lab**, un centro de investigación adscrito al Departamento de Economía del Massachusetts Institute of Technology, ha sido



""Los humanos no tomamos decisiones de manera perfectamente racional. Hay factores psicológicos que inciden de manera importante en nuestra conducta."

9. Mas, I. y P. Mukherjee (2013). "Searching for Metaphors of Household Financial Management". MicroSave.

10. Social Finance (2011). "A new approach to banking. Extending the use of Jam Jar Accounts in the UK".

Factores psicológicos que dificultan el ahorro

► **SOBREVALORAMOS EL PRESENTE**

Nuestras preferencias a largo plazo están en permanente conflicto con nuestro comportamiento en el corto plazo. En el largo plazo quisiéramos alimentarnos mejor pero en el corto plazo es más tentador comer dulces. Esta brecha entre planes y acciones también es importante para nuestras decisiones de ahorro para el largo plazo. Queremos ahorrar pero no hoy. Nos es más fácil comprometernos a ahorrar en el futuro que empezar a ahorrar ahora. Los productos de ahorro programado pueden superar este obstáculo con diseños que permitan, por ejemplo, comprometer ahora un ahorro futuro ligado a los flujos de ingresos y gastos de la familia. Del mismo modo, se pueden introducir refuerzos positivos que de algún modo compensen el sobreesfuerzo de ahorrar ahora. En vez de ligar todos los beneficios del ahorro al cumplimiento final del plan de ahorro, se pueden introducir pequeños incentivos que refuercen y de alguna manera compensen el esfuerzo realizado con cada depósito. Este tipo de refuerzos pueden ser a veces muy simbólicos, como recibir un mensaje de texto en el teléfono con el saldo de ahorro recordando que se está ya más cerca de alcanzar la meta fijada.

► **SUCUMBIMOS FÁCILMENTE A LAS TENTACIONES**

Cuando se trata de ahorrar tenemos auténticos problemas de auto-control. Como se ha comentado, el compromiso para restringir el acceso a los ahorros puede promover el autocontrol y facilitar la disciplina de ahorro. Mecanismos que restrinjan ligeramente la liquidez del producto pueden ayudar a evitar retiros impulsivos. Establecer fechas límite para depósitos, limitar el número de retiros, no permitir retiros parciales o enviar recordatorios son características que pueden ayudar al cliente a cumplir su plan de ahorro.

► **TENDEMOS A LA INACCIÓN CUANDO TENEMOS MUCHAS ALTERNATIVAS**

Los productos deben ser simples de entender y usar y deben ayudar a ahorrar esfuerzo de deliberación. Por ejemplo, descuentos automáticos periódicos de modo que no sea necesario decidir en cada momento cuánto y cómo ahorrar, puede ayudar a reducir las opciones y facilitar la toma de decisiones. La automatización ayuda a lograr que el ahorro se produzca de manera inconsciente.

► **TRATAMOS EL DINERO COMO SI NO FUERA FUNGIBLE**

Como se ha comentado, tendemos a compartimentalizar y a buscar reglas simples que nos permitan asignar mentalmente nuestro dinero a cada uno de nuestros objetivos de ahorro (dinero del alquiler, dinero para la comida, ahorro para la escuela, etc.). Establecer mecanismos que faciliten al cliente ahorrar fácilmente en uno o varios productos para distintas metas de ahorro puede ayudar al cliente a planificar mejor sus metas. Definir objetivos precisos, tangibles y cercanos en el tiempo puede ser especialmente motivador. Algo tan sencillo como llamar a las cuentas en función del uso que se le quiere dar al ahorro puede ayudar a vincular los ahorros con objetivos específicos de gasto o inversión y facilitar el ahorro.


particularmente activo en el uso de evaluaciones de impacto con asignación aleatoria para estudiar el comportamiento de ahorro de poblaciones de bajos ingresos. Fruto de estas y otras investigaciones cada vez se tiene un mayor conocimiento sobre factores psicológicos que dificultan el ahorro. Las entidades financieras pueden beneficiarse de este conocimiento incorporando ciertos hallazgos en el diseño de sus productos de ahorro programado.

Gracias a los avances en el campo de la economía del comportamiento se conocen mejor varios factores psicológicos que dificultan el ahorro y que deberían tenerse en cuenta a la hora de diseñar un producto de ahorro programado. Entre ellos cabe señalar los siguientes:

En definitiva, se trata de ayudar a la gente a lograr lo que dicen que quieren esquivando factores psicológicos que a menudo dificultan este ahorro. Las entidades financieras pueden promover el ahorro incorporando en el diseño de sus productos mecanismos que ayuden a mitigar estos factores.

— CONSIDERACIONES FINALES

En ahorro programado el diseño del producto es clave; integrar la perspectiva psicológica, los hallazgos de la economía del comportamiento y aprender de los mecanismos informales de ahorro, puede ayudar a las instituciones a ser más exitosas en el diseño de sus productos. Diseñar productos simples, fáciles de entender y usar, con pocos requisitos, sencillos de abrir, relevantes y con buenos incentivos para depositar y no retirar, puede ayudar a promover el ahorro entre la población de bajos ingresos. Evidentemente, el diseño no lo es todo. Por bueno que sea un producto no se va a vender sólo. Hay que invertir también en mercadeo aprovechando lo que sabemos sobre el funcionamiento de los mecanismos de ahorro informal, tener empleados motivados para vender activamente los productos y buscar nuevas vías para ampliar la cobertura y mejorar el acceso. Las entidades financieras tienen un amplio margen para introducir innovaciones en sus productos de ahorro destinados a la población de bajos ingresos. Con un buen diseño y una estrategia adecuada el ahorro programado puede jugar un papel destacado en la movilización del ahorro de la población de bajos ingresos.■



"Las entidades financieras tienen un amplio margen para introducir innovaciones en sus productos de ahorro destinados a la población de bajos ingresos."



Citi Foundation
citi

CAF BANCO DE DESARROLLO
DE AMÉRICA LATINA

 **IDRC** | **CRDI**

Canada

**Australian
Aid** 

MIN
Fondo Multilateral de Inversiones
Miembros del Grupo BID

 **BID**



www.pro-savings.org
pro-savings@iadb.org

FONDO MULTILATERAL DE INVERSIONES

1300 New York Avenue, N.W.,
Washington, D.C. 20577

 mifcontact@iadb.org
 www.facebook.com/fominbid
 www.twitter.com/fominbid

www.fomin.org