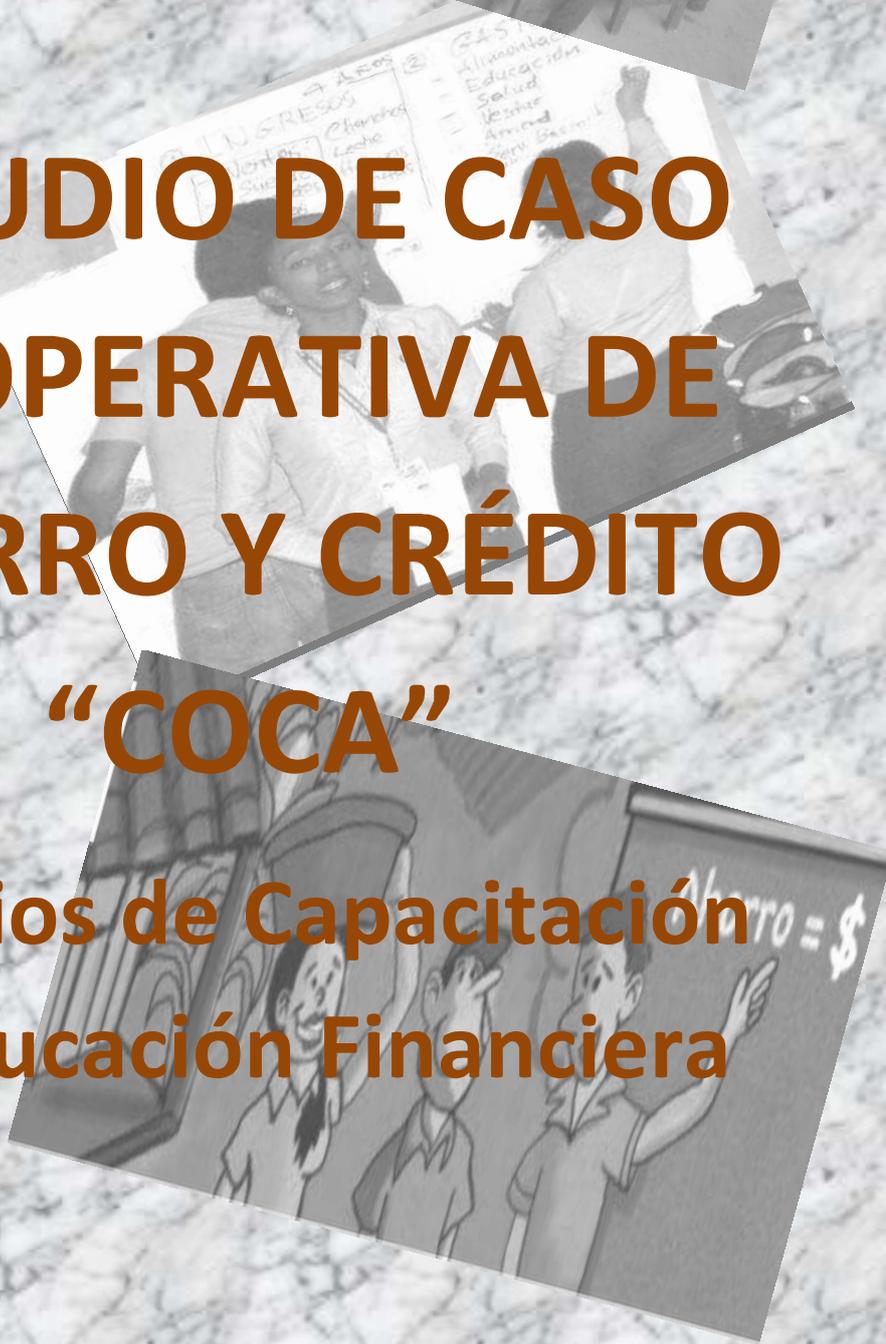




# ESTUDIO DE CASO COOPERATIVA DE AHORRO Y CRÉDITO "COCA"

Servicios de Capacitación  
en Educación Financiera



## Servicio Integral de Formación en Educación Financiera<sup>1</sup>

### 1. CONTEXTO

La Cooperativa de Ahorro y Crédito Coca Ltda. es una institución financiera que fue creada formalmente el 19 de enero de 1998 y que inició operaciones el 25 de febrero de ese año; la iniciativa de crear la institución se da por un grupo de 15 personas que tenían el deseo de fomentar el desarrollo de su localidad y de su provincia pero con una institución que sea propia de la región puesto que en ese entonces la oferta de servicios financieros se concentraba en instituciones de la banca privada ajenas a la región.

La fundación de la cooperativa coincide con la creación de la provincia de Orellana que fue creada en julio de 1998, esto significó un aspecto coyuntural importante que indudablemente favoreció a la creación de una institución propia de la ciudad y de la provincia que nacía en ese entonces.

Actualmente la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coca ha logrado consolidarse como líder en la prestación de servicios financieros dentro de su zona de acción con más de 16.000 socios y más de 15 años de vida institucional.

#### Misión:

*Contribuir al desarrollo socio-económico de nuestra provincia y del país, a través de la intermediación financiera satisfaciendo las necesidades de socios y clientes.*

#### Visión:

*Alcanzar el liderazgo cooperativo en la región Nororiental, a través de la prestación ágil, transparente y oportuna de servicios financieros; mediante la ejecución de alianzas estratégicas con cobertura nacional e internacional.*

#### Valores:

- **SOLIDARIDAD** para el fortalecimiento del movimiento cooperativo contribuyendo al desarrollo socio - económico de nuestros socios y clientes.
- **HONESTIDAD** en el desarrollo de las operaciones, garantizando el respeto a los derechos, beneficios de socios y clientes.
- **TRANSPARENCIA** en la gestión y acciones para reafirmar la confianza de socios y clientes.

---

#### Cuadro 1: Fondo para la Puesta en Marcha del Desempeño Social

El Fondo de Desempeño Social (SP) para Redes de MFC<sup>1</sup> está diseñado para promover los Estándares Universales de la GDS. El Componente de Implementación trabaja con diez redes que cuentan con una vasta experiencia en apoyar y promover la GDS. Las redes llevan a cabo proyectos de 18 meses a fin de cumplir con dos objetivos esenciales: Documentar la experiencia y el aprendizaje sobre soluciones innovadoras que contribuyen a la implementación de las prácticas esenciales de los Estándares Universales y apoyar a las instituciones socias a lograr un cumplimiento pleno o parcial con al menos dos secciones de los Estándares Universales. El Fondo cuenta con el respaldo de la Fundación Ford y es gestionado por Microfinance Centre (MFC), una red y centro de recursos para las microfinanzas que presta servicio en Europa, Asia Central y otras regiones.

<sup>1</sup>La elaboración de este estudio de caso se benefició de las ideas del personal de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coca Ltda. quienes colaboraron de manera activa para la generación de este documento.

- *LEALTAD a las necesidades de socios, clientes, empleados, funcionarios y directivos.*
- *EFICIENCIA en cada una de las actividades que involucra a la cooperativa y así cumplir con la total satisfacción del cliente.*

En cuanto al nivel de madurez operacional de la institución este se muestra apropiado y en un proceso de mejora, esto gracias a la existencia de un equipo integrado y comprometido con la institución, adicionalmente la institución, gracias a procesos de fortalecimiento institucional, ha mejorado varios aspectos de orden técnico que se traducen mayor cobertura y mayor número de socios.

En lo relativo al desarrollo de la Gestión de Desempeño Social institucional la Cooperativa aún no alcanza una certificación o evaluación del desempeño social, esto es un punto a tomar en cuenta a futuro y se espera que la Cooperativa logre esta calificación en el mediano plazo, al momento han reportado ciertos indicadores que en un futuro les servirá para mejorar su gestión social; la institución mostró interés en este tema en el segundo semestre del 2103 debido a su preocupación por el Desempeño Social, hasta ese entonces no tenían información, registros o reportes relativos al tema; el uso de la herramienta de Monitoreo Financiero y Social de la RFR motivó el reporte de indicadores.

La Cooperativa atiende principalmente con servicios financieros y no financieros a la ciudad de El Coca, también conocida como Puerto Francisco de Orellana, localidad que es la capital de la provincia de Francisco de Orellana, ubicada en la región Centro Norte del Oriente del Ecuador; sin embargo, en afán de atender a los otros puntos importantes de la provincia, la institución ha colocado oficinas en los cantones Loreto y en La Joya de los Sachas, adicionalmente posee una ventanilla de atención en el cantón Shushufindi, ubicado en la provincia de Sucumbíos y aspira inaugurar una oficina en esta ciudad.

El grupo meta de la institución está constituido por personas de escasos recursos, de clase media - baja, con un nivel de educación en su mayoría básico y con estudios secundarios de la zona urbana de El Coca, La Joya de los Sachas y Loreto, según estadísticas en el año 2012 el 15% de socios de la institución corresponde al sector rural.

Los servicios financieros de la institución están encaminados especialmente a satisfacer las necesidades económicas de las personas más vulnerables y especialmente a las necesidades de aquellas que por su situación económica no tienen un fácil acceso a la banca privada.

Se pueden citar los siguientes servicios como principales:

- Crédito: de Consumo, de Vivienda, Microcréditos, Agrícolas.
- Ahorros: A la Vista, Depósitos a Plazo Fijo, Ahorro Programado, Ahorro Estudiantil, Ahorro Rural
- Servicios: Pago de Bono de Desarrollo Humano<sup>2</sup>, Pago de Servicios básicos, Pago de Remesas, red de ATM<sup>3</sup>.
- Seguros: Sus socios cuentan en cada oficina con servicios Médicos, Odontológicos, seguros de desgravamen y seguros de vida.

---

<sup>2</sup>EL Bono del desarrollo Humano es una ayuda económica del gobierno ecuatoriano entregada a las familias que se encuentran debajo de la línea de pobreza establecida por el Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social.

<sup>3</sup>El Modo de Transferencia Asíncrona o Asynchronous Transfer Mode (ATM) es una tecnología de telecomunicación desarrollada para hacer frente a la gran demanda de capacidad de transmisión para servicios y aplicaciones.

Se puede afirmar que la Cooperativa está cumpliendo con su objetivo de atender a los mercados meta que están ubicados en las zonas en las cuales se ha insertado como un actor importante en la economía local de cada cantón en donde tiene presencia, así mismo tiene claro el objetivo de crecer en cobertura con la apertura de sucursales en otros puntos cercanos y que le significan mercados potenciales con oportunidades de desarrollo. La filosofía propia de la institución no persigue un crecimiento agresivo y con enfoque comercial, la Cooperativa orienta su accionar en el respaldo y la seguridad que puedan ofrecer a sus socios, esta es una preocupación constante para sus directivos; sin embargo es necesario que la institución asuma riesgos y considere el ampliar sus líneas sin dejar de lado la sostenibilidad y la rentabilidad social.

**Cuadro 1:** Cifras de la Institución

<b>Indicador/año</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Cientes entrenados en EEFF	n/d	841	950	1011
Socios con crédito	1.509	1.531	1.486	1.782
<b>Cartera crediticia (monto en dólares)</b>	<b>\$3'623.132</b>	<b>\$4'199.624</b>	<b>\$4'374.014</b>	<b>\$5'033.038</b>
Socios con cuentas de ahorro	14.863	15.477	15.959	16.561
<b>Cartera de ahorros (monto en dólares)</b>	<b>\$3'150.942</b>	<b>\$3'499.604</b>	<b>\$3'895.362</b>	<b>\$4'972.830</b>
PAR% (<30 días)	10.95%	8.35%	13.99%	15.20%
Salida de clientes (%)	<1%	<1%	<1%	<1%
Cobertura en clientas mujeres (%)	50%	45.78%	47.64%	42%
Cobertura en clientes rurales (%)	12%	13%	15%	16%
Personal (total)	22	23	23	25
Tasa de la rotación del personal (%)	0%	0%	0.04%	0%

**ELABORADO POR:** Red Financiera Rural

El presente estudio de caso ha sido elaborado teniendo en mente una audiencia específica: proveedores de servicios de microfinanzas que buscan mejorar su práctica en relación a estándares específicos de los Estándares Universales para Gestión de Desempeño Social (USSPM por sus siglas en inglés)<sup>4</sup>. Proporciona una descripción práctica del proceso de desarrollo e implementación de servicios de Capacitación en Educación Financiera de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coca Ltda. También ofrece una serie de recomendaciones que contribuyen a mejorar la eficacia de la prestación del Servicio Integral de Formación en Educación Financiera en relación a los Estándares Universales para la Gestión de Desempeño Social, y facilita algunas lecciones generales destinadas a las prácticas de las microfinanzas.

<sup>4</sup> Los Estándares Universales para Gestión de Desempeño Social ("Estándares Universales" o USSPM, por sus siglas en inglés) constituyen un conjunto de normas y prácticas de gestión que se aplican a todas las Instituciones de Microfinanzas que buscan lograr un equilibrio entre desempeño financiero y desempeño social. Para más información, visite [www.sptf.info/spmstandards/universal-standards](http://www.sptf.info/spmstandards/universal-standards)

## 2. DESCRIPCIÓN

**SECCION 3.** Diseñar productos, servicios, modelos y canales de distribución que respondan a las preferencias de los clientes.

**ESTANDAR 3b.** Los productos, servicios, modelos y canales de distribución de la institución están diseñados para beneficiar a los clientes y de conformidad con los objetivos sociales de la institución.

Desde hace más de 3 años, la Cooperativa viene implementando un Servicio Integral de Formación en Educación Financiera, mismo que permite capacitar a todos sus clientes de crédito en temas como: elaboración de un presupuesto; gestión de las deudas; e importancia del ahorro familiar. Este servicio se deriva de las charlas de Cooperativismo que se brindaban en el pasado, pero solo incluían los temas de crédito, y la responsabilidad de pago correcto de estas operaciones.

Actualmente este servicio se ha constituido en una actividad de importancia para la institución ya que ha permitido generar un mayor nivel de involucramiento por parte de los socios nuevos y antiguos con la institución, a la vez este servicio innovador ha originado que los colaboradores de la institución adquieran otro tipo de habilidades que van más allá de los roles operativos, administrativos o gerenciales, se ha logrado un interesante empoderamiento de estas actividades ya que en la actualidad participan todos los colaboradores en los talleres que hace la institución a semana seguida.

Gracias a este servicio la institución ha logrado fidelizar aún más a sus socios, pero más que esto, ha generado a nivel general de sus socios nuevos conocimientos prácticos que permiten tomar decisiones financieras más acertadas y con un mejor criterio. Se puede evidenciar esto en los datos de salida reportados en el primer cuadro.

Como se menciona al inicio de esta sección, este servicio se ha derivado de lo que en un principio era una práctica muy común entre las Cooperativas del país, que consistía en dar charlas de cooperativismo, como un requisito para ser socio/a de la cooperativa.

Si bien la Cooperativa también incursionó en esta actividad, luego de unos años evaluó y obtuvo como resultado que era algo obsoleto y que la gente solo lo asimilaba como un requisito más para poder acceder a los servicios financieros que les ofrecía la institución; operativamente esto no funcionaba correctamente ya que los empleados también percibían a esta actividad como algo que los socios debían cumplir para poder ser atendidos, es decir no existía motivación ni interés por mejorar o modificar el servicio.

Esto, sin necesariamente significar algo serio, se convirtió en un problema que con el tiempo podía generar resultados poco favorables en la imagen que proyectaba la institución a sus socios, que al verse obligados a asistir a estas charlas percibían a la institución como burocrática.

Coincide en este tiempo que la institución es invitada por la Red Financiera Rural<sup>5</sup> a ser contraparte de un proyecto con alcance financiero y social en las provincias de Orellana y

---

<sup>5</sup>Red Financiera Rural, es una red de microfinanzas en el Ecuador fundada en el año 2000, que actualmente cuenta con 43 instituciones miembros.

Sucumbíos que justamente contempla dentro de sus objetivos un fuerte componente de Educación Financiera a fin de lograr que los beneficiarios del proyecto adquieran conocimientos básicos de finanzas personales y de los negocios para mejorar su nivel de vida con el acceso a servicios financieros, esto debido a que según los resultados arrojados por el Estudio de Mercado de este proyecto se determinó que la población objetivo de la institución carecía de conocimientos básicos para administrar sus finanzas.

Es así que la institución participa en procesos de formación bajo la metodología de formación de formadores que resultó en la articulación de un equipo preparado para dar este tipo de charlas; sin embargo la alta dirección visualizó en esto un oportunidad de potenciar el servicio que estaban prestando y le dio cambios estructurales al programa que ejecutaban.

Una vez realizados estos cambios la institución inicia a impartir el nuevo programa con otro enfoque y con una metodología mejorada. En un inicio la tarea fue dura ya que la gente que asistía a las charlas conocía acerca de los productos de ahorro y crédito pero no conocía temas como el presupuesto familiar y del negocio o la adecuada administración de una deuda.

Otro reto importante fue lograr que el personal se involucre de manera activa en este nuevo proceso y que se motiven a participar como verdaderos facilitadores de los nuevos contenidos; esto se ha logrado poco a poco y ahora los funcionarios de la institución saben y están conscientes de que esta actividad es trascendente ya que ayuda a que los socios de la institución a que tengan un mejor nivel de vida gracias a los productos que les ofrece la Cooperativa. El personal incluso ve a esta actividad como una oportunidad para adquirir nuevas habilidades que complementan su desarrollo profesional.

### **3. DETALLES DE LA SOLUCIÓN**

#### **Desarrollo de Servicios de Capacitación en Educación Financiera**

Una vez que se dio la iniciativa de emprender este proyecto lo primero que se hizo fue la selección de 21 formadores (entre el equipo de colaboradores de la institución) y posteriormente el taller de formación de formadores en la Cooperativa, son ellos quienes a su vez capacitan a sus socios, buscando no solo reforzar sus capacidades para que mejoren tanto en la gestión de sus deudas y como la de sus actividades económicas sino también transmitir conocimientos sobre temas básicos de finanzas que resultan muy útiles para la vida y actividades diarias de la gente, por ejemplo el presupuesto de gastos del hogar o de la familia.

La Formación de los formadores permite desarrollar las habilidades y destrezas de presentación, fundamentales en todo facilitador; presentar y evaluar el nivel de aprendizaje de las técnicas de Educación Financiera; aprender a estructurar los contenidos específicos de los programas de capacitación que se quiera impartir, de acuerdo a la audiencia objetivo, en términos de psico-geografía y nivel socio económico de la población objetivo; y pulir las habilidades en presentación, contagio y transmisión de conocimientos.

**Cuadro 2:** Participación en las actividades de implementación del servicio

Posición	Descripción breve de su función	Tiempo al inicio del servicio	Tiempo en el servicio implementado
Gerente General	Coordinación de materiales, tiempos, distribución de facilitadores	8 horas semanales	1 hora semanal
Secretaria Ejecutiva	Imprimir y entregar certificados, llevar listados	16 horas (taller de Formación de Formadores)	2 horas semanales
Resto del Personal: Equipo Gerencial y Personal Operativo	1 empleado/a facilita el taller cada semana (en total trabajan 24 personas) (los talleres se hacen todos los sábados)	16 horas (taller de Formación de Formadores)	2 - 3 horas cada 24 semanas

Estos talleres tuvieron una duración de 16 horas (2 días) y se capacitó un grupo de 21 colaboradores de la institución; los talleres fueron realizados por facilitadores de la RFR.

**Cuadro 3:** Capacitación al Equipo de Formadores – Educación Financiera

<u>Contenidos de capacitación para el Equipo de Formadores – Educación Financiera</u>
Dentro de los contenidos modulares que se trabajan con los formadores institucionales la Cooperativa implementa:
<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cómo mantener la atención de un auditorio</li><li>2. Los aspectos de forma en la facilitación de procesos de aprendizaje (Postura, Tono de voz, Cuadrantes, Manos, Energía)</li><li>3. El ping-pong en la atención del auditorio</li><li>4. Evaluación inicial de las técnicas de presentación de cada participante</li><li>5. El proceso de comprensión humana</li><li>6. Programación neurolingüística en presentaciones efectivas</li><li>7. La tensión creativa en el auditorio</li><li>8. El contagio de emociones al auditorio</li><li>9. La estructuración de contenidos impactantes</li><li>10. Creación de ambientes</li><li>11. La estructuración de contenidos impactantes</li><li>12. Taller de desarrollo de modelos de aprendizaje</li><li>13. Desarrollo de materiales y contenidos</li><li>14. Estructuración de la agenda ideal con picos de atención</li><li>15. Desarrollo de juegos y dinámicas en función del tema</li><li>16. Aprendizaje vivencial</li><li>17. Manejo de tiempos</li><li>18. Manejo de auditorios</li><li>19. Diseño de talleres</li><li>20. Módulo 1: Elaboración del presupuesto familiar y del negocio</li><li>21. Módulo 2: Administración y Gestión de las deudas</li><li>22. Módulo 3: Buenas Prácticas del ahorro familiar</li><li>23. Módulo 4: Microseguros, mecanismos de protección</li></ol>

Una vez desarrollados los talleres de Formación de Formadores y una vez que se conformó el equipo inicial de 21 facilitadores (ahora conformado por los 24 colaboradores) se procedió a estructurar un programa inicial con los mismos contenidos impartidos en los talleres de Formación de Formadores.

Hablando de los recursos internos que fueron empleados para el desarrollo de esta solución se puede mencionar que el más importantes el recurso humano; al ser los propios funcionarios de la institución quienes iban a desarrollar posteriormente estos talleres debían estar preparados y sobre todo motivados para llevar a cabo esta tarea; esto implicó en varios casos romper paradigmas e inseguridades de algunas personas que no se veían dictando talleres de Educación Financiera, al momento de la implementación del programa esto fue una barrera que llevó tiempo superarla, ahora todos participan sin problema y lo hacen muy bien, actualmente el desarrollo de los talleres de Educación Financiera constituye una más de sus funciones ya que participa absolutamente todo el personal

Lógicamente esto requirió de otro tipo de recursos por parte de la institución como por ejemplo la inversión en materiales y talleres. La ventaja en esta etapa fue que se adaptaron los materiales con los que se contaba a los objetivos de la institución, luego solo se debe asumir el gasto de la reproducción de estos materiales de acuerdo a la cantidad de personas que se estime asistan a las charlas, cada cliente que asiste a los talleres recibe un cuaderno de registro de ingresos y gastos para que pueda elaborar su presupuesto, este cuaderno puede usarse para llevar un registro durante varios meses y la reproducción de este material oscila los \$5 (cinco dólares) por cada uno. Adicionalmente los clientes reciben certificados de asistencia a los talleres, para su constancia, estos certificados no tienen valor académico formal.

**Gráfico 1:** Diseño del diploma que entregan a los socios



En este caso en particular la puesta en marcha de este proyecto ha coincidido con una ampliación física en las instalaciones de la Cooperativa que involucró la construcción de una amplia sala de sesiones totalmente equipada que ahora es usada para las charlas; hace unos meses se usaba el hall de la Cooperativa para reunir a la gente poniendo sillas para que se sienten y reciban las capacitaciones, normalmente este espacio sirve para que la gente haga fila ya que esta área está ubicada al lado de las cajas pero era usado a falta de un espacio adecuado para los talleres; ahora que cuentan con un salón adecuado para esta actividad se espera que los talleres tengan mayor éxito.

Sobre los recursos externos que se utilizaron lo que podemos mencionar es que se empleó el material didáctico y audiovisual empleado por la RFR para sus programas de Educación Financiera y que a su vez es el material diseñado por PROMIFIN<sup>6</sup>; la institución no utiliza los recursos disponibles en línea sin embargo el material del programa completo está en el siguiente link: <http://www.promifin-cosude.org/efinanciera/index.php>

La institución usa materiales impresos didácticos del programa, principalmente los empleados en los talleres de Formación de Formadores, sin embargo, como se menciona en el párrafo anterior, no usa los recursos disponibles en línea, utilizan material audiovisual que fue previamente desarrollado por ellos mismos, en este sentido es importante destacar la

<sup>6</sup> El Programa de Fomento de Servicios Financieros para Poblaciones de Bajos Ingresos PROMIFIN, es un programa auspiciado por la Cooperación Suiza en América Central, ejecutado por TRIODOS FACET BV.

optimización de recursos que han logrado; los talleres que se realizan y los materiales que son empleados principalmente se asocian al inicio del ciclo del servicio de crédito.

No se emplearon ejemplos de otras instituciones pues en ese entonces el programa que se manejó fue de las primeras iniciativas que se dieron en el medio, al contrario se puede decir que la Cooperativa fue pionera, en su zona, en trabajar estos temas con sus socios de manera estructurada y con materiales ya desarrollados, no se tiene conocimiento de otras instituciones que desarrollen estos talleres o trabajen con los mismos materiales en las zonas de la cooperativa.

Adicionalmente la institución contó con el apoyo de la Red Financiera Rural en su fase inicial, principalmente en la fase de Formación de Formadores que contó con la participación de expertos que ya venían implementando el programa con algunas de sus instituciones miembros y que ya contaban con una experticia en el tema, de igual forma en los primeros talleres que se realizaron la Cooperativa contó con el acompañamiento y retroalimentación de los facilitadores de la RFR.

Al iniciar el servicio en julio del 2012, la Gerencia General encabezó el proceso recopilando todo el material de los distintos temas y luego seleccionando lo más adecuado para su audiencia, en vista de que los temas disponibles son varios y amplios, se decidió tomar los materiales más útiles para los tres temas generales que aborda este programa: Presupuesto, Ahorro y Deudas, descartando por el momento los materiales que corresponden al módulo de negocios y varios videos que no resultaban útiles una vez hecho esto se realizó una rápida distribución del personal para la ejecución de los talleres, la misma que hasta hoy funciona de la misma manera ya que cada empleado hace el taller y se turnan cada semana, por este sistema estimamos que cada empleado puede desarrollar el taller al menos dos veces en el año. En promedio en los tres últimos años se han realizado 45 talleres cada año, la participación de socios ha mejorado con el tiempo y existe un balance muy cercano al 50/50 en cuanto a participación de hombres y mujeres. El último año se capacitaron 1.011 personas, lo que representa algo más del 6% del total de socios registrados en este año. Las personas que deben asistir a las charlas son los socios que desean acceder a productos de crédito e incluso los garantes; no necesariamente deben asistir a los 3 talleres pero pueden hacerlo, la institución lleva registros de asistencia a los talleres.

Dicho esto es importante mencionar que cuando decimos que todos los empleados están inmersos en la actividad es así, puesto que participan desde los jefes de área, personal de mandos medios y operativos e incluso el personal de apoyo encargado de transporte y labores de mantenimiento. Esto es algo a enfatizar pues no se ha buscado que solo participen los más destacados o los que tienen mayor habilidad para hablar en público, o los que dominen el tema; se ha logrado involucrar a todo el personal y esto ha generado un ambiente de trabajo y camaradería muy positivo ya que todos han participado y comparten sus experiencias con el resto de compañeros, el haber participado en estos talleres ha logrado que el personal adquiera habilidades que les permiten crecer profesionalmente.

Luego del desarrollo de los talleres se ha delegado a la Secretaria Ejecutiva para que se encargue de la elaboración de los certificados de asistencia y su posterior entrega a cada socio, ella también es la encargada de llevar el registro y archivo de los listados de asistencia.

En los primeros talleres el tiempo dedicado a la actividad fue mayor (se dedicaban alrededor de 8 horas por semana para preparar los talleres) ya que se debían cuidar ciertos detalles de

forma, por lo que se contó con el apoyo de la Gerencia General, a nivel de dirección y supervisión de los talleres, para asegurar la calidad de las charlas, esto requirió de un mayor nivel de involucramiento y de mayor tiempo dedicado al servicio en un inicio, ahora es menor el tiempo que dedica a la actividad pues ya existe una mecánica de funcionamiento y eventualmente se brinda el apoyo en la selección de materiales, que puede ser cada seis meses, esta selección se ha realizado en base a las necesidades planteadas por el programa que se implementó observando la facilidad de comprensión de los contenidos por parte de la audiencia, hay que recalcar que el público al cual se dirige la cooperativa no posee mayores niveles de educación por lo que no se puede ahondar en los temas, se han hecho cambios menores en el material a fin de que sea más fácil de entender.

Se ha realizado una revisión general de los materiales empleados y se les ha ido mejorando tanto en contenidos como en estética, para esto es útil tomar como referencia lo que se hace en otros países y en otras organizaciones, la facilidad de material con internet es de gran ayuda, pero el éxito está en saber seleccionar lo más adecuado. Otra buena práctica es detectar las necesidades del público al que se han dirigido, es así que con el tiempo han surgido buenas iniciativas como el desarrollo de fichas explicativas para hacer el reclamo de seguros de vida y desgravamen o de los requisitos que son solicitados generalmente al solicitar un crédito; ejemplo de estos materiales se pueden ver en los anexos de este estudio.

Ventajosamente no se han generado mayores dificultades en la ejecución de los talleres de Educación Financiera, se menciona que muy pocas veces ha fallado el material audiovisual con el que trabajan, y que es el principal insumo utilizado en los cursos, pero cuando ha sucedido esto se emplea otro tipo de materiales y recursos para poder dictar las charlas, esto ha sido algo que se ha ido puliendo en el tiempo y que si llega a suceder no representa mayor inconveniente para la realización de las capacitaciones.

Usualmente los talleres tienen esta agenda:

**Cuadro 4:** Agenda de los talleres

Actividad	Tiempo
Registro de participantes en los listados	15 minutos
Bienvenida y presentación del taller	15 minutos
Presentación del grupo, dinámica grupal	20 minutos
Proyección de videos	10 minutos
Presentación, explicación del tema del taller	30 minutos
Discusión y análisis de videos y del tema tratado	20 minutos
Conclusión del taller y despedida	10 minutos
<b>TOTAL</b>	<b>120 MINUTOS</b>

**Cuadro 5:** Detalle de los Talleres Realizados (por módulo)

Modulo - Tema	# de Participantes*	Tiempo de la charla	Periodicidad**
<b>Planificación Financiera</b>	23	2 horas	Mensual
<b>Crédito</b>	25	2 horas	Mensual
<b>Ahorro</b>	24	2 horas	Mensual
<b>Seguros</b>	20	2 horas	Mensual

FUENTE: COOPERATIVA COCA

*\*Valores en promedio de las asistencias registradas en los últimos talleres, en promedio se han capacitado a 85 clientes por mes.*

*\*\*Se realizan talleres de forma semanal, esto quiere decir que cada módulo detallado se ha desarrollado 1 vez por mes.*

### Inversión Inicial

La implementación del programa requirió de un presupuesto destinado a esta actividad y como tal representó una inversión para la institución en términos económicos y de tiempo más que nada. A continuación un detalle de la inversión por actividades, costo y tiempo empleado:

**Cuadro 6:** inversión inicial para la implementación de la solución

Actividad	Cuando	Costo (\$)	Tiempo Empleado	Detalles
Selección de Formadores	Mayo 2012	-	5 días	Gerente General (1 día), Secretaria (4 días)
Programación contenidos	Mayo 2012	-	5 días	Gerente General (1 día), Secretaria (4 días)
Preparación y elaboración de materiales	Mayo – Junio 2012	-	20 días	Personal de Educación Financiera de la RFR (1 persona)
Talleres de Formación de Formadores	Junio 2012	\$467	2 días	Materiales y alimentación para 23 participantes
Ejecución programa piloto	Julio – Agosto 2012	\$2.060	40 días	200 cuadernos de registro de gastos, entregados en 10 talleres del piloto, cada taller fue ejecutado por dos personas
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2.527</b>	<b>3,60 meses</b>	

FUENTE: COOPERATIVA COCA

### Implementación de Servicios de Formación en Educación Financiera

La metodología de implementación de este servicio por parte de la Cooperativa Coca incluyó los siguientes procesos en la implementación del nuevo servicio:

**Cuadro 7:** Proceso de la implementación de la solución

ACTIVIDADES CLAVES DE LA SOLUCIÓN	OBJETIVOS	QUIÉN ESTÁ INVOLUCRADO	EN QUÉ MEDIDA ESTÁ INVOLUCRADO
Proceso de selección y formación de formadores	Es necesario que la Cooperativa cuente con un equipo definido de formadores que cuenten con la preparación para replicar los talleres	1. Gerencia General (selección) 2. Empleados seleccionados para el equipo (participan en taller de formación)	2 días 2 días

Proceso de programación de contenidos, dinámicas, herramientas y materiales, de acuerdo a la audiencia esperada (por ciclos de crédito)	Desarrollar la planificación de temas a impartir, del flujo de la charla y de detalles logísticos	1. Gerencia General (dirección) 2. Empleados seleccionados para el equipo operativo (parte)	5 días (Parcialmente para revisión y aprobación) 100%
Proceso de preparación y elaboración de materiales de aprendizaje, preparados didáctica y pedagógicamente para adultos	Contar con los materiales idóneos para las charlas y que permitan generar un aprendizaje efectivo por parte de los asistentes	1. Gerencia General (dirección) 2. Facilitadores de la cooperativa (parte operativa)	2 días 4 días
Proceso de capacitación para los clientes con talleres temáticos interactivos y técnicas de formación especiales	Ejecutar con éxito la programación de talleres generada, mejorar las capacidades y conocimientos de los socios y socias	1. Facilitadores de la cooperativa	1 día (2 – 3 horas)
Proceso de evaluación del aprendizaje (cada año) de los clientes y la forma de evaluar el impacto final institucional	Medir el impacto real de los talleres de Educación Financiera tanto en los socios como en la misma institución	1. Gerencia General 2. Jefe de Crédito	1 día 4 días

**FUENTE:** COOPERATIVA COCA

Actualmente los clientes que asisten a los talleres en su mayoría son nuevos socios que están aplicando a un crédito en la institución, es decir la actividad está integrada al ciclo de servicio de crédito, justamente estas charlas motivan a los socios a gestionar de manera adecuada sus deudas y a una óptima utilización de los productos que ofrece la institución. Indistintamente del tema que se trate en un taller, pudiendo ser manejo de deudas, presupuesto familiar, ahorros o seguros; los socios que desean acceder a productos de crédito deben asistir a los talleres de Educación Financiera pues este es un requisito previo al acceso a los productos de crédito, consecuentemente se puede considerar a estos talleres como la primera etapa dentro del ciclo de crédito de la institución.

La motivación que se maneja hacia los clientes está dada por el hecho de poder adquirir ciertos conocimientos que le permitirán al cliente darle un mejor uso y sobre todo con mayor responsabilidad a los productos y servicios que le ofrece la institución, de esta manera se promueven los talleres y su importancia dentro del ciclo del servicio.

Al estar ligado este servicio al ciclo de servicio de crédito, han encontrado que la promoción más efectiva es la que se hace a nivel personal cuando los socios se acercan a solicitar información para obtener un crédito, no se ha visto la necesidad de generar material impreso pues el volumen semanal de gente que asiste a los talleres es muy bueno, en promedio se están capacitando más de 20 personas por semana, además es importante resaltar que no únicamente asisten los socios que están aplicando a un crédito sino también sus garantes, inclusive socios que no estén interesados en obtener un crédito pueden asistir, los talleres son abiertos para los socios en general y pueden asistir a los mismos de manera voluntaria.

Los talleres son realizados todos los días sábados a las 10:00 en la matriz de la institución pues aquí se presta el servicio al 100% de socios, se lo hace en la matriz pues es la única oficina con la infraestructura adecuada para el desarrollo de estos talleres que y tienen una duración de aproximadamente 2 horas, se ha determinado este horario pues generalmente la gente no tiene ocupaciones a esas horas, se ha mantenido este horario en vista de la

buena acogida que han tenido. Este servicio no representa ningún costo para los socios y gracias a él pueden acceder a los productos de crédito de la institución.

No manejan una cifra objetivo de clientes capacitados para este año sin embargo están considerando incluir esto en su próxima planificación estratégica.

Uno de los principales detalles a mencionar como desafío radica en lo difícil de poder consolidar un buen equipo de formadores y luego poder convencer a los funcionarios de que si son capaces de desarrollar un taller con éxito; hay que saber incentivar a la gente y sobre todo estar en capacidad de poder transmitirle ideas que les ayudarán a desarrollar mejor el trabajo; en realidad se debe lograr romper los paradigmas e inclusive miedos de la gente que se pretende capacitar. Sin embargo esto se supera con la aplicación correcta de técnicas de educación para adultos y sobre todo con plantear el reto de manera positiva y una motivación adecuada. No se maneja un sistema formal de motivación para que los empleados desarrollen los talleres, es algo que se ha incorporado a sus funciones de manera automática, a cambio de esto la institución les ha formado y les apoya con un bono de alimentación para el día en el que tienen que asistir a facilitar el taller.

Otro reto importante es poder determinar el impacto real de la actividad; a nivel de la institución se pueden sacar indicadores financieros, e ir evaluando una posible mejoría en este aspecto; sin embargo resulta más complejo poder evaluar el otro aspecto, y más importante, que es lograr finalmente cambios positivos en el nivel de vida de los socios, medir como han mejorado sus capacidades para tomar decisiones financieras y su criterio para administrar recursos económicos y utilizar servicios financieros; esto puede resultar en información cualitativa que se debe interpretar con el criterio adecuado para poder apreciar el impacto generado.

La evaluación del impacto real de los talleres todavía no se ha hecho puesto que la solución está implementada en un 100% hace aproximadamente seis meses y la institución planea realizar una primera evaluación al cumplir 1 o 2 años de la implementación.

**Cuadro 8:** Indicadores del número de clientes capacitados

Indicador/Periodo	2010	2011	2012	2013
Cientes capacitados en Educación Financiera	n/d	841	950	1011
% de clientes capacitados del total de clientes con crédito	n/d	55%	64%	57%

**FUENTE:** COOPERATIVA COCA

Dentro del paquete de materiales que se ha desarrollado, la Cooperativa tiene Guías de aprendizaje para facilitadores, Cuadernos didácticos, Videos interactivos, Videos institucionales, Presentaciones desarrolladas, Afiches promocionales y Diplomas de participación. Los materiales que contiene este paquete pueden ser usados por los facilitadores conforme al desarrollo de la agenda en cada taller, esto dependerá del módulo que faciliten.

El personal nuevo es integrado luego de un tiempo a esta actividad, primero asisten como invitados a un taller y luego son capacitados por sus compañeros más experimentados, esto no constituye un entrenamiento formal pues la rotación de la institución no lo amerita, la

gran mayoría del personal que trabaja en esta solución estuvo presente en el Taller de Formación de Formadores, no se ha detectado la necesidad de realizar otro taller de formadores puesto que la temática que se desarrolla es la misma, de igual manera aún no cuentan con mecanismos de evaluación del servicio, esto es algo a tomar en cuenta.

#### **4.- Mejorando la implementación de un programa de Educación Financiera**

De las fortalezas que se pueden destacar en este caso, se pueden citar prácticas como el desarrollo de materiales útiles para el cliente como las fichas de deuda y de seguros (ver Anexos con Gráficos de los materiales desarrollados); adicionalmente es importante el haber integrado al proceso operativo de la institución estos talleres como parte del proceso de crédito y de su ciclo.

Como recomendaciones a nivel general, a más de las citadas posteriormente, se puede citar la importancia de contar con metas y objetivos sociales, e integrar estos a los planes operativos; otro punto importante es el contar con un sistema de retroalimentación sobre el diseño y distribución de los productos para los clientes; de igual manera se recomienda monitorear periódicamente el uso de este servicio para poder determinar el impacto real del mismo, finalmente se habla de la importancia de actualizar y reforzar conocimientos por medio de talleres para los funcionarios.

##### **Recomendación Uno**

El servicio que se está prestando es muy bueno sin embargo se recomienda dar continuidad a los talleres en el sentido de estructurar un programa en el que los clientes puedan asistir a todos los módulos de manera secuencial y no solamente al impartido en ese día, esto conlleva más tiempo para ambas partes pero puede generar resultados de mayor calidad, otra alternativa que permite mejorar los resultados es focalizar el servicio en segmentos de acuerdo a la utilización de productos financieros (ahorro/préstamos). Lo ideal sería que se entregue el certificado de aprobación cuando el socio culmine todos los módulos; aparte de esto se puede estimular el aprendizaje con incentivos como premios o reconocimientos adicionales.

##### **Recomendación Dos**

El proceso de Formación de Formadores genera muy buenos resultados, no obstante es recomendable que se refuerce periódicamente; si bien los funcionarios se motivan y afrontan muy bien el reto, es necesario retroalimentar y reforzar los conocimientos con encuentros de formación más cortos que sirvan para pulir el trabajo que se ha venido realizando. Hay que recordar que quienes son los formadores de la institución, al igual que los socios de la Cooperativa, también son adultos y requieren de repetición y estímulos para aprender. Con esto se repotenciaría el servicio y se obtendrían mejores resultados, adicionalmente es una excelente oportunidad para capacitar al personal nuevo; el costo de esta actividad no sería elevado pues se debería estructurar talleres de menor tiempo.

##### **Recomendación Tres**

Una tercera recomendación es renovar los contenidos que se trabajen a medida que los socios vayan alcanzando un dominio de los temas y deseen aprender cosas nuevas que les sirvan para administrar mejor sus recursos, o complementar los temas que existen con charlas que estimulen el emprendimiento y la generación de microempresas con el apoyo de la cooperativa a través de sus servicios financieros. De igual manera esto no representa un costo alto y tiene más que ver con la capacidad de investigar y generar nuevos materiales y contenidos para los socios que asistan a los talleres. Esto despertaría un mayor interés no solo en los cursos que haga la Cooperativa sino en todas sus actividades con la comunidad. En línea con esta sugerencia, se recomienda utilizar la investigación de mercado para entender las barreras que enfrentan los clientes en sus vidas en términos de gestión financiera personal, y adaptar su plan de estudios para ayudar a los clientes a solucionar estas barreras.

#### Recomendación cuarto

Se necesita introducir un sistema de metas como estrategia para aumentar la cobertura de los diferentes segmentos y para monitorear el número de personas capacitadas por segmento (clientes potenciales, interesados por crédito, etc.) y por tema. También es buena práctica evaluar los conocimientos después de los talleres (en estas encuestas también se puede obtener información sobre la satisfacción, realimentación sobre la calidad del servicio, información sobre los temas nuevos de interés, etc.).

#### Recomendación cinco

Se recomienda adoptar un enfoque proactivo hacia la comprensión de si la educación financiera realmente ayuda a los clientes a tomar el control de su vida financiera. Es una señal preocupante que la cartera en riesgo de la institución es tan alta (y creciente) - lo que parece sugerir que los clientes están luchando para ser consumidores financieros sabios. De esta manera, no es suficiente entender si a los clientes les gusta la formación que reciben o si ha marcado una diferencia en sus vidas. Para alcanzar este nivel de entendimiento, la institución puede integrar controles en su proceso de solicitud de préstamos (auditorías internas) para entender si están mejorando su gestión de flujo de efectivo, y si se mantiene el presupuesto del hogar mediante el ahorro. También se recomienda analizar si los clientes utilizan los ahorros para hacer frente a las emergencias, reconociendo el vínculo entre el riesgo del cliente y el riesgo institucional, como mecanismo para medir si las habilidades de gestión financiera de los clientes están mejorando.

#### Recomendación seis

Todos los cliente nuevos acceden a créditos y que reciben formación financiera al entrar a la institución, no obstante se recomienda que como primer paso la institución asegure que todos los clientes, no solo los nuevos, hayan recibido a lo mínimo un curso de formación. Incluso se recomienda reforzar el conocimiento y habilidades de los clientes en el manejo de su economía mediante talleres adicionales o sesiones breves de consejería.

#### Recomendación siete

Para aumentar el impacto potencial de este servicio, se recomienda ofrecer capacitación en educación financiera para todos los clientes, no sólo a aquellos que tienen préstamos. Esto es particularmente importante para una institución que cuenta con menos de 2.000 clientes con préstamos, pero más de 16.000 clientes con cuentas de ahorro – que en términos de impacto potencial- representan una oportunidad perdida. Esto podría implicar el desarrollo de las áreas de contenido adicionales para la formación, o el desarrollo de métodos de entrega alternativas (por ejemplo, sesiones de consejería de 5 minutos que pueden ser entregados por el personal cuando los clientes depositan sus ahorros, en lugar de las sesiones de entrenamiento de dos horas).

**Cuadro 9:** Aciertos y deficiencias de la solución en cumplimiento de los estándares

Estándar	Notas sobre el Servicio de Educación Financiera
<b>1A La institución tiene una estrategia para alcanzar sus objetivos sociales</b>	Se recomienda incluir metas y objetivos sociales expresamente declarados indicando el tipo de clientes o clientes potenciales a los que se dirige cada uno de los módulos, así como los conocimientos transferidos en los talleres a cada grupo.
<b>2B La alta dirección supervisa la implementación de la estrategia de la institución para alcanzar sus objetivos sociales.</b>	Los objetivos deben integrarse en los planes de negocio y operativos.
<b>3A. La institución conoce las necesidades y las preferencias de distintos tipos de clientes.</b>	Antes de iniciar el proyecto se hizo una investigación de mercado en las zonas de la cooperativa, se determinó que antes de ofertar productos financieros, se debía enseñar sobre el uso correcto de los mismos, y justamente el programa implementado trabaja en esas líneas.
<b>3B.1 La institución diseña productos que se adaptan a las necesidades de sus clientes y que no causan daño.</b>	El servicio fue diseñado pensando en el beneficio integral para el socio. También el servicio ayuda a los clientes a usar mejor los productos financieros de ahorro y crédito, en el módulo de deuda se indican los riesgos de sobre endeudarse y se enseña a estimar la capacidad de endeudamiento y de pago de cuotas. Se recomienda que la institución busque la retroalimentación de clientes sobre el diseño de productos y su distribución.  La prestación de este servicio contribuye al cumplimiento de los objetivos sociales de la institución ya que la actividad está incluida dentro del proceso operativo, el programa desarrolla temas asociados a productos financieros para ayudar a los clientes a que tengan un mejor uso con menos riesgos de los productos de crédito, ahorro y seguros. Se recomienda que la institución monitoree sistemáticamente el uso de los talleres para comprender cómo ellos son realmente útiles para los clientes y descubrir algún vacío entre el diseño y la implementación.
<b>4b.2 La institución se comunica proactivamente con sus clientes para que estos puedan entender la información sin dificultad</b>	En el módulo de deudas se entregan fichas comparativas de fuentes de financiamiento, en donde ingresando datos de distintas instituciones, se puede comparar varias opciones y escoger la mejor, también se entregan fichas explicativas sobre los requisitos para obtener un crédito. En el módulo de seguros se entrega una ficha que indica los pasos a seguir para hacer reclamos. Entre otros materiales útiles.
<b>5B. La institución comunica a todos los empleados los términos de su empleo y les proporciona capacitación para las funciones esenciales del puesto.</b>	Previo a poner en funcionamiento el programa, la cooperativa realizó un proceso de capacitación a los involucrados en implementar el programa. El personal nuevo es integrado luego de un tiempo a esta actividad, primero asisten como invitados a un taller y luego son capacitados por sus compañeros más experimentados. Es importante introducir un sistema más formal para la preparación de los educadores, así como cursos de actualización regulares para el personal actual.

## 5. Lecciones aprendidas

### Beneficios y costos

Entre los principales beneficios que la Cooperativa ha obtenido a partir de la prestación de este servicio han identificado:

1. Se ha convertido en un importante mecanismo de promoción institucional ya que al concentrar una cantidad considerable de clientes en un solo sitio, promocionan los productos y servicios de la institución de manera más efectiva.
2. Es una adecuada manera de generar fidelización de los socios respecto de la competencia.
3. Han permitido incrementar las captaciones institucionales.

### Evaluación de los Beneficios

La solución implementada es nueva (es decir el servicio de Educación Financiera Mejorada), lleva 6 meses de funcionamiento, por esto aún es muy temprano para evaluar los beneficios tanto para la institución como para los clientes en términos concretos. Sin embargo, la dirección y el personal de la institución creen que este servicio aporta los siguientes beneficios:

- **Fidelización y retención de clientes.** La institución percibe que ha logrado fidelizar y retener a sus clientes en parte gracias a este servicio ya que, a pesar del apareamiento de otras instituciones no ha habido deserción de clientes.
- **Interacción con la comunidad.** Al realizar este tipo de actividades se puede contribuir a mejorar la percepción de los socios hacia la cooperativa debido al tipo de interacción distinta que existe, que es diferente a la interacción de “proveedor de servicios financieros – cliente”.
- **Conocimiento para los socios.** Los temas impartidos y los materiales entregados en los talleres son herramientas útiles para los socios que les permiten manejar con mayor orden y criterio sus finanzas y economía y por ende mejorar su calidad de vida.

Todavía no se ha hecho un proceso de evaluación formal, sin embargo se decidió continuar con el servicio pues los talleres tuvieron muy buena acogida a las convocatorias, adicionalmente los empleados que participaron en los talleres de Formación de Formadores y en los talleres piloto tuvieron una reacción positiva ante la implementación de este servicio, que como se explica en un inicio ya se realizaba pero tuvo un proceso de mejoramiento a nivel estructural y de contenidos.

Con este tipo de prácticas las instituciones van cambiando su enfoque de negocio de dinero a negocio de personas. Por lo expuesto se concluye que la solución ha sido muy beneficiosa para la institución frente a lo que ha costado su implementación.

La cooperativa no monitorea la satisfacción ni los resultados educativos de los entrenamientos, por eso es difícil proporcionar información concreta sobre cómo los clientes se beneficiaron hasta ahora. Será importante para la cooperativa establecer un sistema de seguimiento para poder evaluar y adaptar el servicio sobre una base en curso a las necesidades cambiantes de los clientes.

Al aplicar las recomendaciones dadas se obtendrían mejores resultados y se le daría una mejor continuidad al proyecto, por ende la relación costo beneficio se incrementaría.

## Feedback de los Clientes

Puntualmente, y se podría decir que a nivel general, la retroalimentación que se ha logrado es un sentido agradecimiento por parte de los clientes pues consideran que en verdad se les está aportando con conocimientos y herramientas que les serán útiles para enfrentar con mayor facilidad situaciones de la vida cotidiana; es importante tomar en cuenta que en la zona en la que actúa la institución los niveles de escolaridad no son los mejores a nivel del país lo que representa una circunstancia adversa al implementar productos financieros dirigidos a estos segmentos, sin embargo iniciativas como esta justamente potencian las oportunidades de desarrollo en la comunidad.

## 6. Lecciones para otros practicantes

Luego de la experiencia que se ha tenido se puede manifestar que es muy recomendable que las instituciones financieras empleen este tipo de mecanismos no financieros para lograr resultados de distinta índole, la institución debe apalancarse en servicios no financieros para lograr su doble rentabilidad, financiera y social, y para aquella tarea es muy útil emprender en este tipo de acciones, por lo que se puede recomendar poner atención en los siguientes aspectos:

1. La institución debe pre-seleccionar a los futuros formadores; la idea es contar con un grupo de gente que ya tenga cierta experiencia dando charlas o que tenga las habilidades mínimas necesarias para el desarrollo de este tipo de programas (hablar en público, transmitir conocimientos y contenidos, manejar grupos), se ha visto según la experiencia, que no es rentable formar a toda la institución en conjunto, ya que después de esta etapa habrán unos que respondan bien y otros que no muestren interés por involucrarse en el tema.
2. Se deben establecer mecanismos válidos para poder determinar la efectividad del servicio y el impacto real de este tipo de programas, para esto es fundamental generar indicadores que finalmente puedan arrojar datos e insumos valiosos para la toma de decisiones y para saber si se están haciendo bien las cosas.
3. Es necesario plantearse objetivos alcanzables y tangibles para que se puedan ir cumpliendo conforme el avance del programa, luego de cierta etapa los objetivos pueden ser más ambiciosos.
4. Se deben desarrollar o adaptar materiales de acuerdo al público al que se vaya a atender, especialmente en países como el nuestro que tienen diversidad en etnias, dialectos y sobretodo idiosincrasia; es muy importante esto para poder transmitir efectivamente lo que se quiere comunicar y para generar cambios positivos.
5. Finalmente se puede aconsejar, acompañar a los módulos de los talleres con productos y servicios financieros que vayan de acuerdo a los contenidos que se están impartiendo y que estén al alcance de los socios y clientes; no sería adecuado impartir un módulo sobre la importancia de los seguros si es que la institución no cuenta con productos complementarios de ese tipo, por ejemplo microseguros de vida o desgravamen; si ocurre esto se puede dar el efecto contrario, es decir, el socio

que ahora conoce de lo importante que es contar con estos seguros buscará otra institución financiera que si trabaje con estos productos.

## 7. Más información

Obtenga más información sobre el Servicio de implementación de programas de Educación Financiera, así como del trabajo realizado por la Cooperativa de Ahorro y Crédito Coca y/o de la Red Financiera Rural, siguiendo los enlaces presentados abajo:

Enlace a la herramienta de la organización

<http://cocaltda.fin.ec/>

[www.rfr.org.ec](http://www.rfr.org.ec)

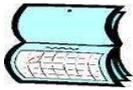
<http://www.promifin-cosude.org/efinanciera/index.php>

## AGRADECIMIENTOS

El presente Estudio de Caso fue realizado por la Red Financiera Rural bajo la supervisión de: Katarzyna Pawlak (MFC) y Katherine Knotts (Consultor MFC), a quienes extendemos nuestros sinceros agradecimientos por haber contribuido con sus capacidades y conocimiento para la culminación de este trabajo.

## ANEXOS

Gráfico 2: Material Desarrollado

<b>Guía para Elaborar Plan de Ahorro</b>			
<i>Metas de Ahorro</i>	<i>Cuánto necesita dinero</i>	<i>Cuándo lo necesita</i>	<i>Cuánto dinero va a ahorrar</i>
			
<u>Corto plazo</u>			
<u>Mediano plazo</u>			
<i>Total de ahorro requerido</i>			

FUENTE: COOPERATIVA COCA

Este material es empleado en el módulo de ahorros, la dinámica consiste en que se entrega esta ficha a cada asistente del taller, el facilitador debe conducir la dinámica pidiéndole a la audiencia que llene la ficha con sus metas personales a corto y mediano plazo identificando

el valor que necesita, luego se debe colocar una fecha tentativa para el cumplimiento de la meta y finalmente en la última columna cada participante incluye la cantidad que está dispuesto/a a ahorrar para lograr su meta; en las filas de abajo se debe colocar la suma de las dos metas para que la persona sepa cuánto necesita ahorrar en total.

El compromiso que se genera luego de este ejercicio consiste en que los participantes guarden esta ficha y la coloquen en un sitio visible de su hogar o negocio para que tengan presente las metas financieras que se han propuesto.

El resto de materiales también se usan para que los participantes puedan llenarlos con datos recopilados en distintas IMF y poder decidir la mejor opción de financiamiento. Las últimas tres fichas son informativas, sobre los requisitos para acceder a un crédito y sobre seguros y requisitos para realizar un reclamo.

**Gráfico 3: Material Desarrollado**

**Identificando las Ventajas y Desventajas de diferentes Instituciones Financieras**

Reflexiones:

- ¿De cuánto era el préstamo que estaban solicitando?
- ¿Qué instituciones visitaron Sonia y Pancho y qué requisitos le pedían?
- ¿Cuánto tiempo les daban para pagar el préstamo?
- ¿De cuánto eran las cuotas mensuales y cuál era el total a pagar en cada institución?
- ¿Por cuál institución creen que se decidieron y por qué?

Financiera	Requisitos	Capital	Tiempo	Cuota	Total a pagar
					

**FUENTE: COOPERATIVA COCA**

**Gráfico 4: Material Desarrollado**

FICHA COMPARATIVA DE VALORES A PAGAR EN UN CRÉDITO					
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA / MODULO: MANEJO DE DEUDA					
Datos del Socio / Cliente					
NOMBRE:					
BARRIO/COMUNIDAD:					
EDAD:					
ACTIVIDAD ECONÓMICA:	Agricultura:		Ganadería:		Quehaceres Domésticos:
	Negocio:		Empleado/a:		Otros:
DESTINO DEL CRÉDITO:					
Alternativas de Crédito					
Nombre Institución					
Monto del Encaje	\$		\$		\$
Tipo de Garantía					
Tasa (en porcentaje)	%		%		%
Plazo (en meses)	meses		meses		meses
Valor Cuota (en dólares)	\$		\$		\$
Suma Total de Pagos	\$		\$		\$
Beneficios Adicionales					
Mejor Alternativa					

FUENTE: COOPERATIVA COCA

**Gráfico 5: Material Desarrollado**

FICHA COMPARATIVA DE VALORES A PAGAR EN UN CRÉDITO	
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA / MODULO: MANEJO DE DEUDA	
FICHA EXPLICATIVA DE REQUISITOS PARA UN CRÉDITO	
Requisito solicitado:	Motivo por el cual la institución financiera le solicita el requisito:
Cédula de Identidad	Verificación de foto, firma, estado civil, edad, nombre completos
Cédula de Identidad Cónyuge	Verificación de foto, firma, estado civil, edad, nombre completos
Papeleta de Votación	Verificación con sus obligaciones de votante
Croquis del Domicilio	Para que la institución haga la inspección, esto es de más uso para cobranzas
Pago de Servicio Básico	Para registrar la dirección exacta del domicilio
Certificado laboral	Para verificar referencias laborales y fuente de ingresos
Certificado de Ingresos	Para respaldar los ingresos presentados en la solicitud de crédito
Solicitud de Crédito	Formato que tiene la institución para recopilar información del cliente
Detalle de ingresos y gastos	Para determinar capacidad de pago y cuota que puede cubrir
Encaje	Es el ahorro que el cliente debe realizar como respaldo del crédito
Apertura de Libreta de Ahorros	Es la manera en que la persona se hace socia de la cooperativa y a través de la cual recibirá su crédito
Destino del Crédito	Explicación que debe dar el socio para justificar su solicitud de crédito
Garantía	Respaldo que toda institución pide para poder hacer el préstamo
RUC o RISE	En caso de temerlo, sirve para ver la formalidad del negocio del cliente

FUENTE: COOPERATIVA COCA

Gráfico 6: Material Desarrollado

FICHA EXPLICATIVA DEL SEGURO DE DESGRAVAMEN	
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA / MODULO: MICROSEGUROS	
Conceptos básicos	
<b>SEGURO:</b>	Es un mecanismo financiero por el cual, a través del pago de una prima, se traslada el riesgo a una compañía aseguradora para que en caso de la ocurrencia de un siniestro, sea ésta institución quien se encargue de indemnizar a la parte asegurada por la pérdida sufrida.
<b>MICROSEGURO:</b>	Es un seguro enfocado a la población más vulnerable que permite a las familias y microempresas transferir sus riesgos con un costo eficiente a una entidad aseguradora especializada.
<b>CARACTERISTICAS:</b>	Los microseguros son inclusivos, de bajos costos, su promoción se hace con educación, su distribución se hace a través de canales masivos, son fáciles de implementar y de reclamar.
<b>SEGURO DE DEGRAVAMEN:</b>	El Seguro de Desgravamen es un tipo de seguro contratado y pagado por la Entidad Financiera, que se activa en caso de muerte o incapacidad total y permanente del socio/cliente deudor y que tiene por objeto cubrir la totalidad del saldo del crédito adeudado por el socio/cliente deudor a la Entidad Financiera y está vigente desde el primer día que se firma el contrato del crédito.
<b>IMPORTANCIA:</b>	El Seguro de Desgravamen cumple una doble función, los herederos del socio/cliente deudor se verán liberados de la deuda que de otro modo heredarían y, por otro lado, al cumplir con el pago por parte de la aseguradora a la Entidad Financiera, ésta no sufre una pérdida.
<b>REQUISITOS PARA ACCEDER AL SEGURO DE DESGRAVAMEN:</b>	El requisito importante para tener acceso al Seguro de Desgravamen es la edad y el estado de salud del socio/cliente deudor. Todo socio/cliente deberá firmar una declaración jurada de salud que puede ser aprobada o negada. De ser éste el caso, se puede solicitar exámenes complementarios. El riesgo es determinado en función a la edad, sexo, condición de salud y actividades del asegurado. La edad máxima para ingresar al seguro es 65 años de edad y la de permanencia 75 años de edad, ambas en años y días.

FUENTE: COOPERATIVA COCA

Gráfico 7: Material Desarrollado

FICHA EXPLICATIVA DEL PROCESO DE RECLAMACIÓN DEL SEGURO DE DESGRAVAMEN	
PROGRAMA DE EDUCACIÓN FINANCIERA / MODULO: MICROSEGUROS	
Pasos y Requisitos	
<b>CONDICIÓN PRINCIPAL:</b>	Es importante que el socio/cliente deudor esté al día en el pago de sus cuotas para que este seguro pueda hacerse efectivo.
<b>DOCUMENTOS A PRESENTAR PARA HACER LA RECLAMACION DEL SEGURO:</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>En caso de muerte por enfermedad, generalmente deberán presentarse estos documentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Acta de defunción</li> <li>Copia de la Cédula de Identidad</li> <li>Saldo deudor (estado de cta. Actualizado)</li> <li>Historia clínica completa</li> </ul> </li> <li>En caso de muerte por accidente, además deberá presentarse: <ul style="list-style-type: none"> <li>Parte policial completo</li> </ul> </li> <li>En caso de incapacidad total y permanente, generalmente deberán presentarse estos documentos: <ul style="list-style-type: none"> <li>Carnet de discapacidad del CONADIS.</li> <li>Historia clínica del socio/cliente.</li> </ul> </li> </ol>
<b>RECOMENDACIONES A TENER EN CUENTA:</b>	<p><b>Existencia del seguro:</b> Es importante que los familiares conozcan la existencia de este seguro de modo que de ocurrir el siniestro puedan tramitar la obtención de los derechos que les correspondan.</p> <p><b>Exclusiones:</b> Antes de contratar el seguro, se deben verificar las situaciones excluidas, pues si el asegurado fallece a causa de éstas, el siniestro no tendrá cobertura.</p> <p><b>Plazo para solicitar la cobertura:</b> Se encuentra determinado por la póliza contratada, sin embargo, se debe tener en cuenta que independientemente del mismo, el plazo de prescripción para hacer el reclamo es de 2 años, contado desde que se produce el siniestro, siempre que este haya sido notificado.</p>

FUENTE: COOPERATIVA COCA

## Cuadro 10: Malla curricular del programa de Educación Financiera por modulo

### Contenidos del programa por módulos – Educación Financiera

1. **Módulo 1:** Planificación financiera
  1. ¿Qué es un presupuesto?
  2. Elaboración de un Presupuesto Familiar
2. **Módulo 2:** Crédito
  1. ¿Qué es un crédito?
  2. Administración del crédito
  3. Obligaciones del cliente
  4. ¿Cuál es el costo total de un crédito?
  5. Opciones de créditos
  6. ¿Cuánta deuda puedo pagar?
  7. Tome el control de su deuda
  8. Morosidad: ¿Qué es y cómo se presenta?
  9. Sobreendeudamiento
3. **Módulo 3:** Ahorro
  1. ¿Qué es una cuenta – libreta de ahorro?
  2. ¿Para qué sirven los ahorros?
  3. ¿Cómo ahorrar?
  4. Productos de ahorro
4. **Módulo 4:** Seguros
  1. ¿Qué es un seguro?
  2. Productos de seguros
  3. Estructura y operatividad de las pólizas
  4. ¿Qué tipo de riesgos cubre el seguro?
  5. Exclusiones
  6. ¿Qué es un deducible?
  7. ¿Qué es una prima de seguro? Formas de pago
  8. Vigencias de las pólizas, fechas de inicio y de expiración
  9. ¿Cuáles son las ventajas de los seguros?
  10. ¿Cuáles son los derechos y obligaciones del asegurado?
  11. Obligaciones: la correcta declaración de sus circunstancias de riesgo
  12. ¿Cuáles son las obligaciones del asegurador?

**FUENTE:** COOPERATIVA COCA

### **Cuadro 11:** Agenda de taller semanal de Educación Financiera por modulo

1. BIENVENIDA Y PRESENTACION DE PARTICIPANTES (20 minutos)
2. VIDEO TOMA DE DECISIONES FINANCIERAS (10 minutos)
3. REVISIÓN DEL MODULO (20 minutos)
4. PRESENTACION DE PRESUPUESTO (20 minutos)
5. ENTREGA DE CUADERNOS PARA CLIENTES (5 minutos)
6. VIDEO USO DEL CUADERNO (10 minutos)
7. COMPROMISOS DE EDUCACION FINANCIERA (15 minutos)
8. AGRADECIMIENTO Y CIERRE DEL TALLER (10 minutos)

**FUENTE:** COOPERATIVA COCA

**Gráfico 8: Fotografías de los Talleres Realizados\***



\*Fotografías de los talleres realizados en el programa piloto del programa que se realizó en comunidades cercanas a la institución.