

PRÁ

MICROCRÉDITOS

INN

EN MIC

FINANZAS

NOVACION

CRÉDITO VIVIENDA | MICROSEGUROS | MICROCRÉDITOS

PRÁCTICA E

CRÉDITO VIVIENDA MICROSEGUROS MICROCRÉDITOS

PRÁCTICA E

CRÉDITO VIVIENDA | MICROSEGUROS | MICROCRÉDITOS

INN

EN MIC

FINANZAS

NOVACION

CRÉDITO VIVIENDA | MICROSEGUROS | MICROCRÉDITOS

PRÁCTICA E



N 01

PRÁCTICA E
INNOVACIÓN
EN MICROFINANZAS



A large red graphic element in the top right corner, consisting of a rounded rectangle with a smaller rounded rectangle attached to its bottom right side.

N 01

**PRÁCTICA E
INNOVACIÓN**
EN MICROFINANZAS

PRÁCTICA E
CRÉDITO VIVIENDA | MICROSEGUROS | MICROCRÉDITOS
INNOVACIÓN
EN MICROFINANZAS

“Prácticas e innovaciones en microfinanzas” es una publicación periódica publicada por ADA

ADA (Appui au Développement Autonome) es una organización no gubernamental (ONG) especializada en las microfinanzas. Desde hace 15 años, ADA ofrece apoyo técnico y financiero a instituciones de microfinanzas.

La presente publicación está protegida por la legislación luxemburguesa relativa a los derechos de autor y derechos afines, así como a las bases de datos.

Ningún artículo incluido en la presente publicación podrá reproducirse, ya sea en su totalidad o en parte, de ninguna forma sin la autorización previa por escrito de su autor.

Los artículos se publican bajo la responsabilidad exclusiva de sus autores y no son más que la expresión de las opiniones de estos.

Esta edición ha sido publicada con el apoyo del Ministerio de las relaciones exteriores – Dirección de la Cooperación y del desarrollo.



GRAND-DUCHÉ DE LUXEMBOURG

Ministère des Affaires étrangères

Direction de la coopération au développement

“Capacidad de inversión, fortalecimiento de capacidades y consejo técnico son tres herramientas que ADA ha venido usando por 15 años para alcanzar las mismas metas: es por eso que me gustaría agradecerles de manera especial por su dedicación y estoy muy orgullosa de haberles dado mi Alto Patronato”.

Su Alteza Real La Gran Duquesa



Bajo el Alto Patronazgo
de Su Alteza Real La Gran Duquesa

En 1994, ADA lanzó su primer boletín con el nombre "DIALOGUE". La publicación tenía un objetivo doble: por un lado, informar sobre las actividades que la asociación llevaba a cabo en colaboración con sus diferentes socios en África y Latinoamérica en materia de ahorro y crédito y, por otro, analizar y documentar en mayor profundidad ciertos temas que los expertos sobre terreno en finanzas consideraban de especial interés.

En vista del espectacular desarrollo que el sector de las microfinanzas conoció en todo el mundo desde finales de los años 90, el segundo objetivo superó al primero en poco tiempo.

De este modo, a lo largo de 15 años se han publicado 36 números de "DIALOGUE" en los que se presentan experiencias, estudios de casos, opiniones de investigadores, consultores especializados y directores de instituciones de microfinanzas en relación con temas tan diversos como las finanzas en el entorno islámico, la evaluación del rendimiento de las instituciones, el acceso a los créditos para los jóvenes, las primeras experiencias de microseguros, etc.

En 2009, ADA ha decidido cambiar el formato y dar un nuevo nombre a su publicación. "DIALOGUE" se transforma en "Práctica e Innovación en Microfinanzas", manteniendo la idea de concentrarse en la acción, en las experiencias vividas por los trabajadores de campo del sector. Las contribuciones y artículos serán a partir de ahora más concisos y tratarán en su mayoría un tema concreto seleccionado en función de la actualidad.

Este nuevo boletín se publicará en tres idiomas (francés, inglés y español). Para recibirlo de manera gratuita, bastará suscribirse reenviando un correo electrónico a la dirección adainfo@microfinance.lu

Este primer número de "Práctica e Innovación en Microfinanzas" aborda el tema del crédito vivienda y se completa con contribuciones sobre los microseguros y los microcréditos en África Occidental.

La financiación del entorno de poblaciones con bajos ingresos constituye un reto económico y social de gran envergadura, tanto en los países en desarrollo como en los países ricos. En el ámbito nacional, las soluciones suelen consistir en actividades subvencionadas por el Estado. En Europa, por ejemplo, algunos países han edificado viviendas sociales en gran parte subvencionadas.

En los países en desarrollo, por el contrario, los poderes públicos suelen tener una acción más limitada. Además, la mayor parte de las ciudades experimentan un crecimiento rápido y desorganizado como consecuencia del fuerte crecimiento demográfico y de un importante éxodo rural. Este fenómeno se traduce en un fomento de la formación de barrios populares precarios que se desarrollan sin que exista ningún plan de urbanismo y, en ocasiones, en condiciones sanitarias lamentables.

La especificidad del crédito vivienda se basa en la vocación de financiar las obras o infraestructuras necesarias para mejorar estos entornos y, con menor frecuencia, la adquisición de una nueva vivienda. La diferencia entre el crédito hábitat y otros productos de microfinanzas es la tendencia de las instituciones de microfinanzas a asociar al préstamo un servicio no financiero: el acompañamiento técnico al cliente a lo largo de toda la duración del crédito. Este sistema es innovador en la medida en que la institución de microfinanzas juega un papel instructor de cara a sus clientes, animándolos a ahorrar y realizar los trabajos de manera correcta.



LUC VANDEWEERD,
Director estratégico ADA

EDITOR: ADA

CONCEPCIÓN Y REALIZACIÓN: BIZART

NUMÉRO ISSN : 2071-1433



JUNIO 2009

INDICE

CRÉDITO VIVIENDA

LA ARTICULACIÓN DE LAS MICROFINANZAS EN UN PROGRAMA PÚBLICO DE VIVIENDA SOCIAL: EL EJEMPLO DE “BEIT EL MAL” EN MAURITANIA

Anne-Claude Creusot, GRET.....8

CONTEXTUALIZACIÓN DEL DEBATE: EL USO DE LAS REMESAS FAMILIARES PARA LA FINANCIACIÓN DE LA VIVIENDA

María R. Sáenz, Habitat for Humanity.....19

CONSTRUMEX: LA OFERTA DE UN CRÉDITO DE VIVIENDA ADAPTADO A LA SITUACIÓN DE LOS INMIGRANTES MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS

Loreta Serrano y Consuelo García, consultadores.....26

SABER MÁS.....31

MICROSEGUROS

EL DESARROLLO DE LOS MICROSEGUROS EN ÁFRICA OCCIDENTAL

Luc Vandeweerd, ADA.....34

MICROCRÉDITOS

LA CONSERVACIÓN DEL LEGADO CULTURAL CON MICROCRÉDITOS: EL CULTUREBANK EN FOMBORI, MALI

Tara F. Deubel, Universidad de Arizona.....49

LA ARTICULACIÓN DE LAS MICROFINANZAS EN UN PROGRAMA PÚBLICO DE VIVIENDA SOCIAL: EL EJEMPLO DE “BEIT EL MAL” EN MAURITANIA

Anne-Claude Creusot, GRET

El financiamiento de la vivienda incluye normalmente dos ámbitos bien diferenciados: la financiación de una vivienda subvencionada o la de una no subvencionada¹. El financiamiento de la vivienda sin ninguna subvención supone ofrecer productos de ahorro y de crédito relativamente clásicos, con metodologías cercanas a la del financiamiento de actividades generadoras de ingresos. La cuestión del acompañamiento del proyecto de vivienda se suele tratar, en ocasiones, de forma específica. Las IMF como Sewa Bank (la India) y Grameen Bank (Bangladesh) han diversificado sus productos de crédito hacia la vivienda y han incluido unas condiciones similares a las de sus productos clásicos: créditos pequeños para la renovación progresiva o la construcción de una vivienda básica, con plazos de pago relativamente cortos, poca o ninguna subvención, garantías adaptadas (formas alternativas de título de propiedad), movilización muy progresiva del ahorro. Este enfoque se ve limitado cuando el contexto impone, por ejemplo, trabajar en el acceso a una vivienda nueva y no solo en la renovación de una vivienda ya existente, puesto que deja fuera a las personas que no tienen la capacidad de financiar íntegramente una vivienda, aunque sea básica, en un plazo de tiempo aceptable para las instituciones microfinancieras. Es así especialmente en el caso de operaciones de reestructuración de zonas de chabolas o barriadas que obligan a la población desplazada a empezar de cero en la construcción de una vivienda decente.

También se acepta, generalmente, la necesidad de recurrir a una subvención para la vivienda para lograr las últimas décimas de ingresos, incluso en el seno de Agencias de Desarrollo Multilaterales². Sin embargo, en cuanto se

¹ Cf. Center for Urban Development Studies/DAI/USAID "Housing Microfinance Initiatives: synthesis and regional summary". Mayo de 2000, 121 p.

² BID (Banco Interamericano de Desarrollo) en MAYO.Stephen.K. "Subsidies in housing ". Julio de 1999. 46p.

introduce el componente de la subvención, este tipo de financiación se vuelve mucho más complejo en su gestión y surgen una serie de interrogantes relativas a la articulación de las microfinanzas privadas: ¿con qué condiciones? ¿cómo gestiona la institución microfinanciera el riesgo de fluctuaciones en las actividades por una posible retirada de la subvención a la vivienda por parte del Estado? ¿cómo articular el producto financiero y la oferta de acompañamiento para la realización del proyecto inmobiliario?

La presentación de Beit el Mal (BEM), institución microfinanciera mauritana que ofrece un crédito vivienda en el marco de un programa de desarrollo urbano llamado programa Twize, permite ilustrar esta problemática y ofrecer pistas para responder a las preguntas que suscita la existencia de una subvención.

EL PROGRAMA TWIZE

Mauritania ha experimentado un crecimiento urbano espectacular durante los últimos treinta años, probablemente uno de los más importantes del África negra. La población de la ciudad de Nouakchott se ha multiplicado por 30 en treinta años (20.000 habitantes en 1960, alrededor de 600.000 en la actualidad). Esta urbanización reciente y rápida plantea problemas de acceso a una vivienda decente³ a la población recién urbanizada.

En este contexto, en 1998 se inició el programa de desarrollo urbano Twize⁴ de forma experimental en los barrios periféricos parcelados, luego en Nouadhibou. Recibe financiación desde 2003 y hasta 2008 del Estado mauritano y del Banco Mundial en el marco del PDU⁵. GRET⁶ es el operador. Twize quiere, ante todo, ofrecer a familias desfavorecidas acceso a una vivienda tal y como se construirían si contaran en ese momento con los medios para hacerlo. Pone a disposición de estas familias el financiamiento necesario para esta construcción y acompaña su realización desde el punto de vista técnico.

³ Las familias que viven en casas precarias representan un 18,5% de los hogares en Nouakchott y un 14% en el resto de las ciudades.

⁴ Twize significa solidaridad en la lengua hassnya

⁵ PDU: Programa de Desarrollo Urbano

⁶ GRET: Grupo de Investigación y de Intercambios Tecnológicos

Puesto que la pobreza tiene muchas formas, el programa Twize se organiza en 4 componentes complementarios:

“Vivienda social”, que ofrece el acompañamiento en la construcción de las viviendas: realización de la oferta de módulos estándar, organización y supervisión de obras de construcción, gestión del suministro de material y equipos, etc.

Microfinanzas, a través de Beit el Mal, IMF en proceso de creación que ofrece dos tipos de servicios financieros a los habitantes: un crédito vivienda en el marco de la operación de acceso a la vivienda social y productos microfinancieros más clásicos: microcrédito solidario y crédito individual económico.

Apoyo a actividades comunitarias y a proyectos del barrio que se centra en la dimensión territorial de los barrios: conocimiento del barrio, la realización de proyectos de barrio en estrecha colaboración con sus habitantes, obras colectivas, relaciones con la administración.

EL FUNCIONAMIENTO DEL DISPOSITIVO DE ACCESO A LA VIVIENDA SOCIAL

El programa Twize interviene en barrios parcelados subequipados⁷ o en el marco de operaciones de reubicación de familias en reestructuraciones de barrios⁸. En ambos casos, las familias ostentan un permiso de ocupación y el programa trata de forma marginal los temas relativos a la regularización de la propiedad. En los dos casos, la problemática es el acceso a una vivienda nueva, bien porque las personas no cuentan con una vivienda decente (viven en tiendas de campaña o en casuchas de madera), o bien por encontrarse en el marco de un programa de trabajo con poblaciones desplazadas, debido a operaciones de reestructuración de barrios de chabolas o barriadas, en el que el Estado concede un terreno, normalmente acondicionado, como compensación.

⁷ Se trata de barrios que presentan una situación de propiedad inmobiliaria regularizada (la mayoría de los habitantes cuentan con un título de ocupación), pero no se benefician necesariamente de un acceso a servicios esenciales como el agua y la electricidad o se encuentran en los suburbios de las ciudades.

⁸ Reestructuraciones de los barrios: tienen lugar en barrios de ocupación ilegal y su objetivo es regularizar la situación inmobiliaria de sus habitantes. Llevan a desplazamientos de la población para reducir la densificación de los barrios y liberar los terrenos que se encuentran en espacios públicos (carreteras, escuelas, mercados). La población desplazada normalmente es reubicada en barrios parcelados, subequipados.

En este contexto de vivienda, Beit el Mal, institución microfinanciera que nace del programa Twize, realiza la selección de beneficiarios teniendo en cuenta un conjunto de criterios, otorga y gestiona los créditos. El componente vivienda organiza las obras de construcción y el suministro de materiales y equipos, confía su ejecución a pequeñas empresas locales, supervisa el buen desarrollo de las obras y garantiza su recepción. El componente actividades comunitarias desempeña un papel de facilitador en el barrio y garantiza la promoción del producto vivienda entre la población. Por último, el componente formación garantiza la formación de las empresas y de los obreros que trabajan en la construcción.

El público objetivo del programa son principalmente personas activas del sector informal (comerciantes, obreros, artesanos) cuyos ingresos mensuales familiares son inferiores a 40.000 RMO⁹, es decir, ligeramente por encima del umbral de la pobreza estimado en 33.600 RMO por familia y mes en 2004. Más de la mitad del presupuesto de estas familias se destina a la alimentación y un diez por ciento a la vivienda.

PRODUCTOS DE VIVIENDA PROPUESTOS

En la actualidad, se proponen dos productos de vivienda nuevos a la población¹⁰: una habitación de 20m² o un conjunto de letrina-parcela de terreno.

El costo del módulo habitación asciende a 400 000 RMO en 2007 (materiales y mano de obra), es decir, alrededor de 1.175 euros. Se divide en tres: una subvención directa del Estado mauritano, un crédito con un tipo de interés de un 12% al año durante tres años y una contribución inicial de los habitantes.

⁹ La moneda oficial es el ouguiya (RMO). 1 euros = 340 RMO.

¹⁰ Se debía ofrecer igualmente un tercer producto 'letrinas', pero finalmente se ha retrasado su oferta por razones técnicas.

Modelo de financiamiento de un módulo vivienda

MÓDULO HABITACIÓN EL MÁS COMÚN	RMO	EUROS	%
COSTO TOTAL	400.000	1.175	100%
SUBVENCIÓN DEL ESTADO	240.000	705	60%
CRÉDITO	110.000	323	27,5%
APORTE PERSONAL	50.000	147	12,5%

La distribución del costo se realiza teniendo en cuenta las capacidades contributivas de la población objetivo. Según los estudios realizados por Beit el Mal, la capacidad de pago mensual de las familias se sitúa alrededor de 3.500-4.000 RMO al mes. A título indicativo, si el costo total de la vivienda se financiara a través de un crédito, la duración del mismo llegaría a los 10 años (sin incluir los costos del crédito), un plazo demasiado largo y arriesgado para una institución microfinanciera que desee mantenerse sostenible. La experiencia muestra que un plazo de tres años para el pago del crédito es el plazo máximo aceptable para la población con bajos ingresos que proviene de la economía informal. En base a este razonamiento, se fijó la cantidad del crédito en 110.000 RMO (capacidad de pago mensual, incluyendo el costo del crédito, multiplicado por 36 meses), es decir un 27,5% del costo de la vivienda. El aporte personal de los habitantes se fijó alrededor de la mitad del crédito (12,5%) y la subvención representa, finalmente, un 60% del costo total del crédito.

CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO DE CRÉDITO VIVIENDA

- Duración del crédito: 36 meses con pagos mensuales del capital y los intereses, sin período de gracia.
- Tipo de interés: un 12% anual sobre el capital inicial.
- Doble aval.
 - * Grupos de garantías solidarias (Twize): el crédito se otorga a grupos Twize, de 5 a 10 personas que se avalan mutuamente.
 - * Ahorros como garantía: la recepción del crédito está sujeta a una transferencia previa de un ahorro de garantía fijado en 10.000 RMO que se devolverán tras el vencimiento del crédito.

Desde mediados de 2006, se está probando la fórmula de aval individual como alternativa a la garantía solidaria. Se trata de analizar la posibilidad de emplear el permiso de ocupar como garantía del crédito vivienda.

Para Beit el Mal, el interés es una vía hacia una garantía material tangible, aunque sea el valor psicológico de la garantía la que prima, más que su grado de realización desde el punto de vista legal. Para los habitantes, el paso al crédito individual elimina la restricción de constituir un grupo solidario, difícil durante un período de 3 años, sin aumentar la carga de las condiciones, puesto que todos los beneficiarios de la vivienda social poseen un permiso de ocupación.

El paso al crédito individual puede permitir, además, eliminar la restricción de homogeneidad en los importes de crédito otorgados y abre el camino hacia la oferta de módulos vivienda innovadores con cantidades de crédito diferentes.

La oferta de créditos vivienda va mano a mano con la mejora de los ingresos de los habitantes. Una de las condiciones para el cobro de los créditos es que los ingresos de los beneficiarios se puedan aumentar paralelamente. Por esta razón, Beit el Mal propone igualmente productos microfinancieros clásicos, en un contexto en el que hay muy poca competencia de otras ofertas microfinancieras.

RESULTADOS FINANCIEROS

Desde mediados de 2003 hasta junio de 2008, se han construido 5.100 viviendas y se han otorgado más de 34.000 microcréditos destinados al financiamiento de viviendas o de actividades económicas por un importe de 1,2 mil millones de RMO (3,7 millones euros).

Al final de junio de 2008, 19.000 personas, en su mayoría mujeres (70%), tienen un crédito **vigente** (vivienda o actividad económica) por un total de 451 millones de RMO (1,4 millones euros).

Al 31 de diciembre de 2006, la situación de los estados financieros era la siguiente:

DICIEMBRE 2006	NOUAKCHOTT		
	CMC	VIVIENDA	CONSOLIDADO
CRÉDITO EN VIGENCIA	solidarios	solidarios	
N. DE CRÉDITOS EN VIGENCIA	4.516	2.289	6.805
- PORCENTAJE DE MUJERES INCLUIDAS	95,5%	41,4%	77,3%
CRÉDITO EN VIGENCIA	60.383.480	164.859.600	225.243.080

DICIEMBRE 2006	NOUADHIBOU		
	CMC	VIVIENDA	CONSOLIDADO
CRÉDITO EN VIGENCIA	solidarios	solidarios	
N. DE CRÉDITOS EN VIGENCIA	884	355	1.239
- PORCENTAJE DE MUJERES INCLUIDAS	68,9%	19,4%	54,7%
CRÉDITO EN VIGENCIA	10.929.500	27.966.100	38.895.600

DICIEMBRE 2006	BEM		
	CMC	VIVIENDA	CONSOLIDADO
CRÉDITO EN VIGENCIA	solidarios	solidarios	
N. DE CRÉDITOS EN VIGENCIA	5.400	2.644	8.044
- PORCENTAJE DE MUJERES INCLUIDAS	91,9%	38,5%	73,8%
CRÉDITO EN VIGENCIA	71.312.980	192.825.700	264.138.680

- Cartera en riesgo a 90 días al 30 de junio de 2008: 2,9%.
- Efectivos de Beit el Mal al 30 de junio de 2008: 43 personas, fuera del personal de apoyo.
- Autosuficiencia operativa ha sido alcanzada en el 2007.

ARTICULACIÓN CON UNA POLÍTICA DE VIVIENDA SOCIAL

Beit el Mal es un resultado del programa de vivienda social Twize. Al principio no era más que un componente de un programa, pero fue volviéndose autónoma progresivamente y se convertirá en breve en una sociedad anónima reconocida legalmente por el Banco Central de Mauritania en el marco de una nueva ley de microfinanzas, adoptada en diciembre de 2006. En un contexto en el que la oferta microfinanciera está muy poco estructurada, las perspectivas de desarrollo de la institución son importantes y deberían permitir alcanzar una autosuficiencia financiera a partir de mediados de 2009.

Aunque la elección de transformar Beit el Mal en una empresa microfinanciera privada ya se da por sentado, en su origen levantó cierta polémica entre los actores del proyecto, por confiar a un actor privado la gestión de un 'servicio de interés público', por dudas respecto a la pertinencia de asociar en el seno de una misma estructura dos tipos de actividades de naturaleza diferentes (vivienda social y microfinanzas clásicas) o por hacer que sea una estructura privada la que acarree los riesgos de la posible suspensión de una financiación pública.

EL LUGAR DEL ESTADO EN LA INSTITUCIÓN FUTURA

Frente a la cuestión central de confiar una misión de interés público a un actor privado, la posición adoptada finalmente por el conjunto de los actores concernidos, entre otros el Estado mauritano, ha sido la siguiente: el hecho de que se trate de un 'servicio de interés público' no supone obligatoriamente que el Estado deba prestar este servicio directamente. Cada vez más, se percibe un acercamiento en diferentes sectores a la idea que es posible, incluso para servicios relacionados directamente con lo que el gobierno considera su 'misión', que los servicios se vean gestionados por organismos privados (sea cuál sea su naturaleza), cuando sea necesario, con sistemas de reconocimiento o autorización (por ejemplo para la gestión de centros de salud primaria). El gobierno reconoce simplemente que, en estos casos, los servicios se pueden prestar de forma más eficaz y con menos costos para los organismos especializados privados, y que la adquisición de competencias por parte del Estado debería permitir, ante todo, una tutela eficaz de estos servicios.

La función del Estado en la IMF futura hay que buscarla, por tanto, en la relación establecida entre el futuro del ejecutor de la política de vivienda social en Mauritania y la IMF, con el fin de estabilizar la actividad de la futura IMF y garantizar su acción en el ámbito de la financiación de la vivienda social, de acuerdo a los principios establecidos en el marco de esta política de vivienda social. Este derecho de inspección recobra una mayor legitimidad puesto que se admite que la decisión de crédito debe llevar a la decisión de subvención en la relación con los beneficiarios (prioridad dada a la pericia de la futura IMF en la evaluación de la capacidad de pago de los beneficiarios).

LA GESTIÓN DE LA INCERTIDUMBRE VINCULADA AL CUMPLIMIENTO DEL COMPROMISO DEL ESTADO EN MATERIA DE VIVIENDA

Aún hoy día, más del 50% del crédito otorgado por Beit el Mal está relacionado con el financiamiento de la vivienda social. En la medida en la que el aporte de la subvención es lo que ha creado la demanda de vivienda social, un cambio de posición del Estado mauritano, por la que la vivienda social dejara de ser una prioridad, podría desestabilizar fuertemente a Beit el Mal y provocar un golpe duro a su actividad.

Para gestionar esta incertidumbre, Beit el Mal adopta una doble estrategia:

1. Incidir a favor de la transformación del programa de vivienda social, limitado en el tiempo y sin arraigo institucional, en una auténtica política de vivienda social que garantice un compromiso duradero del Estado en esta cuestión. En este sentido, Beit el Mal y GRET participan activamente en la reflexión en curso sobre las modalidades que permitan perpetuar una política de este tipo.
2. Reforzar el peso de las distintas actividades de la vivienda subvencionada de tal forma que no recaiga toda la carga del equilibrio financiero estructural de Beit el Mal sobre la vivienda social. De aquí a cuatro años, la vivienda social, si el objetivo sigue igual, deberá representar menos de un 10% de la actividad total de Beit el Mal. Para reforzar la parte de actividades no subvencionadas, a principios de 2007, se ha decidido la diversificación de los productos. Esta

experiencia se centra en créditos financieros individuales (garantizados por el aval del título de propiedad) que cuentan con una fuerte demanda en los barrios; el crédito vivienda individual no subvencionado, para financiar ante todo la renovación / mantenimiento / ampliación de las viviendas construidas gracias a Twize, pero también para responder a una demanda que emana de barrios más antiguos construidos como estructuras permanentes hace mucho tiempo. Por último, para facilitar el acceso a productos para la vivienda (subvencionados o no) y aumentar el apalancamiento frente al crédito, Beit el Mal está centrando sus esfuerzos en el desarrollo de productos de ahorro vivienda.

LA ARTICULACIÓN ENTRE BEIT EL MAL Y UN DISPOSITIVO INSTITUCIONALIZADO DE ACCESO A LA VIVIENDA SOCIAL

- Una separación de la gestión de la vivienda social y el resto de las actividades microfinancieras:

Para tener en cuenta el conjunto de las restricciones mencionadas, la gestión de la incertidumbre para BEM, la preocupación de respetar la misión de servicio público para el Estado, se prevé tratar de forma separada las actividades de microcrédito clásicas y la actividad de crédito vivienda social. Beit el Mal intervendrá entonces en nombre propio, en el caso de los microcréditos clásicos (y otros productos microfinancieros no subvencionados), y actuará como prestatario para los créditos vivienda, frente a un Fondo de Vivienda Social, gestionado y alimentado por el Estado y las personas que acceden a la propiedad de una vivienda social.

- El establecimiento de una función de promoción de la vivienda social articulada por Beit el Mal pero exterior:

Este esquema de institucionalización de la política de vivienda social mauritana queda incompleto sin una reflexión sobre el futuro de la función "promoción de la vivienda", en la actualidad garantizada por el elemento vivienda del programa Twize (y marginalmente a través del componente actividades comunitarias). Esta función incluye en la actualidad desarrollar "productos para la vivienda", promover los productos y entablar un diálogo técnico con los habitantes; la selección de empresas de construcción y obras públicas; la organización, el seguimiento y el control de las obras; la adquisición y el abastecimiento de las obras en materiales y equipos; la contractualización de la venta de viviendas; y, en ocasiones, la

resolución de problemas de construcción en los estados iniciales. En la reflexión en curso, un promotor sería, como Beit el Mal, prestatario de servicios del Fondo para la Vivienda Social y recibiría de este las subvenciones para la realización de su misión. Además, gestionaría la subvención directa del costo de la vivienda para los habitantes. Desde el punto de vista de Beit el Mal, la calidad de la prestación del promotor inmobiliario sería determinante, puesto que todo defecto o fallo en la realización del proyecto de vivienda para la población podría verse directamente sancionado por problemas de pago.

- La definición de un contrato de prestación de servicio entre Beit el Mal y el Estado:

Un contrato de prestación de servicio entre el Estado y Beit el Mal debería permitir garantizar que la actividad de la IMF en el ámbito de la vivienda social respete los principios establecidos en el marco de la política de vivienda social, especialmente en la selección de expedientes de crédito. Este contrato deberá contar con modalidades de control para su estricto cumplimiento. No se negociará ninguna relación de exclusividad entre los actores.

Desde el punto de vista de Beit el Mal, la externalización de la financiación de la vivienda social debe permitir reducir la necesidad de fondos propios y limitar el golpe duro de un posible fin de las subvenciones a la vivienda social. La sinergia entre la vivienda y los demás servicios microfinancieros sigue siendo muy deseable tanto en términos de impacto sobre la población como de salidas de actividad para la estructura. 🗨️

CONTEXTUALIZACIÓN DEL DEBATE: EL USO DE LAS REMESAS FAMILIARES PARA LA FINANCIACIÓN DE LA VIVIENDA

María R. Sáenz, Habitat for Humanity International

En 2005, los países en desarrollo recibieron por lo menos 167.000 millones de dólares en remesas, lo que supone un aumento de un 73% desde el año 2001. Más de la mitad de este aumento se concentró en China, la India y México. Aunque la mayoría de estos flujos se originan en países desarrollados, las remesas Sur-Sur representan entre un 30 y un 45% de los flujos de dinero que llegan a los países en desarrollo.

El impacto de las remesas sobre la economía regional y nacional es enorme. En todo el mundo, las estimaciones oficiales del año 2004 situaban a las remesas prácticamente al mismo nivel que la inversión extranjera directa. Es más, en los últimos diez años, las remesas han crecido más rápidamente que los flujos de capital privado o la ayuda oficial al desarrollo. Los 19 países receptores de remesas más importantes perciben por lo menos el 10% de su PIB en remesas. En muchas pequeñas economías de países en desarrollo, las remesas son mayores que las exportaciones totales.

Además, debido a su naturaleza anticíclica ofrecen estabilidad económica en momentos de apuro. A nivel familiar, las remesas no sólo aumentan sino también facilitan el consumo, proporcionando, de esta forma, seguridad social. Estos flujos también pueden aumentar los ahorros, así como las inversiones en educación, salud y pequeñas empresas. En los países en desarrollo, las remesas están asociadas a una disminución de los niveles de pobreza.

Sin embargo, los beneficios de la migración y las remesas tienen un costo: las familias sufren la desintegración, las personas económicamente activas dejan su país de origen, los gobiernos posponen decisiones claves en materia de reducción de la pobreza al depender de las remesas y los países sufren de inflación. El impacto neto es difícil de calcular.

Por último, los flujos de remesas no se pueden convertir en un motor para el desarrollo, si no se permite un entorno capacitador fomentado por políticas adecuadas que permitan mejorar el acceso a los servicios sociales y a las instituciones financieras, entre otras cuestiones.

REMESAS Y VIVIENDA

En países en desarrollo, el aumento de la inversión en las viviendas por parte de las familias pobres puede potencialmente incrementar el impacto positivo de las remesas, al aumentar los activos de la familia y su calidad de vida general. Sin embargo, las remesas por sí solas no pueden resolver problemas endémicos en el sector de la vivienda; se deben considerar principalmente como formas de pago alternativas.

En la actualidad, no resulta claro cuál es el impacto de las remesas sobre la vivienda de familias con bajos ingresos. Las observaciones sobre el terreno parecen sugerir que estas familias cuentan con una vivienda de mayor calidad y el porcentaje de familias propietarias de la vivienda es mayor que en el caso de las que no reciben remesas. Por otra parte, las remesas percibidas en estos hogares parecen tener un impacto limitado sobre la inversión en la vivienda en América Latina.

Se necesitan más datos para poder configurar una imagen más clara del empleo de las remesas para el financiamiento de la vivienda por parte de familias pobres. En los datos actuales, no se cuenta, por ejemplo, con la distribución por nivel de ingresos. Los datos agregados sugieren que un 10% de las familias receptoras de remesas invierten parte de sus ingresos totales en ahorro e inversiones, a través de diferentes mecanismos, entre los que se incluyen las hipotecas.

En cuanto al potencial de demanda en América Latina y el Caribe, los estudios parecen sugerir que los productos de inversión en la vivienda se sitúan entre los productos financieros más atractivos para los receptores y emisores de remesas provenientes de Estados Unidos y, probablemente, también sea así con las de otras partes del mundo.

LECCIONES APRENDIDAS

El número de hipotecas avaladas por remesas sigue siendo bajo. Es más común que se empleen las remesas para mejoras en la vivienda que para su adquisición y es más frecuente que las mejoras se realicen sin participación de instituciones financieras formales.

Si se hace un mayor hincapié en el uso de las remesas para la inversión en una construcción progresiva, en vez de la adquisición de casas completas, hay más posibilidades de llegar a familias transnacionales pobres y se pueden encontrar menos barreras a su implementación. Además, teniendo en cuenta que la probabilidad de enviar remesas disminuye con el tiempo, por lo menos en el caso de los inmigrantes latinos que residen en Estados Unidos, tiene más sentido centrarse en productos que requieran períodos más cortos de pago.

Con el fin de aumentar la inversión de las remesas en el sector de la vivienda, hay que tratar los siguientes obstáculos:

En cuanto a las familias objetivo: hay un bajo grado de alfabetismo financiero en las familias transnacionales y una baja capacidad de “realizar inversiones de vivienda ‘inteligentes’”; falta de confianza en las instituciones financieras formales; las remesas pensadas para la vivienda se emplean para otros fines; en el caso de adquisiciones de vivienda, decidir a nombre de quién registrar la propiedad; falta del aval o del garante necesario para solicitar un préstamo.

Productos ofrecidos: escasez de productos financieros adecuados para familias transnacionales pobres; control de calidad malo en el caso de construcciones financiadas a través de remesas. Además, los proveedores perciben que es un riesgo ofrecer productos financieros a familias transnacionales.

Proceso de solicitud del préstamo: conseguir la información complica este proceso, puesto que requiere mucho papeleo y una serie de requisitos previos que varían dependiendo del país de origen.

La coordinación entre los actores: falta de coordinación entre los gobiernos, el sector privado y las organizaciones de la sociedad civil presentes en el financiamiento de la vivienda y la transferencia de remesas a nivel nacional y transnacional.

PROGRAMAS VIGENTES PARA VINCULAR LAS REMESAS Y EL FINANCIAMIENTO DE LA VIVIENDA

Hay relativamente pocas iniciativas que hayan abordado el uso de las remesas para el financiamiento de la vivienda. La mayoría se centran en hipotecas y se concentran en América Latina. Entre ellas, se encuentran:

Sociedad Hipotecaria Federal: con el apoyo financiero del Banco Interamericano para el Desarrollo, esta agencia del gobierno mexicano ha creado un programa de hipotecas para ayudar a los inmigrantes mexicanos en Estados Unidos y Canadá a invertir en casas de nueva construcción o de segunda mano en México. El programa proporciona una financiación a largo plazo a tres intermediarios financieros y ofrece un seguro hipotecario, entre otros servicios.

Mi Vivienda (programa gubernamental de Perú) y Banco Solidario (un banco privado de Ecuador) también cuentan con programas hipotecarios dirigidos a familias transnacionales de ingresos medios. Varios bancos en la India también ofrecen créditos vivienda para mejoras o para adquisiciones a indios no residentes.

Construmex: ofrece créditos a mexicanos que viven en Estados Unidos para la adquisición, construcción o rehabilitación de viviendas. Los pagos mensuales se pueden realizar en las oficinas consulares y en 800 puntos de acceso a un operador de transferencias de dinero. Además, Construmex ofrece una lista de distribuidores certificados para materiales de construcción en México.

Ferias de la vivienda: las agencias gubernamentales en colaboración con empresas privadas de El Salvador, Colombia y Perú han organizado ferias en Estados Unidos para promover soluciones de vivienda entre los inmigrantes.

A pequeña escala, organizaciones locales (como **Hábitat para la Humanidad en El Salvador**) aceptan una prueba de remesas como fuente de ingresos para poder solicitar una hipoteca.

Hay instituciones microfinancieras que también están ofreciendo productos a familias transnacionales, principalmente relacionados con mejoras en el hogar:

La red internacional de remesas (IRNet®), desarrollada por el World Council of Credit Unions (WOCCU) distribuye remesas a través de sus miembros en ocho países de América Latina y el Caribe, así como en Kenia. Una parte de sus clientes cuenta con créditos avalados por remesas para mejorar su vivienda y para adquisiciones.

ACCION International ahora mismo está desarrollando una serie de proyectos pilotos, a través de socios locales, en siete países de América Latina y el Caribe, que, entre otros productos financieros, ofrecen microcréditos para la rehabilitación de la vivienda.

PREGUNTAS ABIERTAS Y ÁREAS DE INVESTIGACIÓN

En el área del financiamiento de la vivienda a través de remesas es interesante considerar las siguientes interrogantes y áreas de investigación:

Demanda

¿Qué cantidad de remesas están invirtiendo las familias transnacionales pobres en la vivienda y para qué tipo de soluciones (por ejemplo, adquisición o mejoras en la vivienda)? ¿Cómo varían las preferencias por productos financieros y por soluciones de vivienda según las características demográficas? ¿Qué segmentos de la demanda no se están satisfaciendo? ¿Cuál es el tamaño de cada segmento?

Oferta

Solo unas pocas de las iniciativas han canalizado intencionalmente las remesas hacia soluciones de vivienda. ¿Estos esfuerzos están alcanzando a los pobres? ¿Qué lecciones se han aprendido a través de estas iniciativas? ¿Hasta qué punto se pueden trasladar estas lecciones? ¿Cómo deben los proveedores diseñar sus productos para llegar a segmentos adicionales de familias transnacionales pobres?

Canales de prestación

¿Qué estrategias e instituciones son las adecuadas para promover y ofrecer soluciones de vivienda y productos financieros a familias transnacionales? ¿Cómo pueden las instituciones microfinancieras en los países de origen ofrecer sus servicios en estos países así como en los países destino? ¿Cómo pueden los inmigrantes pagar productos de vivienda en sus países destino?

Escala y sostenibilidad

¿Qué tipos de productos financieros dirigidos a familias transnacionales pobres son económicos y pueden alcanzar una escala suficiente?


Remesas comunitarias

Las asociaciones de inmigrantes envían donaciones a sus países de origen. ¿Cómo se pueden emplear estas remesas colectivas de forma más eficaz para mejorar la infraestructura de barrios pobres?

Políticas y alianzas

¿Qué políticas nacionales son necesarias para crear un mercado de la vivienda que esté al servicio de las familias transnacionales pobres? ¿Qué tipo de alianzas nacionales e internacionales son necesarias para ofrecer estos productos? ¿Qué alianzas intersectoriales son necesarias?

PUNTO DE PARTIDA

Recabar información y generar conocimiento puede ayudar en tres aspectos. En primer lugar, ayudará a los proveedores a diseñar productos adecuados y a promover estrategias para diferentes segmentos del mercado. Los productos financieros deben aumentar el acceso a soluciones de vivienda, con un mayor énfasis en las mejoras del hogar, más que en la adquisición de casas completas. En segundo lugar, la información y los conocimientos nuevos ayudarán a las familias transnacionales con bajos ingresos a elegir entre diversos productos. Por último, los gobiernos estarán mejor preparados para idear políticas que mejoren la eficiencia del mercado y para apoyar a estas familias en sus esfuerzos por lograr un hogar decente. 

CONSTRUMEX: LA OFERTA DE UN CRÉDITO DE VIVIENDA ADAPTADO A LA SITUACIÓN DE LOS INMIGRANTES MEXICANOS EN LOS ESTADOS UNIDOS¹¹

Loreta Serrano y Consuelo Garcia, consultadores

De acuerdo al Pew Hispanic Center seis de cada diez inmigrantes Hispánicos en los Estados Unidos son de origen Mexicano, lo que equivale aproximadamente a 20 millones de personas. De éstos, cerca de 10 millones son de primera o segunda generación, es decir, que ellos o sus padres nacieron en México.

A consecuencia de la falta de empleos, los bajos salarios en México y a la creciente demanda de mano de obra barata en EEUU, uno de cada tres jóvenes mexicanos ingresa al mercado laboral en el otro lado de la frontera. Tradicionalmente, los inmigrantes mexicanos han enfrentado una serie de retos para sobrellevar y adaptarse a los cambios derivados de la migración, además las historias de abusos y fraudes comerciales son frecuentes. En este contexto, el desarrollo de la confianza se revela como uno de los factores clave al dirigirse al mercado de los inmigrantes mexicanos en EEUU.

CONSTRUMEX: UNA EMPRESA EN LOS ESTADOS UNIDOS

Construmex fue lanzada al mercado en el año 2001, respaldada por una inversión de un millón de dólares de CEMEX México, la subsidiaria mexicana de la multinacional CEMEX, como una de sus empresas sociales emblemáticas que busca tanto la creación simultánea de valor económico para la empresa como valor social para la comunidad.

¹¹ Cuarto trimestre de 2006, http://drclas.fas.harvard.edu/revista/articles/view_spanish/897

Las remesas son la segunda fuente de ingresos provenientes del extranjero en México, antecedida sólo por las exportaciones petroleras. Esta situación facilitó el desarrollo de una nueva idea de negocio enfocada a los migrantes mexicanos en los EEUU.

Por medio del programa “Patrimonio Hoy”, que promueve la organización de familias de bajos ingresos en células de ahorro que se ligan a microcréditos y a una asistencia técnica para la autoconstrucción en zonas marginadas, Construmex inició ofreciendo agregar valor al tradicional envío de remesas de los migrantes destinado a fines de construcción, a través del pago de materiales desde EEUU para su compra y entrega en México.

Con su atractivo eslogan “Hazla Paisano”, más de 60.000 mexicanos han expresado su interés en el programa, y a la fecha, esta iniciativa ha ayudado a más de 7.000 clientes a comprar, construir o mejorar sus casas (o las de sus familiares) en México.

ESTRATEGIA “EFECTIVO-ACTIVO”

A través de un modelo “efectivo-activo” (cash to asset), la estrategia inicial de Construmex consistía en captar parte de los recursos de los migrantes destinados a remesas, con fines de construcción. Sin embargo, la compañía pronto cambió su enfoque y comenzó a competir por atraer los fondos que los migrantes desembolsan directamente en EEUU, ya que las remesas suelen ser utilizadas por sus familiares en México para cubrir las necesidades básicas del día a día.

Construmex busca estar presente en las ciudades estadounidenses donde la población de mexicanos de primera generación es superior a 100.000, ofreciendo una amplia variedad de opciones de vivienda en México tales como la autoconstrucción, remodelación o compra de casas ya construidas con atractivas opciones de pago. De cierta manera, Construmex facilita la aplicación eficiente de subsidios cruzados. Esta práctica, común en el entorno no lucrativo, permite a aquellos con mayor poder adquisitivo pagar los materiales de construcción que serán entregados en zonas desfavorecidas de México.

PORTAFOLIO DE PRODUCTOS

Desde el comienzo, Construmex ofrece a sus clientes materiales para construcción, con opciones de pago en efectivo o a crédito. La entrega de los materiales es efectuada por pequeños y medianos distribuidores locales cercanos al lugar de la obra en México.

Construmex ofrece vales de materiales los cuales pueden ser cambiados por una variedad de productos del distribuidor asignado. Desde el 2005, el portafolio de servicios se ha diversificado otorgando también crédito para la compra de casas puestas en venta por parte de empresas inmobiliarias en México. Construmex también provee asistencia técnica opcional de expertos arquitectos mexicanos que aconsejan al cliente en función de sus necesidades de obra.

ESTRUCTURA DE LOS PRECIOS

Al inicio Construmex no cobraba comisiones en un intento por atraer y desarrollar una base de clientes: órdenes de bajo monto (de \$20 USD a \$50 USD) eran fácilmente aceptadas y además el cliente podía solicitar al arquitecto tantos planos como quisiera y, sin costo alguno, rechazarlos si éstos no eran de su agrado. Al crecer el negocio, se estableció un mínimo de \$300 USD para levantar pedidos de materiales y se empezaron a cobrar pequeñas comisiones adicionales. Con la instauración de estos cambios, los ejecutivos de Construmex temían que la demanda se redujera, no obstante sus preocupaciones fueron infundadas.

Un fenómeno observado es que recibir un servicio gratis en los Estados Unidos, donde casi todo involucra algún tipo de pago, tiende a despertar dudas y desconfianza. Algunos clientes quedaron fuera del nuevo esquema, pero los que permanecieron empezaron a valorar más los servicios que recibían. La compañía cobra una tarifa de \$150 USD cuando un cliente aplica para un crédito, o \$5 USD por cada pedido de materiales pagados en efectivo. Por otro lado, los materiales de construcción se ofrecen a precios de mercado en México y los distribuidores deben pagar una comisión equivalente al 1,5% de cada transacción.

30

Las tasas de interés para créditos de materiales varían entre el 18% y el 23% en períodos de 6, 12 y 29 meses y para la compra de casas, del 9,9 al 14% en plazos de 10 a 15 años. Las únicas garantías solicitadas para otorgar un préstamo son dos referencias familiares, una de un familiar en México y otra de un familiar que resida en los Estados Unidos; así como alguna prueba de ingresos y gastos del demandante.

FACTORES CLAVE PARA LLEGAR Y FAVORECER LA CREACIÓN DE UN NUEVO MERCADO

DESARROLLO DE LA CONFIANZA

Al principio, se creía que la operación sería facilitada por la buena reputación de CEMEX y por el un gran número de mexicanos radicados en los Estados Unidos que devengan dinero, pero estas premisas no eran correctas.

El plan era capitalizar una oportunidad de negocio lo más rápido posible. No obstante, el mercado es visto con una perspectiva completamente diferente desde México y desde Estados Unidos. Con el tiempo, el equipo de Construmex comprendió que su negocio central era no solamente la intermediación para la venta de materiales de construcción o de inmuebles (casas), sino que lo más importante era la construcción de la confianza de los inmigrantes que habían sido víctimas de abusos y fraudes previos.

Construmex se enfrentó también ante un reto adicional con los beneficiarios, quienes a menudo expresaban su preferencia por recibir efectivo en lugar de entregas de materiales para construcción. Para constituir y aumentar una base de confianza, se establecieron relaciones sólidas a través de la provisión de un servicio de alta calidad a la medida de las necesidades de los clientes.

COLABORACIÓN

La colaboración con diversos actores, tales como las asociaciones de inmigrantes mexicanos y los Consulados mexicanos en EEUU, resultó ser fundamental al entrar a este nuevo y desconocido mercado.

El trabajo directo con las comunidades a través de las agrupaciones de migrantes, no había producido resultados comerciales masivos, sin embargo, había facilitado la construcción de la credibilidad y la confianza así como el apoyo a dichas organizaciones en el desarrollo de proyectos comunitarios. Además, dado que muchos empleados de Construmex han atravesado la experiencia de inmigrar, comprenden fácilmente la situación y necesidades de los clientes.

En cada ciudad donde Construmex tiene oficinas, y en colaboración con los Consulados mexicanos, se realizan estudios de mercado, incluyendo grupos de enfoque, encuestas y entrevistas. A cambio, Construmex proporciona entrenamiento en temas de servicio al cliente al personal de los consulados o apoya las remodelaciones de las sedes consulares. Además, la empresa cuenta con otras redes de trabajo en México (más de 2.000 distribuidores locales de materiales para la construcción), así como con algunas de las más prestigiosas empresas de bienes raíces.

Construmex ha alimentado el entusiasmo y los sueños de más de 7.000 mexicanos. Sin embargo, ésta sigue siendo todavía una iniciativa de negocio subsidiada. Su gran desafío consiste en alcanzar el punto de equilibrio y niveles de sostenibilidad financiera que le permitan ser rentable. Sin duda, esta innovación empresarial está creando valor social al mismo tiempo que parece contar con un enorme potencial para la generación de valor económico. ■

SABER MÁS

LIBROS Y ARTÍCULOS

Center for Urban Development Studies, Harvard University Graduate School of Design, 2000: **Housing Microfinance Initiatives: Synthesis and Regional Summary: Asia, Latin America, and Sub-Saharan Africa with Selected Case Studies**. Bethesda, Md. : Development Alternatives, Inc.

CGAP Working Group on Housing Finance for the Poor, 2008: **Private Sector Involvement/Mainstreaming - How Can the Private Sector Become More Engaged in Housing Finance Solutions for the Poor?** ShoreBank International y Habitat for Humanities.

CHF, 2006: **So, You Want to Do Housing Microfinance? A Guide for Incorporating a Home Improvement Loan Program into a Microfinance Institution**. Silver Spring, Md.: CHF International.

Daphnis, Franck, Bruce Ferguson y al., 2004: **Housing Microfinance – A Guide to Practice**. Kumarian.

USAID, 2008: **Going to Scale with Housing Microfinance: The Role of Commercial Banks**. microREPORT Número 92

PAGINAS WEB DE REFERENCIA

CHF International ayuda a personas de todo el mundo a mejorar su vida a través del desarrollo de la comunidad, de la vivienda y las finanzas. CHF, que históricamente se ha ocupado del tema de la vivienda, ahora se centra igualmente en cuestiones relacionadas con el medioambiente, las infraestructuras, la generación de ingresos, la sociedad civil, la salud y la gestión de emergencias.
<http://www.chfinternational.org>

El **Grupo de trabajo del CGAP sobre crédito para la vivienda** para los pobres es un grupo de donantes y profesionales que colaboran para intercambiar lecciones aprendidas, mejores prácticas, ideas e innovaciones en el sector y, en la medida de lo posible, trabajar juntos y crear alianzas. Aparte de varias publicaciones, el grupo proporciona igualmente apoyo técnico para los pobres en los países en desarrollo.
http://www.habitat.org/hfhu/programs/cgap_working_group/default.aspx

Cities Alliance presenta el perfil de una ciudad en acción. Muestra el trabajo conjunto de miembros y socios de la alianza para mejorar las vidas de los pobres en el entorno urbano, así como su promoción de un esfuerzo cohesionado de todos los actores de la ciudad para garantizar un desarrollo urbano sostenible.
<http://www.citiesalliance.org>

Gujarat Mahila Housing SEWA Trust (MHT) vio la luz oficialmente en 1994 con el objetivo general de mejorar las condiciones de vivienda e infraestructuras de las mujeres pobres en el sector informal.
<http://www.sewahousing.org>

Habitat for Humanity (HFH) es una organización cristiana sin ánimo de lucro no confesional dedicada a la eliminación de toda vivienda infrahumana en el mundo. Construye y rehabilita hogares sencillos y decentes con ayuda de familias propietarias, trabajo voluntario y donaciones de dinero y materiales. Publica además una serie de boletines de noticias.
<http://www.habitat.org>

34 EL DESARROLLO DE LOS MICROSEGUROS EN ÁFRICA OCCIDENTAL

Luc Vandeweerd, Director estratégico ADA

El proyecto es el seguimiento lógico de una acción de CIF/ADA¹² iniciada en 2003 destinada a reforzar las capacidades institucionales de las redes socias de CIF a través de la creación de una cartera sostenible y diversificada de servicios financieros para los pobres. La acción, concebida como una investigación-desarrollo, ha permitido configurar un primer microseguro: el Plan de Previsión Crédito (Régime de Prévoyance Crédit) o RPC, por sus siglas en francés. El RPC consiste en ofrecer un producto de previsión del riesgo de fallecimiento de los prestatarios de las instituciones microfinancieras. Otorga una doble protección: la cancelación de la deuda en caso de fallecimiento del prestatario y un monto fijo de 100.000 CFA (152 euros) que se entrega a la familia como ayuda para hacer frente a los gastos funerarios y superar ese difícil momento.

CIF* es una sociedad anónima de propiedad cooperativa con un consejo de administración y un capital de 120 millones de F CFA (182.039 euros). Se constituyó gracias a la iniciativa conjunta de seis redes socias compuestas por instituciones financieras mutualistas. El objetivo de este consorcio es poner a disposición de la población desfavorecida, y a gran escala, una base financiera creada mediante la diversificación de productos y servicios financieros adaptados y accesibles. La misión de CIF es proporcionar a sus redes socias un apoyo técnico y financiero, a través de la innovación (financiera y organizativa), que permita a las redes desarrollar sus mercados respectivos mediante la oferta de productos y servicios financieros diversificados y rentables, lo que no podrían hacer de forma aislada. Esta misión se lleva a cabo a través

¹² Centre d'Innovation Financière, Ouagadougou, Burkina Faso.

de la investigación y el desarrollo de productos y servicios financieros adaptados, así como su puesta a prueba e implementación, teniendo en cuenta las condiciones locales.

*Fuente: CIF 2002

A finales de los 90, se constataron dos hechos en las redes: por una parte, un incremento de los impagos debidos al fallecimiento de los miembros prestatarios, y, por otra parte, un aumento de los fondos de reserva específicos en los balances de las redes para cubrir las diversas medidas de protección adoptadas para prepararse frente a este riesgo¹³.

Ante esta doble constatación, se realizó en 2002 un estudio de mercado sobre las prácticas relativas a los seguros en tres redes, RCPB (Burkina Faso), NYESIGISO (Mali) y PAMECAS (Senegal), con el fin de analizar las necesidades y el mercado. Entre otros, el estudio confirmó la existencia de productos sencillos de protección frente al fallecimiento vinculados al crédito y a los ahorros, destacó la preocupación financiera de los clientes en el caso de fallecimiento, confirmó que los costos relacionados con un fallecimiento los asume la familia y mostró que existía el potencial de rentabilizar esta práctica en las redes.

Este estudio se realizó conjuntamente con ADA¹⁴, una ONG luxemburguesa especializada en el ámbito de las microfinanzas e interesada en el desarrollo de microseguros, así como de productos financieros complementarios a los que generalmente desarrollan las instituciones microfinancieras (IMF), con la que CIF colabora y realiza intercambios mutuos.

En 2002, CIF y ADA acordaron identificar y ejecutar¹⁵ a partir de 2003 un proyecto conjunto de experimentación o de investigación aplicada con un objetivo doble: que CIF y sus redes miembros adquirieran pericia sobre productos de seguros de vida sostenibles y profesionales, con el fin de gestionar mejor los riesgos de impagos y las pérdidas relacionadas con el fallecimiento, así como facilitar el acceso de la población pobre a estos nuevos productos. Teniendo en cuenta la especificidad técnica del ámbito de acción, se acudió desde el inicio a un grupo de expertos internacionales en seguros para contar

¹³ Las medidas consisten a menudo en la utilización de un 1%, por regla general, del monto del crédito tomado en origen cuando se emite el préstamo

¹⁴ Appui au Développement Autonome – www.microfinance.lu

¹⁵ Con recursos del Ministerio de Asuntos Exteriores del Gran Ducado de Luxemburgo, otorgados a ADA mediante un acuerdo de cooperación dotado con un presupuesto de 240.000 euros para 2 años.

con su apoyo y asesoramiento, principalmente para la definición del contexto de los productos, las herramientas técnicas de seguimiento y las reservas actuariales necesarias. Los encargados de proporcionar los conocimientos expertos son el BRS, en el caso de ADA, y DSF (Desjardins Sécurité Financière), de la compañía de seguros Mouvement Desjardins (Québec), a través de DID¹⁶, en el caso de CIF. Se constituyó un Comité Director del proyecto compuesto por CIF, los seis directores generales de las redes, el grupo ADA/BRS y el grupo DID/DSF con el fin de orientar las acciones y validar las decisiones técnicas y estratégicas.

En 2003, se realizaron estudios complementarios¹⁷ y se diseñó un primer producto denominado “Régime Prévoyance Crédit – RPC”, validado por el grupo de expertos.

En febrero de 2004, el Comité Director adopta siete recomendaciones estratégicas para seguir adelante con la investigación aplicada:

1. Profesionalizar las prácticas existentes para los planes de previsión de las redes de CIF.
2. Centrarse en los servicios ofrecidos al plan de previsión crédito.
3. Mantener la distribución y la gestión del producto a través de las entidades de las redes.
4. Estandarizar la configuración del producto en todas las redes e innovar en su concepción.
5. Armonizar los procesos y las prácticas administrativas e instaurar un sistema de información y gestión (SIG) específico para la actividad en las redes.
6. Desarrollar una reserva de competencias en las uniones / federaciones y en las entidades de base con el fin de poder desempeñar las funciones de gestión en materia de previsión de forma profesional.
7. Establecer cooperaciones profesionales con empresas privadas para:
 - Las necesidades de reaseguro,
 - Completar a medio plazo la cartera de productos,
 - Beneficiarse de los efectos positivos en términos de formación y apoyo técnico e institucional,
 - Desarrollar capacidades de negociación con sus socios.

¹⁶ Développement International Desjardins – www.did.qc.ca

¹⁷ Incluido un inventario detallado de las prácticas “informales” de seguros en las 6 redes.

A continuación, se probó el nuevo producto en dos redes, FUCEC (Togo) y RCPB (Burkina Faso), durante un periodo de seis meses en cada caso. El estudio empírico consistía esencialmente en poner a prueba el RPC y su modo de introducción en una caja piloto: implementación de los procesos y de las herramientas de gestión, análisis de las reacciones del personal y de sus clientes, así como la interpretación de los resultados cuantitativos (recaudación de primas, indemnización de siniestros, constitución de las provisiones). De forma paralela a este análisis, se realizaron estudios sobre la percepción de los miembros, la competencia y la institucionalización del RPC. En relación a este punto, se diseccionó y analizó detenidamente la legislación que regula los seguros en la zona en relación al código CIMA¹⁸.

En abril de 2005, el Comité Director, decide realizar una serie de ajustes al producto teniendo en cuenta los resultados de las evaluaciones de las dos pruebas piloto. Por ejemplo, se adopta la ampliación de la edad de protección de 65 a 70 años, se revisa la tarificación del producto y se adopta igualmente la división del margen de beneficio entre las cajas y la red, con el fin de suscitar un mayor interés de las cajas en la venta y la gestión del producto, así como remunerar adecuadamente sus prestaciones. El Comité decide, además, confiar a CIF la planificación global de las actividades, por un periodo de al menos tres años, con el objetivo de desplegar a gran escala el producto RPC reconfigurado en las seis redes y estudiar de forma complementaria la posibilidad de introducir el RPC en los créditos colectivos (agrupaciones de mujeres, bancos comunales y créditos conjuntos, en particular).

A finales de septiembre de 2006, se ha finalizado prácticamente el lanzamiento en FUCEC Togo y en RCPB Burkina Faso y se acaba de iniciar en PAMECAS Senegal y en FECECAM Benín con un inicio previsto para principios de 2007 en las 2 redes de Mali (NYESIGISO y KAFO JIGINEW).

¹⁸Conférence Interfricaine des Marchés d'Assurances

RESUMEN: MODALIDADES DEL PRODUCTO RPC**1. CONDICIONES DE ADMISIÓN**

- Obligatorio
- 18 a 70 años
- Estar en situación de capacidad laboral desde hace al menos tres (3) meses.
- No haber recibido notificación de la necesidad de tener que seguir un tratamiento o someterse a una operación quirúrgica o una hospitalización por problemas de salud que pudieran impedirle trabajar de forma regular y normal durante más de un (01) mes.
- No haber percibido anteriormente ninguna cantidad por incapacidad total y permanente y no haber sido rechazado en el pasado por una compañía de seguros por problemas de salud o por la realización de actividades peligrosas.
- No percibir en la actualidad una pensión por invalidez total.
- Duración del crédito de 5 años.

2. COBERTURA ACORDADA PARA EL CRÉDITO

- Protección de base: 100.000 FCFA o 152 euros en caso de fallecimiento o de incapacidad total y permanente durante la duración del crédito para apoyar a la familia.
- Protección del crédito: saldo del crédito, independientemente de la aportación personal o del ahorro garantizado.
- Cantidad mínima y máxima:
Ningún mínimo
Máximo de 10 millones FCFA o 15.245 euros
- Montos euros 10 millones FCFA o 15.245 euros
La cobertura es igual al porcentaje del máximo (15.245 euros) sobre el total inicial del crédito.

3. EXCLUSIONES Y LIMITACIONES

- Adelantos salariales
- Todo crédito colectivo o de grupo.
- Todos los créditos de más de 5 años, así como los créditos otorgados a grupos, asociaciones y empresas de responsabilidad colectiva.
- Fallecimientos debidos a: guerras, disturbios, levantamientos, cataclismos, participación en un delito, atentado o suicidio, si tiene lugar durante los dos (02) primeros años del crédito.

4. TIPO DE CRÉDITOS CUBIERTOS

- Todos los créditos individuales para particulares, excepto los que tengan una duración superior a 5 años.
- Todos los créditos para empresarios que sean propietarios únicos inscritos en el registro mercantil, excepto los que tengan una duración superior a 5 años.

5. CUOTAS

- Cuota única cargada al miembro:
Tasa de un 0,075% al mes
Gastos fijos de 1.500 FCFA o 2,3 euros para la protección de base y para la apertura de dossier
Para los créditos de pago único, se multiplica la tasa del 0,075% por 1,5.

6. REEMBOLSO ANTICIPADO DEL CRÉDITO, REFINANCIACIÓN O IMPAGO DEL CRÉDITO DURANTE MÁS DE 90 DÍAS

- Reembolso de la cuota del prestatario igual al saldo X 0,075% X número de meses restantes
- Para los créditos de pago único, se multiplica la tasa de 0,075% por 1,5.
- En cualquier caso, la cantidad a pagar deberá ser de al menos **2,3 euros**.

7. FIN DE LA COBERTURA

- Al cumplir 70 años
- En la fecha prevista de reembolso
- En la fecha del pago efectivo del crédito
- Por impago del crédito superior a 90 días

8. REACTIVACIÓN

- En un plazo de 90 días desde el fin de la cobertura, tras el pago completo de las cantidades pendientes.

(Fuente: Kit de prueba de RPC, proyecto ADA/CIF/DID, abril de 2005)

¹⁹ El saldo pendiente

El **RPC** ofrece dos formas de protección: ventajas de **protección básica** de 152 euros (100.000 F CFA) en caso de muerte o de invalidez total y permanente durante el plazo del crédito y **protección del crédito** por el balance del crédito⁹, independientemente del aporte personal y del ahorro obligatorio antes de solicitar un préstamo. La protección básica es la característica original del producto. Su objetivo es de asistir al socio y sus beneficiarios en caso de siniestro, es decir el fallecimiento del cliente quien es, en la mayoría de los casos, la principal fuente de ingresos de su familia. Esta protección adicional resulta de un estudio de las necesidades de los clientes y de un inventario de las prácticas ejecutadas durante el proyecto de investigación aplicada. Las primeras encuestas de satisfacción en las familias afectadas- familias que han sufrido casos de muerte- demuestran la utilidad de esta protección adicional.

OPINIÓN DEL CLIENTE SOBRE EL NUEVO PRODUCTO RPC*

En las instituciones de crédito, el seguro es generalmente visto como algo subsidiar o secundario al contrato de crédito.

Bajo el plan de RPC en particular y en microfinanzas/microseguros en general, esta percepción es aún más acentuada. La rapidez con la que el préstamo solicitado es otorgado y el acceso a la liquidez que el contrato procura, es lo que más le importa al cliente, dejando de prestar atención a las condiciones del préstamo, como en este caso la firma del contrato del seguro RPC.

Según los agentes de créditos encuestados sobre el tema, no es inusual que el cliente regrese algunos días después que el crédito le ha sido otorgado preguntando por el monto de la prima adosada al monto del crédito y porqué es obligatorio pagar por una cobertura básica. Sin embargo después de las explicaciones, el producto es generalmente aceptado y sus medidas protectoras son apreciadas. La prima es vista entonces como una inversión: "Pago un poco, para proteger a mi familia en caso de problemas".

*Fuente: Sémirath Fagbemi, DID/DFS trainee, reporte de misión de Benin y Togo, Noviembre de 2006

El producto se ha configurado, tarificado y probado con éxito en Togo y en Burkina Faso. En la tipología de los seguros, el RPC se puede considerar como un producto tipo seguro colectivo obligatorio para todos los prestatarios individuales con una deducción automática de la prima en el momento de otorgar el préstamo. Este producto se está desplegando a gran escala en las seis redes de CIF y se espera que termine el proceso a finales de 2007 con el apoyo de la cooperación luxemburguesa. En cuanto a la investigación aplicada, el producto se adaptará y probará también con distintos tipos de crédito: crédito colectivo, crédito de pago único, crédito superior a diez millones de FCFA (15.244 euros), con toda la problemática de los reaseguros. Además, el proyecto trabaja también en la identificación y configuración de nuevos productos de microseguros, como por ejemplo, un seguro ahorro/pensión complementaria. El objetivo final del proyecto es que emerja un colectivo de expertos en microseguros en la subregión y permitir de esta forma una normalización y una armonización de las prácticas de microseguros en las seis redes de CIF²⁰, así como afianzar el sector de los seguros vinculados a las microfinanzas. En cuanto a la rentabilidad financiera de las operaciones, el proyecto permite alcanzar en tres años un beneficio neto acumulado de alrededor de 3,5 millones de euros, lo que ofrece a CIF la posibilidad de contemplar la creación de su propia compañía de seguros subregional y garantizar una cierta sostenibilidad institucional para este nuevo tipo de servicio financiero.

²⁰ A finales de 2005, representa 509 puntos de venta, 1.632.012 clientes y un 60% del mercado de las microfinanzas en la zona UEMOA (Unión Económica y Monetaria del África Occidental) conformada por Benín, Burkina Faso, Costa de Marfil, Guinea Bissau, Malí, Níger, Senegal y Togo.

PRIMERAS LECCIONES:**Una buena articulación entre los diferentes actores**

La acción surge de un proyecto de investigación aplicada realizado por CIF y ADA, financiado por la cooperación luxemburguesa, con la participación técnica y financiera de otros socios (BRS/DID/DSF). El proyecto de investigación aplicada ha permitido realizar estudios previos, buscar socios técnicos, configurar un producto prototípico y realizar las primeras pruebas. De esta forma se pasó relativamente rápido de un proyecto CIF/ADA a un proyecto CIF/ADA/DID.

Además, el CIF pidió a sus dos socios que también aportaran pericia del sector de los seguros, teniendo en cuenta la especificidad del nuevo ámbito de acción. Así se creó un grupo de expertos provenientes de compañías de seguros de gran envergadura (DSF-Canadá y BRS-Bélgica), permitiendo a CIF contrarrestar las opiniones técnicas y las recomendaciones. Este doble apoyo experto resultó especialmente eficaz, no solo para la tarificación y para elegir la metodología para la creación de reservas actuariales, sino también para el diseño de herramientas de replicación, igualmente validadas por expertos nacionales de seguros (kit de prueba y de replicación, acuerdo y protocolo de investigación y de prueba, guía, módulos de formación, indicadores de rendimiento, cálculo de provisiones matemáticas, etc.). El enfoque metodológico basado en emplear y cruzar una doble pericia del Norte ha permitido configurar y tarificar el producto según las normas del sector y, además, ha aportado apoyo y asesoramiento sobre el modo operativo que deben utilizar las redes para la venta del producto.

Teniendo en cuenta los primeros resultados de las puestas a prueba y a instancias de CIF, se ha diseñado un proyecto de mayor amplitud que tiene como objetivo replicar, dentro de un plazo razonable, la experiencia en los 500 puntos de venta de servicios financieros de las seis redes. Actualmente este proyecto está en plena fase de ejecución. El público objetivo asciende ahora a 1.630.000 personas, es decir el conjunto de clientes o de miembros adheridos a las redes de CIF en cinco países de África Occidental. Teniendo en cuenta que, en materia de seguros, la ley del gran número es un requisito

previo indispensable para toda intervención, la elección de CIF como ejecutor de la acción se ha mostrado especialmente acertada desde el inicio de las operaciones. CIF posee una gran experiencia en la introducción de nuevos productos financieros y, gracias a su configuración, esta implementación se puede realizar a gran escala.

RESUMEN: METODOLOGÍA DE CIF PARA LA INTRODUCCIÓN DE NUEVOS PRODUCTOS FINANCIEROS

1. ELABORACIÓN DE LA FICHA DE IDEA DE PROYECTO

Constituye el primer elemento o aportación en el proceso de investigación y desarrollo o de réplica de un producto o servicio existente. Permite perfilar el proyecto de prueba del Plan de Prevención Crédito (RPC) de forma sucinta y a través de un análisis contextual; una descripción resumida del proyecto; una propuesta preliminar de configuración; los recursos humanos y financieros necesarios y un balance de los resultados provisionales en términos de mercado y rentabilidad.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

En esta fase se trata de recopilar y analizar las costumbres de protección de créditos, a través de herramientas MARP y Focus Group y de la aplicación de la guía de estudios de mercado desarrollada por CIF; analizar los productos o servicios similares ofrecidos por la competencia, así como las condiciones propuestas (binomio mercado – producto); segmentar el mercado y buscar la adecuación con los segmentos definidos. En otros términos, se trata de analizar las necesidades de los clientes, así como las oportunidades presentes en el mercado.

3. CONFIGURACIÓN DEL PLAN DE PREVISIÓN CRÉDITO - RPC

En esta fase se definen las características del producto (tipo de prestación, servicios asociados, duración, tarificación, etc.), se identifica el modo de distribución, se precisan las funciones y los roles de las diferentes partes, se fijan los métodos de promoción y de comercialización, se elaboran herramientas para la gestión del RPC, se definen las implicaciones en términos de recursos financieros y humanos y se planifica y se prepara la puesta a prueba.

4. PRUEBAS EN LA FASE PILOTO

Esta fase está consagrada a la firma de un acuerdo y de un protocolo de investigación y estudio empírico entre CIF y la red. Estos dos documentos permiten seleccionar y definir conjuntamente el lugar y la muestra para el estudio, fijar los objetivos y los datos que hay que recopilar, definir el periodo de la prueba piloto, así como la composición del equipo para la realización de la misma. Además, hay que seguir y evaluar durante el estudio los siguientes temas: aspectos organizativos y financieros, percepción de los clientes, dominio de los procedimientos y herramientas de los agentes, impacto sobre los productos o los servicios ya instaurados, ajustar la configuración de acuerdo con los resultados de la evaluación y elaborar un borrador de guía de implementación. Esta fase permite ajustar el producto a las condiciones del entorno y adaptarlo a las necesidades de la clientela.

5. IMPLEMENTACIÓN A GRAN ESCALA

De acuerdo con los resultados de la experiencia piloto, se trata de elaborar en esta fase un plan de introducción: precisar la elección de las entidades, constituir un equipo para el producto, revisar la configuración, los procedimientos y las herramientas de gestión, elaborar la documentación definitiva, diseñar una estrategia de comunicación, reclutar y formar a las personas necesarias y seguir y evaluar de forma periódica los resultados obtenidos.

(Fuente: CIF, 2002)

permite a una ONG obtener un efecto multiplicador importante.

Los fondos proporcionados por la cooperación luxemburguesa a través de ADA para el proyecto de investigación aplicada se elevan a 240.000 euros. Estos recursos han servido principalmente para acompañar a CIF en la ejecución de las cuatro primeras etapas que conforman la metodología: ficha del proyecto, análisis del mercado, primera configuración del producto y pruebas en dos países y con un alcance limitado en cada una de las primeras dos redes que participaron inicialmente. Los fondos han permitido, además, realizar estudios complementarios y útiles para preparar el programa de réplica a gran escala del producto en la subregión y realizar las investigaciones inherentes al proceso de institucionalización de esta nueva actividad.

El programa de réplica, actualmente en curso, está financiado por Lux-Development, la Agencia de Cooperación de Luxemburgo con un monto de 260.000 euros. En este sentido, ha desempeñado un papel fundamental el apoyo financiero de una ONG para iniciar una acción a modo de estudio empírico y el relevo tomado por una agencia de cooperación con el fin de multiplicar la experiencia para abarcar un alcance de mayor envergadura. El presupuesto para la multiplicación es relativamente reducido en este caso porque el producto en sí mismo es bastante rentable²¹ y la tarificación prevista permite generar márgenes de beneficios interesantes, con lo que la red puede asumir la mayor parte de los costos iniciales de la réplica directamente después de la fase experimental. La cuota que paga el asegurado sirve para cubrir el costo de la garantía prevista en el contrato, así como los gastos de adquisición y de gestión de la Unidad Administrativa Especializada para la duración del contrato. La tasa de imposición configurada con el grupo de expertos está compuesta de la siguiente forma:

DESCOMPOSICIÓN DE LA TASA COMERCIAL DEL RPC*

ELEMENTO	OBJETO	TASA	PROPORCIÓN
TASA PURA	Representa el costo de la garantía prevista en el contrato	0,0531%	70%
+GASTOS DE GESTIÓN	Cobertura de los gastos de gestión para la duración del contrato	0,0073%	10%
+GASTOS DE ADQUISICIÓN	Cobertura de los gastos de adquisición (remuneración de la caja y gastos de creación del contrato)	0,0146%	20%
=TASA COMERCIAL	Cuota pagada por el asegurado	0,075%	100%

*Fuente: Informe de misión ADA/BRS, 2005

²¹ Lo que también lleva a las redes a invertir en este nuevo producto.

46

Con este nivel de cuotas, la Unidad Administrativa Especial puede cumplir todos sus compromisos con los asegurados y capitalizar los beneficios de las cajas, en otras palabras, se alcanza el doble objetivo buscado.

El apoyo financiero proporcionado por Lux-Development se concentra en el refuerzo de la capacidad (50% del programa de formación de 1.500 gestores del producto), la creación de una Unidad Administrativa Especializada en seguros dentro de cada red (un 50% de los costos de creación y de remuneración²² del responsable durante seis meses) y los gastos de seguimiento de CIF.

De acuerdo con las proyecciones y los estudios prospectivos realizados a partir del volumen de negocio actual de las redes, **para una inversión común de 500.000 euros**, es decir 240.000 para la investigación aplicada y 260.000 para el programa de réplica, **la acción permite alcanzar un resultado neto acumulado en tres años de 3.478.000 euros, es decir, una cantidad 7 veces mayor a la inversión externa**, lo que constituye un ratio excelente para una actividad de desarrollo. Se trata de proyecciones elevadas pero que se han visto corroboradas por los primeros resultados alcanzados en 2006 cuando se había introducido el producto en dos redes a finales de septiembre.

Ver el cuadro de los indicadores estadísticos principales del RPC en la página siguiente →

²² La idea es animar a las redes a reclutar desde el principio, externamente si necesario, a un gerente de alto nivel que sea capaz de asumir rápidamente todas las actividades de seguros y para el que, en un primer momento, el nivel de remuneración no debería constituir un obstáculo.

INDICADORES ESTADÍSTICOS PRINCIPALES DEL RPC* A FINALES DE SEPTIEMBRE DE 2006 EN FUCEC Y RCPB

INDICADORES	RCPB	FUCEC	CIF*
INDICADORES DE CRECIMIENTO			
NÚMERO DE ASEGURADOS EN VIGOR	29.096	19.694	105.501
CANTIDAD ASEGURADA (EUROS)	21.008.974	20.750.646	79.553.000
PRIMAS ADQUIRIDAS (EUROS)	106.353	153.960	1.464.442
INDICADORES DE EFICACIA			
PLAZO DE INSCRIPCIÓN (OBJETIVO <30DÍAS)	6	53	ND
PLAZO DE TRANSMISIÓN (OBJETIVO <15DÍAS)	39	3	ND
PLAZO DE PAGO (OBJETIVO <15DÍAS)	13	16	ND
PROVISIONES ACTUARIALES (EUROS)			
PROVISIONES MATEMÁTICAS TOTALES	288.924	296.639	1.871.471.311
- PROVISIONES PARA SINIESTROS	153.402	158.462	965.136
- PROVISIONES PARA REEMB. ANTICIPADOS	18.901	20.910	107.311
- PROVISIONES PARA GASTOS DE GESTIÓN	116.621	117.267	799.024
MARGEN DE SOLVENCIA ²³	14.446	14.832	93.680
INDICADORES DE SINIESTRALIDAD			
NÚMERO DE SINIESTROS FALLECIMIENTO	12	32	150
MONTO DE SINIESTROS FALLECIMIENTO (EUROS)	15.392	31.928	136.596

*Fuente: CIF, octubre de 2006

*Las cifras del CIF han sido actualizadas con los datos de fin de junio de 2008.

²³ En RCPB, por ejemplo, 67.000 mujeres son actualmente miembros de bancos comunales.

En términos de tasa de penetración o de cobertura de la clientela objetivo, el RPC permitirá asegurar a 472.500 clientes de un número estimado de 1.916.000 miembros para finales de 2008, es decir, una tasa de penetración de un 25%. Además, se proporcionará formación a 1.500 agentes durante el mismo periodo. Se espera un incremento de la tasa de crecimiento, específicamente en la clientela femenina, si los estudios previstos sobre los créditos colectivos desembocan en un producto de previsión crédito igualmente aplicable para los créditos de grupo, de especial interés para las mujeres del entorno rural. Señalamos que un 38% de los miembros de las redes²⁴ son mujeres y su no cobertura conlleva problemas para este público objetivo, así como inconvenientes para las instituciones cuando acontece un siniestro.

EL EFECTO IMPULSOR ESPERADO A NIVEL SUBREGIONAL PERMITIRÁ IGUALMENTE DESARROLLAR Y AFIANZAR LAS ACTIVIDADES MICROFINANCIERAS

Ya hemos destacado que el CIF y las redes socias representan un 50% del mercado de las microfinanzas en la subregión. En términos de alcance o de mercado, la ampliación de la gama de servicios financieros ofrecida a través de la inclusión de microseguros permitirá contribuir de forma significativa a la autopromoción económica y social de la población de bajos ingresos en la subregión. En este sentido, el impacto de la acción prevista tendrá repercusiones interesantes no solo para la clientela de las redes socias de CIF, sino para todo el sector en general, teniendo en cuenta el efecto impulsor que conllevará. Además, se puede esperar que el RPC, en un primer momento, y otros microseguros después cuenten con réplicas en otras instituciones microfinancieras en la subregión. Este efecto impulsor se verá acelerado si el CIF crea su propia compañía de seguros. De esta forma se podrá favorecer el progreso conjunto del sector de los microseguros hacia prácticas normalizadas a nivel subregional y capacitar así a las instituciones microfinancieras principales para que puedan ampliar su gama de productos, con el fin de complementar sus productos habituales de ahorro y crédito y con toda legalidad.

²⁴ En RCPB, por ejemplo, 67.000 mujeres son actualmente miembros de bancos comunales.

La acción va a servir igualmente de puente entre las IMF y el sector de los seguros a través de los productos de banca/seguro y el consiguiente acercamiento del sector microfinanciero al sector de los seguros. A corto plazo se espera ampliar y completar el mercado microfinanciero a través de la introducción de microseguros y, a medio plazo, consolidar el mercado a través de una mayor diversificación y volúmenes de negocios más importantes. Por último, el desarrollo de la actividad seguros tendrá también un impacto nada desdeñable sobre la estructura de recursos de las instituciones microfinancieras. Al igual que los bancos de la subregión, las instituciones microfinancieras cuentan, generalmente, con recursos a muy corto plazo, lo que les impide financiar las inversiones a medio plazo de sus clientes por falta de recursos adaptados. Con la introducción de seguros diversificados se puede paliar esta deficiencia, lo que permitiría aumentar de forma considerable el ámbito de intervención de las microfinanzas en África Occidental. ■

REFERENCIAS

- CIF, [Octubre 2003], « Enquête sur le produit assurance vie-prêt, synthèse des rapports d'enquête », 25 p.
- C. Fortier, P. Mathijs [Febrero 2005], « Appui à la professionnalisation des régimes de prévoyance crédit dans les réseaux membres du CIF : recommandations des experts », 5 p.
- Luc Vandeweerd [Diciembre 2002], « Fiche d'idée de projet d'expérimentation en micro-assurance ADA/CIF », 5 p.
- CIF, Procès-verbaux des Comités de pilotage du projet ADA/CIF/DID Micro-assurance [2004, 2005, 2006]
- Lux Development – Projet AFR 105, [Abril 2006], « Contribution au projet de développement du Régime de Prévoyance Crédit – RPC dans les 6 réseaux du CIF », 22 p.

Este artículo fue publicado en la revista *Autrepart: Risques et Microfinance*, Nr. 44, 2007.

50 LA CONSERVACIÓN DEL LEGADO CULTURAL CON MICROCRÉDITOS: EL CULTUREBANK EN FOMBORI, MALI²⁵

Tara F. Deubel, Universidad de Arizona

Frecuentemente, se ha subestimado la importancia de la cultura material e inmaterial para el desarrollo. El papel de la cultura material es especialmente importante en muchas sociedades africanas que basan su memoria cultural en tradiciones e historias orales, revestidas de formas artísticas simbólicas, más que en fuentes escritas. En Mali, la pérdida continua de objetos culturales y de arte ha mermado de forma importante los recursos culturales del país. Esta pérdida se debe a una larga historia de saqueos de yacimientos arqueológicos y de exportaciones a gran escala de objetos de arte y antigüedades malienses por marchantes de arte y turistas. Pese a que el derecho internacional y las convenciones buscan frenar un tráfico de arte galopante, esta práctica sigue poniendo en peligro la integridad del legado cultural de Mali.

El CultureBank en el poblado de Dogon, en Fombori, Mali, es una institución innovadora que emplea el modelo microfinanciero para conservar el legado cultural. En su papel múltiple de museo, institución microfinanciera y centro educativo, el CultureBank ha contribuido al desarrollo local y ha ayudado a garantizar que objetos preciados permanezcan en la comunidad.

En el modelo del CultureBank, los miembros de la comunidad obtienen pequeños créditos empleando los objetos como garantía y luego todos se exponen en un museo local. De esta forma, los miembros de la comunidad mantienen la propiedad de valiosos objetos culturales, a la vez que consiguen beneficios financieros a través de una asistencia crediticia renovable.

²⁵ Este artículo se basa en un estudio sobre el impacto social, económico y cultural del CultureBank en Fombori, Mali, financiado por la West African Research Association en 2002. Véase también Deubel, Tara, 2006: "Banking on Culture": Microcredit as an Incentive for Cultural Conservation in Mali". En: Fernando, Jude L. (ed.), *Microfinance: Perils and Prospects*. Routledge Studies in Development Economics, p. 133-153.

El CultureBank también ha evolucionado hasta convertirse en un centro comunitario vital que patrocina diversas actividades, entre las que se incluyen, clases de alfabetización, talleres artesanales y festivales de la comunidad.

El CultureBank, originariamente una idea de la Asociación de Mujeres de Fombori, se inauguró formalmente en 1997 a través de una asamblea general de los miembros de la comunidad y empezó a ofrecer préstamos con un pequeño fondo inicial obtenido de USAID (Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional) en Mali. Se consiguió financiación adicional del Proyecto de Museos de África Occidental (WAMP, en sus siglas en inglés) en Dakar, Senegal y de donantes privados, a través de la colaboración de Peace Corps Partnership de Estados Unidos.

Desde 1999, el CultureBank ha operado como institución local financieramente sostenible a través de la generación de fondos exclusivamente a partir de los intereses de los préstamos y de los ingresos provenientes del turismo, sin asistencia externa por parte de donantes. Una junta directiva de Fombori se reúne todos los meses para supervisar las actividades de gestión. El CultureBank cuenta con un coordinador que gestiona la colección y realiza visitas guiadas, así como un gestor de créditos.

CONSERVACIÓN Y OBJETOS CULTURALES

Lo que convierte al CultureBank en una institución microfinanciera única es el uso de objetos culturales como garantía de un préstamo. A cambio de cada objeto, los individuos pueden acceder a un pequeño crédito empresarial con un vencimiento de entre cuatro y seis meses y un tipo de interés de un tres por ciento mensual. El importe del préstamo viene determinado por el valor histórico verificable de la pieza, que evalúa el gestor de créditos y verifica un consejo de ancianos del pueblo. Tras el pago del préstamo dentro del plazo estipulado, los prestatarios pueden optar por renovar su crédito por una cantidad igual o mayor y, de esta forma, acceder a un flujo continuo de ingresos adicionales en el tiempo. El prestatario sigue siendo propietario de los objetos a lo largo de todo el proceso; no se venden ni intercambian en ningún momento. Se anima a los propietarios a usar los objetos que se encuentran en el

banco cuando los necesiten, siempre y cuando se devuelvan al CultureBank cuando no se empleen. El sistema del CultureBank ofrece a los particulares un acceso continuo a préstamos empresariales cada vez más importantes, contrariamente a los beneficios limitados y a corto plazo que se obtendrían de la venta de los objetos a marchantes de arte o turistas.

Según los datos recabados en 2002, el CultureBank proporcionó un total de 451 créditos entre 1997 y 2002 con objetos como garantía a un total de setenta prestatarios (un 60% mujeres y un 40% hombres). El importe medio de préstamo aumentó de forma regular cada año. Los créditos se emplearon para el desarrollo de pequeñas empresas, principalmente en el mercado semanal de Douentza, la población cercana más grande. Las mujeres emplearon normalmente los fondos para comprar y revender mijo y otros cereales, mientras que la actividad más común de los hombres era el comercio de ganado. El estudio muestra que los beneficios medios anuales que se derivan de estas actividades habían aumentado en el caso de los miembros de la comunidad de muestra que habían tomado préstamos.

Al aplicar el microcrédito al ámbito de la conservación cultural, el CultureBank proporciona capital a los habitantes del poblado para que inviertan en actividades no agrarias, lo que permite diversificar la economía local y estimula el crecimiento de pequeñas empresas en el sector informal. Otro beneficio es un aumento del capital social a través de la promoción del intercambio entre los habitantes y la colaboración conjunta en actividades generadoras de ingresos.

MUSEO DE LA COMUNIDAD Y LEGADO CULTURAL

El CultureBank de Fombori cuenta con una colección de más de 500 objetos que se exponen en tres galerías principales. Cada galería está organizada en torno a un tema común: objetos de significado histórico general que reflejan información sobre la cultura y la historia de los pueblos Dogon y Tellem (incluyendo piezas arqueológicas y estatuas rituales); objetos relacionados con los roles de las mujeres en la cultura Dogon (ej., vasijas, objetos de la casa,

joyas, telas y artículos decorativos) y objetos relacionados con roles masculinos (ej. armas, instrumentos musicales, equipos ecuestres y máscaras). Los artículos del CultureBank provienen de trece poblados cercanos. Una de las formas en las que los objetos de otros pueblos llegan a Fombori es a través de los lazos matrimoniales, puesto que los hombres de Fombori, a menudo, se casan con mujeres de otros pueblos y el matrimonio se asienta en el lugar de origen del marido. El tipo de artículo más común en el CultureBank son las joyas que conforman el 44% de la colección total.

Algunos objetos de la colección pertenecen a varios individuos de la comunidad y se han empleado para obtener préstamos colectivos. Varios miembros de la asociación de mujeres obtuvieron un préstamo colectivo gracias a una estatua grande que presentaron como aval. Las mujeres se turnan para emplear el crédito proveniente del préstamo de una forma muy similar a la que operan las tontines tradicionales o asociaciones de crédito rotativas. Con los objetos de propiedad colectiva se pueden solicitar préstamos de mayor cuantía.

Según el Coordinador del CultureBank, la mayoría de las personas dejan sus objetos en el CultureBank incluso después de haber pagado el crédito, para que esté a buen recaudo, aunque decidan no renovar el préstamo. La colección funciona como un "museo viviente", es decir, se invita y anima a las personas a llevarse los objetos temporalmente para su uso personal en ceremonias y festivales. De esta forma, los artículos no se convierten en entidades estáticas en el CultureBank, sino que mantienen su función en la vida cultural de la comunidad.

El CultureBank ha patrocinado una serie de actividades para la comunidad, como clases de alfabetización, festivales y talleres artesanales, lo que ha permitido ampliar su alcance más allá de los préstamos que otorga. A través de estas actividades, el CultureBank se ha convertido en una presencia vital, un centro comunitario en el que las personas pueden beneficiarse de actividades que permiten cumplir el objetivo de transmitir conocimientos y capacitar a nivel local, aumentando el capital social y fomentando el conocimiento y el orgullo hacia la cultura Dogon.

EL PAPEL DEL TURISMO

En 2002, el CultureBank había recibido más de 2.000 visitantes de países de todo el mundo desde su apertura en 1997. Los visitantes ofrecen ingresos adicionales al CultureBank, puesto que pagan una pequeña cuota de entrada de 1,50 USD, lo que incluye una visita guiada del CultureBank y de las casas del acantilado de Tellem. Normalmente, es el Coordinador del CultureBank el que realiza estas visitas. Varios jóvenes de Fombori también han sido formados para realizar visitas guiadas de las casas del acantilado y del cementerio Tellem. Otra fuente importante de ingresos turísticos es la venta de artículos en la tienda del CultureBank en el que los visitantes pueden adquirir productos artesanales a un precio fijo. Entre estos artículos se encuentran telas, máscaras Dogon, estatuas, taburetes, alfarería y figuras de bronce que han producido recientemente artesanos locales. El CultureBank vende estos artículos en su nombre y se queda con una comisión de un 10%. Los fondos que se recaudan se emplean para financiar las actividades comunitarias. Ninguna de las antigüedades de la colección se puede adquirir bajo ninguna circunstancia.

IMPACTO Y CAPITAL SOCIAL

Aparte de los beneficios económicos que ofrece el CultureBank, el proyecto también ha tenido un impacto cultural y social positivo en la comunidad de Fombori y su región en tres áreas principales: (1) fomentar el conocimiento de la historia Dogon y su legado cultural, (2) promover que permanezcan los recursos culturales en la comunidad local y (3) aumentar el capital social de los participantes.

Al establecer un banco cultural de la comunidad en el que las personas pueden ir a ver objetos culturales y aprender sobre la historia, el significado y el uso de los objetos, el CultureBank ha suscitado el interés hacia la historia local y el diálogo intergeneracional, puesto que los ancianos comparten su saber con los miembros más jóvenes de la comunidad que se convertirán en los responsables de transmitir las historias en el futuro. Muchos ancianos han comentado que los miembros de la generación más joven tienen menos interés por la historia y que frecuentemente son los que venden objetos Dogon a marchantes de arte para conseguir ingresos.

Por esta razón, los ancianos consideran el CultureBank un paso positivo para poder enseñar a los jóvenes más sobre su historia y para animarles a valorar su legado cultural. Como comentó un líder musulmán: “el CultureBank es una buena forma para que los visitantes y, sobre todo, los niños del poblado aprendan sobre la cultura Dogon”.

En segundo lugar, a través de los esfuerzos realizados para educar a la comunidad sobre la importancia de conservar los yacimientos arqueológicos y los objetos culturales, el personal del CultureBank promueve el objetivo de la conservación cultural y evita la venta de cultura material y de objetos. Un anciano explicó su visión sobre la conservación y la función del CultureBank con estas palabras: “Al convertir en visible el legado cultural y hacer que sea una parte importante de la vida comunitaria, el Dogon CultureBank de Fombori ha realizado su valor como recurso local”. Los miembros de la comunidad han identificado la necesidad de proteger sus objetos, junto con la información cultural y las historias que los acompañan.

Un tercer resultado importante del proyecto es el aumento del capital social de los participantes. El capital social hace referencia a las relaciones y las redes creadas entre grupos de personas que conforman una parte vital de sus estrategias de subsistencia tanto en el entorno urbano como en el rural. Aunque es difícil medir en términos cuantitativos, el capital social se ha ampliado en Fombori gracias a un mayor contacto entre los miembros de la comunidad a través de las actividades del CultureBank. En términos de actividades generadoras de ingresos, los participantes han colaborado para ampliar iniciativas empresariales ya existentes y para iniciar otras nuevas.

A través de las clases de alfabetización y de otras actividades para que participe el conjunto de la comunidad, el CultureBank actúa como centro comunitario en el que los individuos se benefician de un contacto frecuente con residentes de Fombori y su región, así como de una multitud de visitantes que pasan por Fombori cada año para visitar el CultureBank y las casas del acantilado. Debido al aislamiento geográfico de los poblados Dogon, es común que las personas que habitan en poblados cercanos se vean raramente. El CultureBank ha traído a las personas de los poblados cercanos de la región a Fombori y ha ayudado a establecer nuevas redes sociales entre los habitantes de Fombori y los de otros lugares.

En breve, el CultureBank ha contribuido a un renovado sentimiento de orgullo cultural en los miembros de la comunidad, así como a un compromiso para la conservación de los recursos culturales y un sentimiento creciente de solidaridad social para cumplir estos objetivos. ■

"Practicas e Innovaciones en microfinanzas" es disponible en francés, inglés y castellano. Para abonarse, contacte adainfo@microfinance.lu
Este número puede ser accesible en nuestra página web: www.microfinance.lu

Copyright © ADA, Junio 2009



ADA asbl

21, Allée Scheffer
L-2520 Luxembourg
Luxembourg
T +352 45 68 68 1
F +352 45 68 68 68
adainfo@microfinance.lu
www.microfinance.lu

ADA - Appui au
Développement Autonome

21, Allée Scheffer
L-2520 Luxembourg
Luxembourg

T +352 45 68 68 1
F +352 45 68 68 68
adainfo@microfinance.lu
www.microfinance.lu

