



FINANZAS PARA TODAS

Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina

FINANZAS PARA TODAS

Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina

—
© ONU Mujeres
Septiembre 2021

Autoría del Estudio María Cecilia Lazarte, Consultora de la Oficina Regional para las Américas y el Caribe de ONU Mujeres

María Noel Vaeza, **Directora Regional**
Cecilia Alemany, **Directora Regional Adjunta**
ONU Mujeres para las Américas y el Caribe

Equipo Coordinador del Estudio Engell Jaime, Especialista Regional en Gestión de Programas, Raquel Coello, Especialista Regional de Empoderamiento Económico, y Rita Cassisi, Asesora Programática de ONU Mujeres

La elaboración de este documento ha contado con la colaboración y contribución de especialistas en diversos países de la región. Agradecemos la revisión y valiosos aportes facilitados por María Jesús González Sanz, Eugenia Close, Herminia Palacios, Paola Gutiérrez, Perla Priscilla Chang y Ana Lilian Vega.

La corrección y edición estuvo a cargo de Constanza Narancio y el diseño editorial de Emicel Guillén, integrantes del equipo de Comunicación de la Oficina Regional de ONU Mujeres para las Américas y el Caribe.

Todos los derechos reservados. El contenido y la información pueden ser utilizados siempre que se cite la fuente.

Citar ONU Mujeres (2021), *Finanzas para todas. Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina*. América Latina y el Caribe.

Tabla de Contenidos

Acrónimos	4
-----------	---

Resumen ejecutivo	6
-------------------	---

Presentación	10
--------------	----

I. ¿Por qué un informe sobre inclusión financiera en tiempos de COVID-19?	13
---	----

II. Marco conceptual y analítico	16
II.1 La inclusión financiera con perspectiva de género	16
II.2 Calidad y utilidad para las mujeres y emprendedoras de la base de la pirámide de un producto financiero	18

III. Acciones afirmativas e integrales para incrementar la inclusión financiera de las mujeres	21
III.1 La participación de la mujer en el sector financiero está ligada a su participación en la economía productiva	21
III.2 El impacto del COVID-19 ha sido desproporcionadamente mayor en las mujeres	24
III.3 Acciones coordinadas y articuladas para revertir un sistema financiero excluyente	29

IV. Elementos para valorar la capacidad transformadora de una iniciativa para promover la inclusión financiera de las mujeres	33
---	----

V. Principales avances en materia de inclusión financiera de las mujeres de la base de la pirámide en la región	36
V.1 Productos y servicios intencionalmente diseñados	36
V.2 Oferta integral de servicios financieros y no financieros para una mayor participación en la economía con menores niveles de vulnerabilidad	37
V.3 Productos y servicios para un salto desde la lógica reproductiva a una productiva	39

V.4 Alianzas estratégicas en el ecosistema financiero	43
V.5 Reconocer los estereotipos de género y sesgos inconscientes y tomar medidas para enfrentarlos	48
V.6 Asignar recursos para el levantamiento y la gestión de datos que informen el hacer de distintos actores	51
<hr/>	
VI. Tendencias disruptivas que prometen	57
VI.1 La tecnología como multiplicadora del acompañamiento	57
VI.2 <i>Fintech</i> focalizadas en prestar SF a las mujeres	60
<hr/>	
VII. Conclusiones	65
<hr/>	
VIII. Recomendaciones para promover la inclusión financiera de las mujeres desde los distintos actores del ecosistema financiero	70
VIII.1 Gobiernos	70
VIII.2 Banca de primer y segundo piso	70
VIII.3 Sector privado (corporativos y fundaciones de empresas, cámaras industriales, asociaciones profesionales, etc.) y organizaciones para el fortalecimiento de capacidades	72
<hr/>	
Anexos	73
Anexo I. Lista de personas entrevistadas	74
Anexo II. Compromisos a través de políticas de inclusión financiera o educación financiera de los países de ALC	75
Anexo III. Tabla resumen de iniciativas relevadas	78
<hr/>	
Referencias bibliográficas	84

Acrónimos

AICD	Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo
AL	América Latina
ALC	América Latina y el Caribe
BANDESAL	Banco de Desarrollo de El Salvador
BCIE	Banco Centroamericano de Integración Económica
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BIVA	Bolsa Institucional de Valores de México
BM	Banco Mundial
CAF	Corporación Andina de Fomento-banco de desarrollo de América Latina
CAM	Centro de Atención Microempresas
CEPAL	Comisión Económica para América Latina y el Caribe
CENPROMYPE	Centro Regional para la Promoción de la MIPYME
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
EIU	Economist Intelligence Unit
ESG	Environmental, Social and Governance
FAW	Financial Alliance for Women
FMI	Fondo Monetario Internacional
FEM	Financiamiento Empresarial para Mujeres
FMO	Entrepreneurial Development Bank
FOMIN	Fondo Multilateral de Inversiones

ICMA	International Capital Markets Association
IFC	International Finance Corporation
IF	Institución financiera
INAMU	Instituto Nacional de la Mujer
MIPYME	Micro, pequeña y mediana empresa
MELYT	Mujeres, Economía Local y Territorio
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OIT	Organización Internacional del Trabajo
ONU	Organización de Naciones Unidas
PNUD	Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo
PRAEM	Programa Regional de Financiamiento para Mujeres Empresarias
SBD	Sistema de Banca para el Desarrollo
SICA	Sistema de Integración Centroamericano
SF	Servicio financiero
SNF	Servicio no financiero
SUGEF	Superintendencia General de Entidades Financieras
WEB	Women Entrepreneurship Banking

Resumen ejecutivo

El presente reporte desarrollado en el marco del programa Mujeres, Economía Local y Territorio (MELYT), implementado por ONU Mujeres –Organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres– y la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo (AICD), tiene como objetivo poner en valor experiencias e iniciativas innovadoras para promover la inclusión financiera de las mujeres y emprendedoras en América Latina.

A tal fin, entiende a la **inclusión financiera con perspectiva de género** como el proceso por el cual iniciativas tanto públicas como privadas son diseñadas e implementadas a fin de reducir las barreras que sufren las mujeres para acceder a productos y servicios financieros y usarlos para ganar autonomía financiera y manejar crisis que impactan en sus vidas y negocios. Este proceso debe permitir a las mujeres alcanzar su salud financiera. En este sentido, el manejo de sus finanzas debe suponer una transformación en cómo las mujeres se perciben con relación al mundo del trabajo y el dinero y cómo son percibidas y, por ende, reconocidas por otras y otros.

Esta concepción de la inclusión financiera con perspectiva de género y el ejercicio de **finanzas transformadoras** se apoya en el convencimiento de que, para generar cambios hacia la inclusión de las mujeres, se requiere trabajar a nivel de ecosistema. Es decir, el éxito no depende de un instrumento financiero en sí, sino de un conjunto de acciones que conviertan a ese instrumento en transformador de dinámicas excluyentes, entendiendo estas no sólo desde la perspectiva del género, sino también desde el enfoque de interseccionalidad. Estas acciones pueden concretarse en productos a medida que incluyan servicios financieros (SF) y no financieros (SNF) tales como capacitación, vinculación, asesoramiento, plataformas de intercambio, servicios de salud, etc., que catalizan transformaciones en las mujeres, en sus negocios, así como también en los actores del sistema financiero y, por ende, en sus dinámicas, políticas, regulaciones y cultura organizacional.

Tomando este marco como referencia se identificaron y analizaron aquellas iniciativas que dan cuenta de buenas prácticas en tanto habilitan un proceso de fortalecimiento de las capacidades financieras de las mujeres y a través de ello brindan una mayor autonomía económica. El reporte da cuenta de la existencia de programas e instrumentos financieros orientados a revertir dinámicas excluyentes, focalizadas en garantizar acceso y uso de servicios que permitan a las mujeres superar limitaciones, mejorar medios de vida y sus circunstancias.

A través del análisis de estas iniciativas, el estudio permite evidenciar cómo, cada vez más, el **ecosistema financiero atiende la necesidad de introducir innovaciones que garanticen la inclusión financiera de las mujeres**. Esto es así por diversas razones: en primer lugar, porque la participación de la mujer en el sector financiero está directamente ligada a su participación en la economía productiva, la cual históricamente ha estado relegada a sectores de menor productividad, pequeños negocios e informalidad y altamente condicionada por la sobrecarga de trabajo no remunerado que realizan las mujeres, condicionando su posibilidad de crecimiento e independencia económica. En segundo lugar, porque el impacto del COVID-19 ha sido desproporcionadamente mayor en las mujeres, particularmente las más vulnerabilizadas. De acuerdo con numerosos estudios (ONU Mujeres, 2020; CEPAL, 2021 entre otros), la pandemia ha profundizado las desigualdades y atenta contra la autonomía de las mujeres, principalmente, en cuatro aspectos: la desigualdad económica y pobreza con un fuerte impacto negativo en los niveles de empleo y en sus emprendimientos, la división sexual del trabajo que significó un aumento desproporcionado del tiempo dedicado a tareas del cuidado para las mujeres, la concentración del poder y los patrones culturales patriarcales que impactaron en un incremento de niveles de violencia contra las mujeres y su participación política (ONU 2020). Por tanto, no habrá respuesta eficaz a la crisis si no se abordan los impactos diferenciados en las mujeres y se integran las dinámicas de género en la respuesta. En tercer lugar, porque para revertir un sistema financiero excluyente se necesitan acciones coordinadas y articuladas del conjunto de los actores del ecosistema financiero (bancos multilaterales, de desarrollo, gobiernos y banca pública y privada, etc.) para dar respuesta a la multiplicidad de desafíos que limitan el acceso de las mujeres a los productos y servicios financieros. Por todas estas razones, se **requieren acciones afirmativas e integrales para incrementar la inclusión financiera de las mujeres**, tanto de aquellas no bancarizadas como de las mujeres que, aun estándolo, tienen muy restringido el acceso a crédito y otros productos financieros o se ven limitadas al emprendimiento incipiente sin poder dar un salto diferencial con sus negocios.

A continuación, el estudio dedica un apartado a identificar aquellos **elementos que permiten valorar la capacidad transformadora de una iniciativa para promover la inclusión financiera de las mujeres**. En este sentido, el reporte provee un marco de referencia que permite analizar las potenciales acciones transformadoras a considerar al momento de evaluar y/o diseñar iniciativas para la inclusión de las mujeres y emprendedoras en relación a 4 dimensiones: 1) la **definición de la propuesta de valor a medida** para el perfil de mujeres que se busca atender; 2) el **diseño de una oferta integrada de SF y SNF** que den garantía de acceso y uso del producto financiero, —atendiendo al ciclo de vida de las mujeres y sus negocios, con trámites y requisitos acordes al perfil de mujeres y canales de acceso, información y comunicación que permitan articular la oferta de servicios—; 3) la **alineación institucional** a fin de garantizar las capacidades institucionales necesarias para diseñar la propuesta de valor y

hacerla llegar con resultados exitosos a las mujeres. Ello requiere un proceso de incorporación de innovaciones y de cambio de la cultura organizacional que permita el acceso de las mujeres, particularmente a aquellas que no tienen una relación con la banca comercial; 4) la **integración de mediciones de sustentabilidad de las iniciativas**, que permitan dar seguimiento a las rentabilidades de los productos diseñados a medida, así como el acceso y uso de estos. A ello se suma la recolección de indicadores de cambios en la vida y negocios de las mujeres, que permitan monitorear que los programas de financiamiento con enfoque de género estén bien orientados y tengan un impacto positivo en las trayectorias de las mujeres.

En un siguiente apartado, en base a las experiencias analizadas, el estudio destaca cuáles han sido los **principales avances en materia de inclusión financiera de las mujeres de la base de la pirámide en los países de la región**. En este sentido, el estudio señala, en primer lugar, la existencia de un **consenso acerca de la necesidad de diseñar de manera intencional productos y servicios para mujeres** que rompan con la lógica excluyente del sistema financiero actual. En segundo lugar, las experiencias evidencian que el logro de la inclusión financiera de las mujeres requiere una oferta integral que combine productos y servicios financieros y no financieros que amplíen sus posibilidades de participación en la economía y reduzcan sus niveles de vulnerabilidad. En tercer lugar, varias de las experiencias han asumido el desafío de plantear productos y servicios para que las mujeres den un salto desde la lógica reproductiva a una productiva fortaleciendo sus capacidades financieras y de gestión a fin de llevar a sus negocios en etapas incipientes hacia pequeñas empresas en crecimiento. En cuarto lugar, se han promovido alianzas estratégicas con diferentes actores del ecosistema financiero con el fin de garantizar el acceso a capital y servicios financieros, así como también a otros recursos que promueven el buen uso y aprovechamiento de esos servicios. En quinto lugar, se han identificado y reconocido los estereotipos de género y sesgos inconscientes que atraviesan a las distintas instituciones del sistema financiero y tomado medidas para enfrentarlos. Finalmente, se han asignado recursos para el levantamiento y la gestión de datos a distintos niveles para que informen la acción coordinada de múltiples actores del sistema.

En la región, el horizonte incorpora, además, dos tendencias que pueden acelerar el proceso de inclusión financiera de las mujeres a fin de alcanzar su salud financiera. Por un lado, **incrementar los niveles de acceso a través de plataformas digitales y el uso de las *fintech*** y, por el otro, **expandir la oferta integral de servicios no financieros (SNF)**. Estas dos líneas de acción, de manera independiente o conjuntamente, pueden contribuir a incrementar la base de mujeres vinculadas al sistema financiero, incrementar el uso y mejorar el nivel de satisfacción respecto a los productos y servicios financieros y reducir sus niveles de vulnerabilidad. Todo ello puede incidir en el desarrollo de una masa crítica de emprendedoras que puedan ser acompañadas en

el proceso de crecimiento de sus negocios mediante servicios y productos financieros más complejos y oportunidades de inversión.

Para finalizar, el reporte presenta una serie de recomendaciones para promover la inclusión financiera de las mujeres desde los diferentes actores del ecosistema: gobiernos y entidades públicas encargadas de la promoción y el financiamiento del desarrollo, la producción y las pymes, además de las instituciones de la gobernanza de género, banca para el desarrollo, banca comercial, otras instituciones del sector privado (corporativos y fundaciones de empresas, cámaras industriales, asociaciones profesionales, etc.), incluyendo organizaciones para el fortalecimiento de capacidades.

PRINCIPALES ELEMENTOS A SER CONSIDERADOS EN AQUELLAS INICIATIVAS Y PRÁCTICAS QUE BUSQUEN GENERAR ECOSISTEMAS FINANCIEROS MÁS INCLUSIVOS



Presentación

En América Latina y el Caribe (ALC) la brecha de género en el uso de productos y servicios financieros (SF) es amplia. Según el Banco Mundial (BM) solo el 49% de las mujeres tiene una cuenta bancaria, el 11% ahorra y el 10% dispone de crédito. Asimismo, en algunos países de la región también hay brechas de género en cuanto a las capacidades financieras, pues se ha evidenciado que las mujeres tienen menos conocimientos y comportamientos financieros que los hombres (Azar *et al.*, 2018).

En este contexto, el programa Mujeres, Economía Local y Territorio (MELYT), implementado por ONU Mujeres –organización de las Naciones Unidas dedicada a promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres– y el Ministerio de Asuntos Exteriores y de la Cooperación Internacional de Italia (MAECI), a través de la Agencia Italiana de Cooperación para el Desarrollo (AICS), presenta este estudio que busca mapear las principales experiencias e iniciativas implementadas para promover la inclusión financiera de las mujeres en la región de América Latina. El documento analiza estas experiencias identificando las áreas de progreso, las brechas y los desafíos comunes y propone líneas de acción y recomendaciones que propicien el diálogo político con actores clave tanto de gobiernos como de sociedad civil para mejorar la inclusión financiera de la región. De esta manera, se espera que este estudio pueda contribuir al trabajo de asistencia técnica que se viene desarrollando en los países de la región y, particularmente, en los países del Sistema de Integración Centroamericano (SICA) apoyados por el programa MELYT, con relación a la inclusión financiera y a la promoción de la autonomía económica de las mujeres.

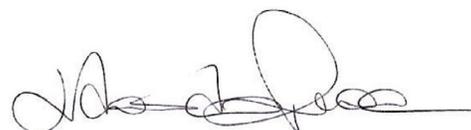
El documento presenta la revisión de iniciativas de la región AL, destacando tendencias en el diseño e implementación de productos financieros para la mujer, buenas prácticas para el fomento de la inclusión en instituciones financieras (IF) y acciones de fortalecimiento de la micro, pequeña y mediana empresa (MIPYME), intentando construir parámetros exitosos para la acción con el foco en incluir aquellas mujeres que no son parte del sistema, fortalecer a aquellas que sí y acompañar a las emprendedoras y sus negocios desde su nivel micro hasta lograr ser una pequeña y mediana empresa (PYME). Para ello, el estudio da cuenta de la existencia de programas e instrumentos financieros orientados a la inclusión financiera de las mujeres, aquellas no bancarizadas y mujeres que aun estándolo tienen muy limitado el acceso a crédito y otros productos financieros o aquellas que se ven limitadas al emprendimiento incipiente sin poder dar un salto diferencial con sus negocios.

Así, *Finanzas para todas. Experiencias e iniciativas innovadoras para la inclusión financiera de las mujeres y una recuperación con lentes de género en América Latina* está dirigido a todas las partes del ecosistema financiero tales como bancos privados y públicos, instituciones financieras intermediarias, entes reguladores, organismos gubernamentales, etc., que desde sus programas trabajan por la autonomía económica de las mujeres y las emprendedoras, instituciones financieras de desarrollo nacionales e internacionales, banca multilateral de desarrollo, organizaciones no gubernamentales locales e internacionales y organizaciones catalizadoras de transformaciones en el sector –capacitadoras, aceleradoras e incubadoras, redes de emprendedores, desarrolladoras de soluciones digitales para la inclusión financiera, entre otras. Todos son parte esencial del ecosistema financiero, actores con funciones y oportunidades únicas para contribuir a una transformación tendiente a alcanzar mayores niveles de inclusión de las mujeres.

Esta publicación pretende ofrecer una mirada latinoamericana a los desafíos del ecosistema financiero y sus posibilidades de cambio, así como alentar a los distintos actores a seguir avanzando con pasos firmes e en la inclusión financiera de las mujeres, como factor catalítico para promover su empoderamiento y autonomía económica y como elemento clave para una mayor inserción de las mujeres en el ecosistema productivo a fin de acelerar el proceso de recuperación económica y social y la salida de la crisis post COVID-19.



María Noel Vaeza
Directora Regional de ONU Mujeres
para las Américas y el Caribe



Edoardo Pucci
Embajador de Italia
en El Salvador

SECCIÓN I

I. ¿Por qué un informe sobre inclusión financiera en tiempos de COVID-19?

El impacto de la pandemia del COVID-19 ya es claro. Esta no sólo ha puesto en evidencia innumerables fisuras del sistema sanitario, económico y social actual, sino que también ha profundizado las vulnerabilidades de exclusión sistémicas. Las mujeres vienen enfrentando un acceso desigual a los recursos productivos y oportunidades del mercado laboral, lo que las ha marginalizado, también, del sistema financiero y de las posibilidades de construir de manera segura un respaldo para los shocks que ellas, sus entornos más inmediatos a nivel del hogar y sus comunidades, así como sus estrategias de supervivencia y sus negocios, pueden sufrir.

Las mujeres representan el 42% de la fuerza laboral en ALC (BM, 2021a); un 56,9% de las mujeres en América Latina y un 54,3% en el Caribe se encuentran ocupadas en sectores en los que se prevé un mayor efecto negativo en términos de empleo e ingresos, como es el caso del turismo, manufactura, comercio al por mayor y menor, salud y educación (CEPAL, 2021). Antes de la pandemia, el porcentaje de las mujeres que trabajan en el sector informal registraba mayor (54,3%) que el de los hombres (52%), especialmente en Centroamérica donde la tasa de trabajo informal para las mujeres es del 61,8% comparado con el 55,6% para los hombres (OIT, 2018). Durante la pandemia, la pérdida de puestos informales fue aún más intensa debido en parte a una fuerte contracción del empleo en sectores altamente golpeados por la crisis (turismo, servicio doméstico), donde se combinan elevada tasa de informalidad y feminización de las ocupaciones (OIT 2021).

La pandemia del COVID-19 también tendrá un impacto negativo en las microempresas. Según la Comisión

Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), se estima que cerrarán alrededor de 2,7 millones de microempresas formales en la región (CEPAL, 2020) por tratarse de un segmento vulnerable con menores márgenes de ganancia. Esto complica la situación de las mujeres con micronegocios, pues estos se concentran en el segmento de empresas más expuestas a la crisis, las mipymes, y porque están sobrerrepresentadas en los sectores con mayor riesgo y, finalmente, por su limitado acceso a financiamiento (CEPAL, 2021).

Esta situación es particularmente crítica en aquellos grupos de mujeres con menores ingresos, denominadas mujeres de la base de la pirámide. Estas mujeres sufren una serie de vulnerabilidades determinadas no sólo por su condición socioeconómica, sino también en función de su raza, lugar de residencia –rural o barrios de clase popular en contextos urbanos– y por otros factores que definen de manera interseccional su identidad. Esto las condena a ocupar puestos de trabajo poco cualificados, ser parte del mercado informal, poseer negocios incipientes y precarios y contar con bajos niveles de acceso a la educación y la tecnología. Para estas mujeres el acceso a SF y SNF de calidad es una oportunidad de transformación no sólo personal, sino también para sus familias, así como una oportunidad de reactivación para las economías locales. Este potencial de transformación es también importante para el funcionamiento sustentable del sistema financiero en sí mismo. La progresiva bancarización de las mujeres –que se aceleró durante la pandemia a través de políticas de distribución de ayudas sociales– contribuye al crecimiento del mercado financiero el que avanza hacia nuevos segmentos –mipymes lideradas

por mujeres— lo que hace esperable una mayor sostenibilidad de todo el sistema.

Este reporte se construyó en base a una extensa revisión de literatura, así como al análisis de entrevistas y material compartido por las IF entrevistadas. A fin de incluir la mayor cantidad de experiencias se realizó una sistematización de prácticas y aprendizajes compartidos a partir de la cual se seleccionaron casos para luego realizar entrevistas con sus responsables. Los criterios para realizar el recorte y selección de iniciativas a incluir fueron, principalmente, su capacidad de incluir a mujeres de la base de la pirámide y a micro y pequeñas emprendedoras -población no bancarizada o desatendida-. Sobre las diversas experiencias se aplicó un análisis comparativo que permitió sacar conclusiones con relación a buenas prácticas. Para el desarrollo de este análisis de las iniciativas reveladas se utilizó una ficha de sistematización que permitió resumir información sobre las dimensiones centrales para reflexionar sobre la capacidad que las iniciativas tienen para incrementar los niveles de inclusión. Se llevaron adelante quince entrevistas a expertos/as (véase

listado de personas entrevistadas en Anexo I), personal de las oficinas nacionales de ONU Mujeres y personas involucradas en las distintas iniciativas.

El documento se divide en cinco apartados. Tras esta introducción al contexto en el que se enmarca este informe, el siguiente apartado contiene una descripción del marco analítico y conceptual que orientará el análisis. A continuación, se expone una justificación sobre la necesidad de implementar acciones afirmativas para reducir las brechas de inclusión. El tercer apartado describe los elementos que determinan la calidad de los productos financieros para las mujeres. El cuarto plantea un análisis de los grandes aciertos en materia de inclusión financiera de las mujeres en la base de la pirámide. Se presentan experiencias que ilustran buenas prácticas y desafíos pendientes. Los últimos dos apartados contienen las consideraciones finales en las que se abordan las conclusiones generales del documento, así como un llamado a la acción a fin de incrementar la inclusión y salud financiera de las mujeres y reducir su exposición a las crisis.

SECCIÓN II

II. Marco conceptual y analítico

II.1 La inclusión financiera con perspectiva de género

Instituciones referentes tales como Banco Mundial (BM, 2018a), el Centro para la Inclusión Financiera (Global Banking Alliance for Women, 2016), la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2016) y la Alianza para la Inclusión Financiera (PNUD, 2020b) dan cuenta de elementos clave a considerar para definir **inclusión financiera**:

- Garantizar el **acceso a productos y servicios útiles y asequibles**.
- Servicios y productos **prestados de manera responsable y sostenible**.
- Productos y servicios de calidad, **adaptados a las características de los grupos más desfavorecidos**.
- Servicios y productos que **satisfacen las necesidades y facilitan la calidad de vida** de las familias y el funcionamiento de los negocios.
- Que su uso permita un **impacto positivo en la vida de las mujeres** y no solo buscando ensanchar sus carteras a través de una mayor bancarización.

En el marco del presente reporte se define la **inclusión financiera** como:

Proceso por el cual iniciativas tanto públicas como privadas, desarrolladas por IF, así como por otras organizaciones del ecosistema financiero, garantizan el acceso y uso de productos y SF generadores de crecimiento económico y reducción de situaciones de vulnerabilidad de las y los usuarios.

Sin embargo, es importante notar que no todo proceso de inclusión financiera garantiza necesariamente la perspectiva de género ya que a menudo se evidencian estrategias de inclusión que no reconocen las

particularidades de los distintos grupos de mujeres de la población que se quiere alcanzar. Esto puede poner en riesgo sus posibilidades de acceso, uso y beneficio que la inclusión financiera puede traer a sus vidas.

INCLUSIÓN FINANCIERA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO

La inclusión financiera con perspectiva de género: es el proceso por el cual iniciativas tanto públicas como privadas son diseñadas e implementadas a fin de reducir las barreras que sufren las mujeres para acceder a productos y SF y usarlos para ganar autonomía financiera y manejar crisis que impactan en sus vidas y negocios.

El proceso de inclusión financiera con perspectiva de género debe permitir a las mujeres alcanzar su salud financiera. En este sentido, el manejo de sus finanzas debe suponer una transformación en cómo las mujeres se perciben con relación al mundo del trabajo y el dinero y cómo son percibidas y, por ende, reconocidas por otras y otros.

Para ello es necesario establecer pautas para la gestión de finanzas transformadoras, es decir, iniciativas financieras orientadas a revertir dinámicas excluyentes, focalizadas en garantizar acceso y uso de servicios que permitan a hombres y mujeres superar limitaciones, mejorar medios de vida y sus circunstancias (Quisumbing *et al.*, 2019).

Esta concepción de la inclusión financiera con perspectiva de género y el ejercicio de finanzas transformadoras, tal como fueron presentadas en la página anterior, se apoya en el convencimiento de que se requiere trabajar a nivel de ecosistema para generar cambios en la inclusión de las mujeres, de que el éxito no depende de un instrumento financiero en sí, sino de un conjunto de acciones que conviertan a ese instrumento en transformador de dinámicas excluyentes, entendiendo

estas no sólo desde la perspectiva del género, sino también desde el enfoque de interseccionalidad. Acciones que pueden concretarse en productos y SF y SNF tales como capacitación, vinculación, asesoramiento, plataformas de intercambio, servicios de salud, etc., que catalizan transformaciones en las mujeres, en sus negocios, así como también en los actores del sistema financiero y, por ende, en sus dinámicas, políticas, regulaciones y cultura organizacional.

Asimismo, este reporte hace foco en el grupo de mujeres denominadas de la base de la pirámide económica y en desventaja para acceder a oportunidades de trabajo formal y mejor remuneración, así como a los recursos que necesitan para desarrollar sus negocios y capacidades emprendedoras. Este grupo es de particular interés ya que conforman la población objetivo del programa MELYT.

Aplicar lentes de género en el ecosistema financiero: desafío multidimensional

Las finanzas transformadoras requieren de un análisis de los incentivos, la capacidad y relaciones entre los actores del mercado para lograr identificar puntos de entrada específicos dentro de un sistema de mercado que necesita mejorar su funcionamiento para dar respuestas eficientes a sus usuarios.

La función central del sistema financiero es la regulación de la oferta y la demanda la cual se relaciona de manera directa con el contexto normativo y se apoya en las acciones de aquellas organizaciones que pueden facilitar acceso a la información y desarrollo de capacidades tanto para las mujeres como para las IF que son parte de la generación de la oferta.

La siguiente figura muestra un resumen del ecosistema; en los siguientes apartados se abordarán en profundidad las características, desafíos y oportunidades de la demanda, de la oferta, de los servicios de apoyo, así como del tipo de contexto que favorece la inclusión.



Fuente. Elaboración propia en base al reporte Women's Financial Inclusion (Swiss Agency for Development and Cooperation).

Aunque el acceso general al sistema financiero ha aumentado, el Global Findex del BM muestra que **la brecha de género en el acceso a las cuentas financieras también ha aumentado**. Sin embargo, como señala el informe del Microscopio Global de 2019 (EIU, 2019) hoy en día no es posible tener conclusiones ni recetas únicas sobre qué políticas generan una mayor inclusión financiera en las mujeres, ya que países que ocupan el mismo lugar en el ranking muestran resultados muy diferentes en las brechas (El-Zoghbi, 2020)¹. Lo que puede parecer un obstáculo en un país para la inclusión financiera de las mujeres puede no serlo en otro, lo cual implica que cada país deberá definir las condiciones que mejorarán la inclusión financiera de las mujeres de acuerdo con sus contextos. Para esto se alienta a los países a no solo medir acceso a servicios –equiparado a inclusión–, sino también las condiciones y capacidades del sistema para revertir dinámicas excluyentes y acompañar, de ese modo, los esfuerzos individuales de IF –productos y servicios adaptados–. Es notable que todas las iniciativas en este informe mencionadas han realizado esfuerzos especiales de vinculación con el gobierno y entes reguladores de sus países ya que muchos de los esfuerzos requieren de un marco favorable con normas, políticas, estrategias y programas que incorporen la lente de género e interseccionalidad para reducir vulnerabilidades. Actualmente y de acuerdo con un relevamiento realizado, cotejando distintas fuentes, doce países de América Latina y el Caribe cuentan con estrategias de inclusión o educación financiera, o con política. (Para un detalle de lo realizado por cada país véase Anexo II)

II.2 Calidad y utilidad para las mujeres y emprendedoras de la base de la pirámide de un producto financiero

Las experiencias analizadas de manera particular en el marco de este informe permiten establecer criterios que determinan la calidad y utilidad de un producto financiero. Un aspecto indispensable de esto es que todas las iniciativas han tomado en cuenta el punto de partida en cuanto a las condiciones socioeconómicas, educativas y aspiracionales de las mujeres que buscan atender. Esto se traduce en:

- Reconocer que existen brechas en relación al acceso a identificación, en la posesión de teléfonos celulares inteligentes, y proponer formas alternativas según un análisis de sus grupos de clientas.
- Identificar bajas tasas de alfabetización digital, educación y capacidad financiera y nivel educativo y proveer SNF para revertir la tendencia.
- Revisar y ajustar normas y procedimientos que pueden socavar el derecho de la mujer a ser titular de cuentas, controlar activos, establecer y acceder a fondos para hacer crecer negocios y, en última instancia, tomar sus propias decisiones económicas.
- Identificar factores de contexto y propios de vulnerabilidad de la población que busca atender y ofrecer servicios ligados con desarrollo de capacidades financieras (ej. caja de ahorro con educación financiera, crédito con seguros y asesoramiento financiero, etc.).
- Reconocer las aspiraciones de autonomía económica de las mujeres y buscar potenciarlas integrando el diseño de un producto particular a una

1 Indicadores utilizados por el Microscopio: 1) Informan políticas (recopilación del gobierno de datos de IF desglosados por sexo, inclusión de un enfoque de género en las estrategias nacionales de IF). 2) Barreras de la demanda (inclusión de un enfoque de género en las estrategias y programas de educación financiera, inclusión de un enfoque de género en las estrategias y programas de alfabetización digital, participación de las mujeres en la toma de decisiones en los organismos reguladores financieros). 3) Discriminación legal (no discriminación en la apertura de cuentas, programas de diversidad para agentes no bancarios o corresponsales, brecha de género en el acceso a la identificación nacional, no discriminación en el acceso a la identificación nacional. 4) Acceso a infraestructura (brecha de género en el acceso a Internet, brecha de género en el acceso a un teléfono móvil).

estrategia de largo plazo que busca construir salud y riqueza financiera.

En la tabla resumen de las iniciativas (Anexo III) se pueden ver, de manera general, aquellas acciones tendientes a adecuar productos y servicios a fin de alcanzar a las mujeres, tales como revisión de requisitos para abrir cuentas, acceder a créditos, así como innovaciones en las estrategias para llegar a las mujeres —visitas a las comunidades, idioma, personal sensibilizado—, entre otras.

¿Cómo medir el éxito de una iniciativa de inclusión financiera?

El éxito de un producto y servicio financiero diseñado para una mayor inclusión de un grupo que experimenta múltiples vulnerabilidades requiere ser valorado, al menos, en cuatro niveles:

- **Incremento en la participación** de las mujeres en las carteras de la IF.
- **Cambios que se producen en la mujer con el acceso y uso del producto o servicio financiero tanto a nivel personal, familiar, así como en su negocio.** En

este sentido la línea de partida de cada grupo de mujeres es clave, el éxito de una no es el de todas; las valoraciones deben tomar en cuenta el impacto de la multiplicidad de factores de exclusión que las interseccionan para evaluar el grado de avance.

- **Efecto dominó dentro de la institución**, expandiendo el nivel de incorporación de la perspectiva de género a productos no focalizados para estos grupos, la cultura interna y la atención brindada a las clientas y los clientes.
- **Cambios a nivel de ecosistema financiero y emprendedor que se dan por una experiencia positiva.** A partir de una experiencia positiva se construye el caso de negocios que da lugar a nuevas acciones en otros actores. Esto puede ser: acuerdos de trabajo en el marco de programas integrales de apoyo —financiamiento, capacitación, acceso a mercados, etc.—; nuevas pautas a nivel nacional de generación y análisis de datos que permiten medir la salud financiera de las mujeres; acuerdos multiactorales para la implementación de una política de inclusión financiera o estrategia; etc.

SECCIÓN III

III. Acciones afirmativas e integrales para incrementar la inclusión financiera de las mujeres

III.1 La participación de la mujer en el sector financiero está ligada a su participación en la economía productiva

La participación de la mujer en el sector financiero no sólo se relaciona con el lugar que ocupa en la economía productiva, sino que también condiciona su participación activa en la misma. En términos generales las mujeres participan en el mercado laboral de manera segregada. La mayoría se desempeña con reducidas capacidades empresariales y digitales, así como con un acceso limitado a todos los recursos productivos. En numerosas ocasiones, sus tareas productivas están directamente vinculadas con sus responsabilidades de cuidado del hogar y sus familias. La carga desproporcionada de las tareas de cuidado y el trabajo no remunerado asumida por las mujeres resulta en que, en muchas ocasiones, los **mercados sean un lugar ajeno para las mujeres**. Si bien hay movimientos importantes para el cambio de paradigma, no todas las mujeres pueden proyectarse con una presencia firme en el mercado laboral, en el ecosistema emprendedor y construir su futuro financiero, particularmente aquellas mujeres que están atravesadas por condiciones socioeconómicas vulnerables y bajos niveles educativos. Sus apoyos principales son las redes familiares y otras mujeres y el mercado financiero informal. No cuentan con las garantías, ni el nivel de formación e información que necesitan para acercarse a las IF formales.

No pertenecer, no entender y no conocer incrementa los niveles de desconfianza para el acceso al sistema

financiero formal, lo que favorece el uso paralelo de modalidades de ahorro de carácter informal y con mayor riesgo asociado (PNUD, 2020).

Por su parte, las instituciones del mercado financiero que dan cuenta de la existencia de significativas brechas de participación de las mujeres y la poca diversidad en sus equipos que no han sabido contar con estrategias de vinculación con este sector generan aún más **barreras de comunicación y atención**, limitando sus capacidades de atender a un mercado poblacional numeroso y relevante en el contexto de recuperación post impacto de la pandemia. A esto se suman los desafíos propios de las mujeres de la base de la pirámide, muchas de ellas viviendo en zonas rurales, a las que no llegan, o lo hacen de manera limitada, los servicios financieros. En este sentido, según el PNUD, uno de los obstáculos que se ha identificado como motivo para no abrir una cuenta bancaria es la distancia a la que se está de un proveedor de SF. Esta limitación podría afectar particularmente a las mujeres que suelen tener mayores restricciones de movilidad y falta de ingresos suficientes. La larga distancia al punto de acceso (ventanilla, sucursal o corresponsal) junto con los ingresos insuficientes está también ligada a no tener una cuenta de ahorro, ya que, cuando el monto de lo que se quiere ahorrar es menor a los costos de traslado (en tiempo y dinero), las mujeres prefieren el ahorro informal (PNUD, 2020b). Ante este problema, muchas de las iniciativas que van surgiendo de las IF han incorporado medidas para acercarse a las mujeres, tanto para facilitar acceso como para reducir barreras a la vinculación. Conforme

se acerquen los SF digitales a zonas sin cobertura de sucursales, aumentarán los incentivos de las mujeres para tener una cuenta formal, debido a que se eleva la posibilidad de ahorrar o depositar en cantidades muy pequeñas, a pesar de la distancia (PNUD, 2020).

ACORTANDO DISTANCIAS Y FORTALECIENDO VÍNCULOS

Los bancos afirman la importancia de trabajar en dos niveles:

- **Reducir barreras físicas:** apertura de sucursales, responsables de cuenta llegando a donde están físicamente las mujeres, digitalización de los procesos y simplificación de los requisitos para abrir cuentas. Se reconoce también los desafíos en cuanto a acceso a teléfonos inteligentes, redes de Internet, para lo cual se presentan soluciones tales como visitas a sus hogares o centros de encuentro, así como también un trabajo de generar acuerdos con gobiernos a fin de promover el desarrollo de la infraestructura necesaria.
- **Reducir barreras de atención:** estas son altamente importantes para los esfuerzos tendientes a desarrollar la cartera de mujeres y emprendedoras, a través de un rediseño de productos y servicios, así como también formas de relacionarse. Para esto los bancos encontraron determinante contar con equipos diversos y personal sensibilizado que les permita llegar a las mujeres, aprender sobre sus desafíos y trabajar para reducir las barreras y encontrar propuestas innovadoras para acompañarlas en su crecimiento.

Otro de los desafíos más importantes tiene que ver con **las limitaciones que tienen las emprendedoras para acceder al capital productivo**. Esto es así incluso para el caso de las mujeres ya bancarizadas, que cuentan con mayores niveles de formación, información y recursos para gestionar su actividad productiva.

Las IF todavía siguen atadas a la percepción de que prestar servicios a ciertos nichos de mujeres es imposible por el nivel de riesgo que esto implica, lo cual empieza a ser desafiado por aquellas instituciones que han comenzado a implementar programas especiales y han obtenido resultados positivos. A esto se suma la existencia de sesgos que influyen distintas etapas para acceder al crédito, desde la información y acompañamiento que reciben antes y durante el proceso de aplicación, hasta el análisis de riesgo que de dichas aplicaciones se hacen.

Un estudio recientemente realizado por el BID (2020), que examina si los ejecutivos de cuenta favorecen a los solicitantes hombres, ha identificado la existencia de sesgos discriminatorios en el contexto del mercado de créditos de consumo en Chile con una tasa de aprobación de las solicitudes de préstamo un 18,3% inferior entre las prestatarias en relación con los hombres. El estudio destaca que esto conlleva a costos de eficiencia en cuanto a la cantidad de beneficios no percibidos asociados con las solicitudes rechazadas por discriminación de género los cuales a nivel de la industria ascienden a USD 5.8 millones por año. En segundo lugar, se concluye de la evidencia que la discriminación de género contra las prestatarias se debe a fuentes basadas en el gusto, en tanto son pro mujeres o pro hombres. Además, encontramos que los bancos con una mayor proporción de ejecutivos de cuenta hombres en su personal están asociados con una mayor discriminación contra las mujeres, tanto en términos de las tasas de respuesta como en las de aprobación, incluso siendo informados sobre el desempeño superior que tienen las mujeres sobre sus pares hombres en cuanto al comportamiento de pago. El estudio concluye que se requieren por un lado, políticas de contratación a nivel de los bancos que examinen mejor las actitudes de género y las preferencias de los solicitantes de empleo y por el otro un trabajo de cambio de cultura organizacional sustancial a fin de ir revirtiendo el impacto que los gustos -creencias y prejuicios- tienen en el proceso de decisión.

Las iniciativas reveladas en el marco de este estudio muestran dos tipos de estrategias para este gran desafío:

- **Identificar y atender distintos submercados femeninos a fin de romper con la idea de que las mujeres no pueden ser emprendedoras y empresarias:** estrategia orientada particularmente a aquellos nichos de

mujeres bancarizadas, empleadas o con pequeñas y medianas empresas.

- **Coordinación de esfuerzos para reducir riesgos comerciales asociados a prestar servicios a grupos de mujeres de la base de la pirámide:** ofreciendo fondos de garantías y educación para un uso informado del producto financiero y el crecimiento de su negocio.

ACERCANDO LAS MUJERES AL MERCADO FINANCIERO

Las acciones del Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE)

Con su programa Financiamiento Empresarial para Mujeres (FEM), el BCIE aporta de manera significativa a la transformación del ecosistema, particularmente a través de sus alianzas con organismos que atienden a la mujer y su empresa, así como con IF intermediarias que toman esta visión incorporando nuevas prácticas al interior de sus bancos y en el entorno que se desarrollan.

La promoción que el banco hace sobre la importancia de entender y responder a los desafíos que enfrentan las mujeres en las relaciones con la banca permite replicar a nivel país buenas prácticas entorno al diseño de una propuesta de actuación adecuada.

Compromiso y liderazgo. En el 2010 el Banco aprueba su política de género convirtiéndose en uno de los primeros bancos multilaterales en tenerla y, desde entonces, quien ha estado en la presidencia ejecutiva siempre ha mantenido una fuerte responsabilidad en implementar el compromiso. Esto se traduce tanto al interior como al exterior de la propia organización.

Institucionalización del compromiso. El banco fue evolucionando primero hacia adentro, ajustando la normativa que da beneficios a sus empleadas y empleados, ajustes en el proceso de selección de personal; más recientemente se abolió una de las normas más viejas de la institución –no se podía contratar a personas mayores de 50 años–. De esta manera ha ido evolucionando y fortaleciendo su desarrollo institucional en la parte interna.

Recursos puestos a disposición. El programa regional de FEM, impulsado por el BCIE, es el primer producto financiero orientado a atender el financiamiento de inversiones de mujeres empresarias y emprendedoras en el marco del Programa Regional de Financiamiento para Mujeres Empresarias (PRAEM). El programa facilita financiación a mujeres que deseen emprender un nuevo negocio, mujeres propietarias de mipymes, mipymes con socias y con mayoría patrimonial de mujeres y mipymes que cuenten con más del 50% de empleadas mujeres, legalmente constituidas y que cuenten con un número máximo de hasta 100 empleados con un monto máximo de financiamiento de hasta USD1,000,000 (BCIE, 2017).

Aportes a la construcción de un mercado financiero más inclusivo en Centroamérica.

Además de apoyar la inclusión financiera de las mujeres, **la iniciativa busca concientizar a los bancos sobre la importancia de incluir un enfoque de género para que impulsen iniciativas y desarrollen productos que beneficien a las mujeres.**

Desde su inicio en 2016, FEM ha logrado gestionar 68 desembolsos a través de 12 instituciones, canalizando un monto de USD 22,4 millones y beneficiando a un total de 7.500 hogares de bajos ingresos de los cuales el 83% son hogares cuya jefa de familia es una mujer.

No sólo se transfieren recursos a bancos intermediarios en los distintos países de Centroamérica, sino también pautas para el trabajo con mujeres para garantizar el éxito del programa. A nivel externo, la inclusión de la perspectiva de género en operaciones es difícil porque los países tienen normativas diferentes lo cual hace que los ajustes no hayan sido fáciles, pero al ser el brazo financiero de SICA, apoya a los órganos más importantes de este en los procesos de mejora para la construcción de estrategias de carácter regional. De este modo, siempre se acompañan los procedimientos para implementar la perspectiva de género, para que exista dicho enfoque e impactar en las mujeres.

III.2 El impacto del COVID-19 ha sido desproporcionadamente mayor en las mujeres

De acuerdo con numerosos estudios (ONU Mujeres, 2020; CEPAL, 2021 entre otros), la pandemia ha profundizado las desigualdades y atenta contra la autonomía de las mujeres, principalmente en cuatro aspectos: **la desigualdad económica y pobreza, la división sexual del trabajo, la concentración del poder y los patrones culturales y patriarcales.**

En el año 2021, se prevé que en el mundo habrá 118 mujeres de 25 a 34 años en situación de pobreza extrema por cada 100 hombres del mismo grupo etario y este índice podría elevarse a 121 mujeres pobres por cada 100 hombres pobres en 2030 (CEPAL, 2021). **La pandemia provocó altas tasas de desempleo femenino y trabajo informal (PNUD, 2020a), así como un incremento en la pobreza (CEPAL, 2021).**

Se evidenciaron pérdidas masivas de empleo, la contracción de las economías y la pérdida de medios de subsistencia con un 25% de mujeres que se han quedado sin trabajo o negocio vs. el 21% de los hombres (Azcona *et al.*, 2020), así como también un incremento del número de mujeres concentradas en el sector informal sin acceso a sistemas de protección social. Todo ello coloca a las mujeres en una situación de fragilidad frente al empleo, de incertidumbre en sus negocios y de inseguridad económica.

Esto aumentó el número de hogares en situación de pobreza y la sobrerrepresentación de las mujeres en estos. Por otra parte, la brecha financiera y digital acentuó la incapacidad de las mujeres para hacer frente a la crisis.

El impacto ha sido particularmente fuerte porque las mujeres están sobrerrepresentadas en los sectores de

salarios bajos (Tucker y Patrick, 2017), a los que se les llama las siete C² por sus términos en inglés: cuidado / cuidado de niños/as, cajero/a (venta al por menor), catering, limpieza, oficinista (administración), artesanía y economía informal. La división sexual del trabajo muestra, asimismo, que las mujeres están concentradas en los sectores de mayor riesgo de contagio, como en la primera línea de respuesta a la pandemia. Adicionalmente las mujeres se encuentran concentradas en sectores de baja cualificación por lo que son más propensas a ser despedidas (ONU Mujeres, 2020; CEPAL, 2021).

Las empresas lideradas por mujeres se han visto afectadas de manera desproporcionada; en América Latina tuvieron un 11% más de probabilidades de cerrarse en comparación con las empresas dirigidas por hombres. No solo una mayor proporción de mujeres lideran microempresas sin empleados en la muestra (37% en comparación con 24% para los hombres), sino que también se concentran en los sectores que se han visto más afectados por las medidas del confinamiento como, por ejemplo, restaurantes, agencias de viajes o turismo, servicios de organización de eventos, servicios de educación y cuidado infantil, artes escénicas y entretenimiento, hoteles, cafés y restaurantes (BM, 2020). Las empresas propiedad de mujeres necesitan subvenciones y otros mecanismos de financiación de estímulo dirigidas específicamente a ellas (Azcona *et al.*, 2020).

RESPUESTAS DE LAS IF AL IMPACTO DE LA PANDEMIA EN LAS EMPRENDEDORAS: ADAPTACIÓN PARA LLEGAR A MÁS MUJERES

La brecha digital se ha acentuado y evidenciado en tiempos de movilidad restringida por COVID-19³

- Los bancos han respondido ágilmente pasando de la prestación de SNF a soluciones digitales que les permitieran capacitar y acompañar a las emprendedoras para enfrentar un futuro sin certezas en lo económico al mismo tiempo que respetando los protocolos de distanciamiento social. Los programas de apoyo combinan cómo gestionar poca liquidez financiera, la disrupción de las cadenas de proveedores y cambiar estrategias de negocios.
- Pro Mujer, como organización que brinda servicios financieros, de salud y educativos a mujeres desatendidas en América Latina, aceleró su proceso de adaptación. Los equipos de salud y financieros en toda la región están desarrollando rápidamente nuevas formas de satisfacer las necesidades de sus beneficiarias, mientras desarrollan estrategias a corto y largo plazo para garantizar que las mujeres continúen recibiendo apoyo, para que puedan mantenerse saludables y abordar el impacto económico. Se consideraron diferir muchos de los pagos de crédito para aliviar el peso económico, así como proveer capital para reabrir sus negocios, se desarrolló una billetera digital y la digitalización de servicios de capacitación y asesoría.

2 7Cs of caring/childcare, cashiering (retail), catering, cleaning, clerical (admin), craft and the casual/informal economy.

3 Universalizar el acceso a las tecnologías digitales para enfrentar los efectos del COVID-19

LA VOLUNTAD MULTIACTORAL A FIN DE AGILIZAR EL ACCESO AL CAPITAL Y CONTRIBUIR A LA REACTIVACIÓN ECONÓMICA

Programa de Emergencia de Apoyo y Preparación ante el COVID-19, BCIE, MELYT y otros cooperantes.

En el marco de la emergencia sanitaria que afecta a toda la región, el BCIE estableció el Programa de Emergencia de Apoyo y Preparación ante el COVID-19 y reactivación económica con hasta USD 1,960 millones, aprobado el 31 de marzo de 2020, como respuesta a los impactos de la pandemia. Como parte de este programa, el BCIE lanzó una Facilidad de Apoyo al Sector Financiero para el financiamiento de las mipymes afectadas por la crisis del COVID-19, con el apoyo de la Cooperación Financiera Alemana a través del Banco de Desarrollo del Estado de la República Federal de Alemania (KfW por sus siglas en alemán) y la Unión Europea. Esta Facilidad de Apoyo del BCIE pone a disposición recursos de crédito para financiar necesidades de capital de trabajo e inversión a través de su red de IF en los países hasta por USD 350 millones. El programa y la facilidad propuesta por el BCIE cuentan con un apoyo de varios organismos financieros y de cooperación, entre ellos ONU Mujeres/MELYT. A su vez, la AICD se encuentra en proceso de evaluar su participación en esta iniciativa para colaborar con todas las partes implicadas en el logro de una reacción rápida y coordinada a los desafíos planteados por la pandemia del COVID-19.

El aporte de la Cooperación Italiana y ONU Mujeres/MELYT de un millón de dólares en estos mecanismos de financiación tipo *blending* es una muestra de la voluntad para trabajar con socios/as estratégicos/as en los países del triángulo Norte de Centroamérica y en sectores de mipymes lideradas por mujeres. Sobre todo, porque se asegura que el enfoque de género esté presente en el diseño de esta herramienta.

El 100% de estos fondos se destinará a otorgar garantías parciales a mujeres empresarias o emprendedoras quienes acceden a préstamos, asistencia técnica y donaciones. Junto a este ofrecimiento en proceso de concretarse, el BCIE logra la anuencia de otros cooperantes para aportar al programa y a la Facilidad con la garantía de que sea un fondo que no discrimine a las mujeres, quienes se ven mayormente afectadas por esta pandemia. El fondo de garantía estará disponible desde la fecha de formalización y desembolso del millón de dólares, durante el primer año de operaciones para las mujeres empresarias del sector mipyme dentro de la región Trifinio. A partir del segundo año estará disponible para todo el territorio de Guatemala, El Salvador y Honduras y, gradualmente, para los seis países de la región centroamericana (Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica y Panamá). El BCIE asumirá como contrapartida los gastos de operación del fondo, principalmente los relacionados a la puesta en operación del fondo de garantía parciales. También contará con un sistema de monitoreo y evaluación de la inclusión financiera de las mujeres y sus repercusiones en el bienestar de ellas, su familia y su entorno económico directo (generación de empleo, crecimiento en ventas, salarios y utilidades entre algunas de las principales variables).

Todos estos factores se ven agravados por desigualdades históricas pendientes de resolver. La **carga de trabajo doméstico y de cuidado no remunerado**, mayoritariamente asumida por las mujeres, que durante la pandemia aumentó de manera desproporcionada (ONU Mujeres y CEPAL, 2020), limitó el tiempo que ellas pueden dedicar a sus negocios y trabajos y, en algunos casos, ha hecho del todo inviable la reincorporación de las mujeres al mercado laboral. Según una encuesta realizada por Facebook, la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y el BM a empresas de diversos tamaños, el cuidado de los/as niños/as, la educación en el hogar y las tareas domésticas han afectado el trabajo de las empresas lideradas por mujeres en un 10% más que a las lideradas por hombres (Facebook, OCDE y BM, 2020).

A ello se suman los patrones culturales y patriarcales que también en el contexto de la crisis y potenciados por las medidas de confinamiento y limitación de la movilidad fomentaron un **aumento de la violencia de género** debido a una mayor exposición con agresores o potenciales agresores, el estrés económico y social, en un contexto de movilidad restringida y medidas de aislamiento social (ONU, 2020).

También, se evidenció una **menor participación de las mujeres en la toma de decisiones** en respuesta a la pandemia lo que limita que sus necesidades sean tomadas en cuenta en esta respuesta.

Respecto a la **capacidad de los gobiernos para facilitar el acceso y uso de los SF**, la pandemia dejó en evidencia la necesidad de aplicar medidas de alivio fiscal y apoyo para hacer frente a sus compromisos económicos y garantizar acceso al capital orientado hacia la adaptación y reconversión de sus negocios para

adaptarse al nuevo contexto. Además, la aceleración de la digitalización de los SF, aunque en su momento facilitó transacciones bancarias de muchas personas en todo el mundo durante el confinamiento, no necesariamente se tradujo en una mayor inclusión de aquellas personas con falta de alfabetización o capacidades digitales limitadas, las que, en consecuencia, cuentan con menos probabilidades de aprovechar las plataformas tecnológicas (Walbey y Tan Yi Lu, 2020).

Algo similar ocurrió en el caso de las cuentas que se abrieron para hacer llegar los pagos de ayudas sociales del gobierno a los grupos poblacionales más impactados. Si bien la digitalización de los pagos del gobierno puede ayudar a impulsar la inclusión financiera y la participación económica de las mujeres (FINDEX 2017), la superación de la crisis requiere de medidas complementarias que contribuyan a fortalecer el vínculo con las IF, así como a mantener la conexión con el mercado laboral y la recuperación y reconstrucción de los negocios.

La vinculación estratégica entre acceso al capital y programas de apoyo a la mipyme es una fórmula que se repite en las iniciativas orientadas a la inclusión financiera de las mujeres. Con el fin de movilizar recursos hacia sus emprendimientos, los bonos sociales de género son una experiencia interesante que está generando buenos resultados no solo por su capacidad de colocar recursos en negocios liderados por mujeres, sino también por el efecto multiplicador que genera en los bancos que se encargan de colocarlos, los cuales incrementan la inversión en recursos para esta línea de financiamiento dados los resultados obtenidos. En este sentido, se observa una nueva tendencia en la forma de invertir: cada vez hay más inversionistas que toman decisiones con el objetivo de generar impacto social.



INYECCIÓN DE CAPITAL PARA LAS MUJERES QUE GENERA TRANSFORMACIONES EN EL ECOSISTEMA FINANCIERO. LA EXPERIENCIA DEL BONO SOCIAL DE GÉNERO FIRA EN MÉXICO

El **bono social de género** se identificó como una oportunidad en el marco de la recuperación después del shock inicial causado por la pandemia. Los Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura de México (FIRA) emitieron el bono de género en la Bolsa Institucional de Valores de México (BIVA), el cual tiene como objetivo facilitar el acceso al financiamiento a proyectos liderados por mujeres en zonas rurales, relacionados con la agricultura, ganadería, avicultura, agroindustria, pesca y otras actividades relacionadas, y, de este modo, contribuir a revertir desigualdades a través de operaciones de crédito y descuento.

La emisión del Bono Social de Género es la primera con perspectiva de género en México y constituye un mecanismo innovador que busca atraer más inversionistas con interés en promover la igualdad de género. Este cumple con los Principios de Bonos Sociales de la Asociación Internacional de Mercados de Capitales (ICMA, por sus siglas en inglés). También se enmarca en la tendencia internacional de financiación según criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG, por sus siglas en inglés).

Este instrumento se enmarca en el plan de desarrollo nacional y la estrategia institucional que está orientada a financiar el campo en México a través de la inclusión financiera, incremento de la productividad y contribución al desarrollo sostenible. La institución cuenta con un modelo de segundo piso en el cual suma 81 intermediarios financieros.

Capacitación, asesoría y garantía

Este es el formato de apoyo, ya que la tesis de inversión de este instrumento es que las mujeres no tienen el mismo acceso al financiamiento y por ende a los factores de productividad. A través del bono de género, FIRA busca, por un lado, dar garantía a los bancos colocadores (BBVA, Santander, Citibanamex, Scotiabank y HSBC, entre otros) y, por el otro, transfiere tecnología y capacitación de manera directa a las tomadoras de los créditos, lo cual reafirma la capacidad de repago de las mujeres dando certeza a los intermediarios financieros.

Los recursos se utilizarán para financiar la cartera de proyectos de inversión de mujeres acreditadas en cualquiera de los sectores apoyados por FIRA a través de sus diferentes programas. Serán destinados a financiar y refinanciar préstamos e inversiones a mujeres acreditadas y nuevas solicitudes de crédito y financiamiento de proyectos de inversión que cumplan con los criterios de elegibilidad:

- Inclusión financiera, recursos para emprender para aquellas mujeres que antes no han recibido un crédito de FIRA.
- Iniciativas laborales y productivas, recursos que brindan a las mujeres una mayor autonomía para el desarrollo de sus proyectos como fuente de ingreso, generación de empleo y autoempleo familiar.
- Emprendimientos, recursos para emprender un nuevo negocio, consolidar o hacer crecer el existente.

III.3 Acciones coordinadas y articuladas para revertir un sistema financiero excluyente

Existen grandes evidencias de que los actores del ecosistema precisan de esfuerzos de vinculación entre ellos a través de un trabajo coordinado y articulado. Acciones afirmativas para impulsar la inclusión de las mujeres permite que los bancos multilaterales de desarrollo, gobiernos y la banca pública y privada logren acuerdos y emitan instrumentos o productos financieros que permitan a las mujeres alcanzar lo que no pueden de otro modo: garantía para el acceso a capital, formación, asesoramiento financiero y de negocios, experiencia gestionando un crédito y haciendo uso de otros productos financieros vinculados. Estas son alianzas estratégicas que ofrecen nichos de oportunidades para grupos de mujeres y que generan evidencia positiva escalable; debieran sumarse a procesos de revisión de políticas, normas y requisitos que por sí mismos, en la actualidad, generan exclusión. Iniciativas de este tipo a nivel nacional generalmente encuentran a los gobiernos, entes reguladores y la banca de desarrollo, entre otros, accionando en pos de:

- **Identificar normas y requisitos para el acceso a servicios bancarios vs. la existencia de otras legislaciones que limitan las libertades de las mujeres.** Según datos del Microscopio de 2019, los requisitos de apertura de cuentas son los mismos para hombres y mujeres en todos los países, sin embargo, en

el Caribe existen otras restricciones legales que enfrentan las mujeres relacionadas con el empleo, derechos de propiedad sobre los bienes inmuebles, la movilidad y elección del lugar donde viven que afectan directamente su participación económica y a la vez su acceso a SF (BM, 2021b).

- **Identificar brechas de inclusión financiera de las mujeres y cómo estas son abordadas con estrategias específicas.** En la última década, se ha visto un avance en el establecimiento de compromisos y objetivos en las estrategias nacionales de IF en países de América Latina. Las estrategias se enfocan en acciones para reducir la pobreza y promover la estabilidad y desarrollo de sus sistemas financieros (OCDE/CAF, 2020). Hasta el momento de publicación, dieciséis países en ALC han implementado o están implementando estrategias nacionales de inclusión y educación financiera.
- **Garantizar estrategias y compromisos a largo plazo que reduzcan el impacto de los cambios políticos y administrativos** que afectan a la coordinación y colaboración efectiva de las instituciones involucradas en las estrategias nacionales para la implementación de sus planes de trabajo. Se hace necesario que cada institución desarrolle modelos de negocios que justifiquen la continuidad en el trabajo a través de la vinculación de los compromisos de género con los objetivos globales de la institución (OCDE/CAF, 2020).



PROGRAMA INCLUSIÓN FINANCIERA CON PERSPECTIVA DE GÉNERO PARA LAS MUJERES EN SUS DIVERSIDADES: EL EJEMPLO DE COSTA RICA

Este ambicioso programa ha ido desarrollándose en etapas firmes con el objetivo de alinear esfuerzos de actores del ecosistema en el desafío de reducir brechas financieras en el país. A través de:

- Acompañar, mediante la transversalización del enfoque de género, a las entidades financieras y los entes responsables de dirigir, implementar y evaluar los lineamientos para el cierre de las brechas financieras entre mujeres y hombres.

- Medir, analizar y comunicar datos del sistema financiero de Costa Rica que permitan visibilizar las brechas financieras entre mujeres y hombres.
- Acompañar técnicamente a las entidades financieras para garantizar el acceso, uso efectivo y control de los servicios y productos financieros a las mujeres, con el fin de eliminar su exclusión económica.
- Sensibilizar y educar al personal del sistema bancario, particularmente a las áreas de Riesgo, Cumplimiento, Legal, Crédito, Banca de Personas, Pymes, para que brinden servicios que eliminen y prevengan la exclusión financiera de las mujeres en su diversidad.
- Incorporar en los productos y SF las necesidades de las mujeres en su diversidad, mediante acciones afirmativas que garanticen el cierre de las brechas económicas entre mujeres y hombres en el país.

Estos acuerdos sobre líneas estratégicas de acción han sido producto de un trabajo de diagnóstico y planificación multiactoral liderado por el Instituto Nacional de las Mujeres (INAMU), que permitieron concluir con lineamientos generales aplicables a los distintos actores del ecosistema.

El desarrollo de la iniciativa ha seguido tres etapas. En la **primera** se identificó la necesidad de cerrar las brechas de información y producir datos desagregados por sexo, en relación con la situación financiera de hombres y mujeres, mediante la coordinación entre tres instituciones nacionales: el INAMU, la Superintendencia General de Entidades Financieras (SUGEF) y el Sistema de Banca para el Desarrollo (SBD). Las tres entidades, con el apoyo de la CEPAL, presentaron el *Informe de brechas entre hombres y mujeres en el acceso y uso del sistema financiero bancario en Costa Rica* en agosto de 2019. Este primer informe tuvo por objetivo proporcionar un diagnóstico de la información financiera producida por el Estado costarricense, que permitiera reflexionar sobre la necesidad de construir indicadores desagregados por sexo y que estos, a su vez, posibilitaran la toma de acciones decididas y acotadas, relacionadas con políticas de inclusión financiera sensibles al género. Esto con el fin de responder, de manera articulada, a las metas orientadas a garantizar los derechos de las mujeres de acceder a los recursos económicos y a los SF.

En la **segunda etapa** de desarrollo de la iniciativa se elaboraron los lineamientos para cerrar las brechas financieras entre hombres y mujeres en Costa Rica. El documento señala lineamientos y acciones concretas que todas las entidades pertenecientes al Sistema Financiero Nacional pueden implementar para el cierre de las brechas financieras de las mujeres. Su objetivo es garantizar el acceso, uso efectivo y control de los servicios y productos del sistema financiero bancario nacional a las mujeres en su diversidad, para el desarrollo de su autonomía económica, la inclusión financiera y la eliminación de las brechas entre mujeres y hombres. Las acciones que las entidades financieras llevan adelante se vinculan también con el Sello de Igualdad de Género (certificado por INAMU), política que tiene como objetivo la eliminación de las brechas entre hombres y mujeres en el ámbito laboral.

Actualmente la iniciativa se encuentra en una **tercera etapa**, en la que se realizan pruebas piloto en tres entidades financieras: banca pública, privada e institución de microcrédito, para identificar cómo funcionan los lineamientos y acciones diseñadas. El programa busca el desarrollo de un plan de acción de cada entidad para implementar los lineamientos. Con base en los resultados de los tres pilotos, se desarrollarán guías de réplica.

Paralelamente se trabaja en un informe en el que se compartirá información sobre la evolución del cierre de las brechas financieras. Asimismo, se incluirá un capítulo que analiza las consecuencias de la pandemia en el acceso a créditos para hombres y mujeres. Aunque actualmente la iniciativa solo abarca a la banca, tiene planeado extender su alcance a todo el sistema financiero, incluyendo pensiones, valores y seguros.

Claves en el proceso

- Alianza INAMU e IF reguladoras
 - Apoyo al más alto nivel (Vicepresidencia)
 - Involucrar al sector privado con el “caso negocio” para enfocarse en las mujeres, mirando el impacto real y la tasa de retorno
 - Sobre las bases firmes de un diagnóstico participativo y prioridades consensuadas, se iniciaron acciones a nivel de cambio de cultura organizacional en las IF y al fortalecimiento de emprendedoras
-

El caso de Costa Rica, que permitió vincular a actores de todo tipo pertenecientes al ecosistema financiero, se ha dado en otros países tales como Chile y El Salvador, generando bases para cambios sustanciales en prácticas, políticas y normas, y sumando esfuerzos entorno a, por ejemplo, la gestión de datos desagregados que les permiten evidenciar el nivel del problema y los avances gracias a la implementación de las estrategias.

Finalmente, cabe mencionar que, así como existen ejemplos que nacen de la voluntad política de los gobiernos, hay otros que son lideradas por los bancos, tal es el ejemplo del Programa Crece Mujer lanzado hace seis

años por la Filial Microempresa del Banco Estado de Chile (www.crecemujer.cl). Este programa surgió al analizar las brechas de género existentes en el ecosistema emprendedor y comienza con tres pilares: acceso al sistema financiero, más competencia de gestión, más generación de redes de negocios y, transversalmente, la adaptación organizacional para ser capaces de abordar temas de género. Así como el análisis de las brechas surgió del ecosistema emprendedor, en ese mismo espacio se fueron forjando alianzas a fin de prestar capacitación y crear comunidad entre mujeres, esto es, contar con espacios de conexión, acceso y creación de redes.

SECCIÓN IV

IV. Elementos para valorar la capacidad transformadora de una iniciativa para promover la inclusión financiera de las mujeres

Las áreas aquí presentadas constituyen el marco de análisis a la luz del cual se identificaron iniciativas de inclusión financiera de las mujeres de la base de la pirámide y emprendedoras con micro y pequeñas empresas en la región. Cada una de ellas ha sido definida y nutrida por buenas prácticas reveladas en las IF

y sirven de guía para todas aquellas instituciones que deseen embarcarse en el camino de transformar procesos y prácticas para una mayor inclusión. Las prácticas aquí resumidas son abordadas con mayor detalle en los siguientes apartados.

ÁREAS	ACCIONES TRANSFORMADORAS
Definición de la propuesta de valor	<p>Conocer el perfil de mujeres que se está atendiendo para definir la propuesta de valor:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de brechas en la participación en los productos financieros. • Identificación de necesidades y perfil del grupo a través de consultas, estudio de mercado y definición de nichos de mujeres. • Identificación de diferentes factores de vulnerabilidad tales como: raza, etnia, edad, desigualdades sociales particularmente con relación al territorio que ocupan y cómo este determina su acceso diferenciado a posibilidades, recursos y servicios⁴. • Elaboración de un plan de adecuaciones tanto a nivel de procedimientos como de prácticas internas que reconozcan necesidades y factores de vulnerabilidad. • Esta práctica de ser regular a fin de chequear cambios en necesidades y oportunidades generadas en las mujeres ante variaciones de contexto.
Oferta integrada de SF y SNF que de garantía de acceso y uso del producto financiero	<p>Ofrecer un servicio integral que permita acceder y usar SF y SNF al mismo tiempo —ahorro, seguros, crédito de la mano de capacitación, asesoría financiera y de negocios, vinculación a mercados—</p> <ul style="list-style-type: none"> • El producto financiero es diseñado teniendo en cuenta el ciclo de vida de las mujeres y de sus negocios. Pensar los distintos nichos en función de un recorrido que dé cuenta del crecimiento financiero de las mujeres.

⁴ Si bien el enfoque de interseccionalidad no aparece de manera explícita en el diseño de los servicios y productos, subyace su análisis con relación al entendimiento que tienen de los grupos atendidos particularmente sobre los factores señalados.

- Los requisitos y trámites para acceder a los productos y servicios financieros se diseñan teniendo en cuenta las barreras de acceso que enfrentan las mujeres a fin de abrir cuentas, obtener créditos, etc.
- Los canales de acceso, información y comunicación permiten articular la oferta de SF y SNF. Desarrollar y adaptar plataformas digitales, redes de sucursales con asesores especializados que permitan brindar esta información.
- La oferta de valor que articula SF y SNF es revisada de manera regular y adecuada a cambios en el contexto general y de subsegmento de mujeres que se busca alcanzar en particular.
- Se redefinen SNF siguiendo las nuevas necesidades de las mujeres en su proceso de crecimiento y fortalecimiento de los negocios. La prestación de SNF permite generar un vínculo con las mujeres para acompañarlas en el recorrido de aprendizaje que se traduce en el uso que hace del producto financiero. Se redefinen SF en función de la información que se tiene de las mujeres luego de haber establecido una relación comercial y haber construido historia crediticia.

Alineación institucional

Buscar el cambio institucional a través de:

- La sensibilización de los equipos involucrados en el diseño e implementación de programas e iniciativas para promover la inclusión financiera de las mujeres.
- La centralización del producto diseñado para mujeres en el equipo comercial de la institución financiera.
- El apoyo expreso del liderazgo de las instituciones financieras al desarrollo de innovaciones para atender a las mujeres y garantizar una mayor inclusión.
- El desarrollo de capacidades en las IF y cambio de la cultura organizacional para llegar a las mujeres, particularmente a aquellas que no tienen una relación con la banca comercial.

Integración de mediciones de sustentabilidad de las iniciativas

Servir a los distintos nichos de mujeres debe ser rentable para las IF y otros actores del ecosistema que invierten en procesos de inclusión. Esto se puede trabajar a través de:

- El establecimiento de mediciones que muestren la rentabilidad del producto, el acceso y su uso.
- La recolección de indicadores de cambios en la vida y negocios de las mujeres, sumados a los indicadores comerciales, para monitorear que los programas de financiamiento con enfoque de género estén bien orientados.
- Con estos indicadores se puede establecer un sistema de monitoreo robusto.
- Replicar en otros productos financieros las características que han probado ser exitosas en el marco de las iniciativas diseñadas a medida para las mujeres.

SECCIÓN V

V. Principales avances en materia de inclusión financiera de las mujeres de la base de la pirámide en la región

V.1 Productos y servicios intencionalmente diseñados

Existe evidencia de que moverse del lugar de la estandarización de productos y SF que se les ofrece a las mujeres genera no solo mayores niveles de inclusión, sino también ganancias para las IF. Es notable destacar que todas las iniciativas de inclusión relevadas partieron de un conocimiento profundo del grupo a ser alcanzado y beneficiado. En algunos casos, fue implementando un estudio de mercado, en otros surgieron de la necesidad de dar respuestas a barreras ya identificadas por actores del sector financiero.

La innovación de productos y SF es clave, así como la capacidad de ajustarlos a las necesidades de los diferentes segmentos de mujeres (empresarias, empleadas, estudiantes jefas de familia, jubiladas, etc.), teniendo en cuenta sus diferentes condiciones (por ejemplo, mujeres rurales y urbanas). Los ajustes se dan a nivel de:

- **Producto financiero:** brindar créditos sin aval, fondos de garantía o garantías intangibles (joyas, familiares como garantes, mueblería, entre otros), préstamos a tasas especiales, ampliación de los períodos de gracia, considerar períodos especiales como maternidad; disminución o inexistencia de tarifa mínima para la apertura de una cuenta de ahorro.

- **Trámites burocráticos:** se reducen los procesos burocráticos de apertura de cuentas combinando aperturas online realizadas por clientas o por asesores. Así también se simplifica la documentación requerida y se busca facilitar trámites de creación de empresas y de las cargas tributarias.

En momentos donde la digitalización de productos financieros parece ser la respuesta a los desafíos de la ubicación remota y falta de tiempo que enfrentan las mujeres, aún debe reconocerse la necesidad de generalizar una oferta de valor para que tienda a consolidarse una salud financiera. La digitalización, la simplificación de trámites, la reducción de requisitos disminuye barreras, pero siguen siendo necesarias aquellas acciones que permitan que las mujeres cuenten con una situación de tranquilidad ante su futuro financiero y sean capaces de tomar decisiones que les permitan disfrutar de su vida. Dada una identificación de los desafíos de las mujeres en su relación con los bancos y los productos y servicios que ofrecen, los bancos miembros de la Alianza Financiera por las Mujeres (FAW por sus siglas en inglés) se han enfocado en ofrecer SNF para las mujeres (FAW, 2020).

LA CONSTRUCCIÓN DE LA SALUD FINANCIERA EN LA PRÁCTICA

El paso de la inclusión a la salud financiera es un proceso paulatino de adquisición de capacidades a través del aprovechamiento de SNF, que permiten a las mujeres un mayor y mejor uso de los SF con el fin de reducir riesgos y ganar tranquilidad financiera en el largo plazo.

El desarrollo de capacidades se trabaja a distintos niveles:

- **Educación para promover capacidades financieras y digitales:** se proveen guías, herramientas, formatos de referencia, uso de herramientas tecnológicas para la gestión de negocios, tales como gestión de flujo de caja, nómina, facturación y contabilidad.
- **Educación para emprender o trabajar en sectores más productivos:** mostrando oportunidades y caminos de acceso para entrar a sectores con mayor rentabilidad tales como tecnología, construcción, etc.
- **Educación relacionada a la gestión de negocios:** desarrollo de modelo de negocios y estimación de necesidades financieras.
- **Información sobre requerimientos legales y contables** para formalizar sus negocios.
- **Provisión de información y entrenamiento para incrementar confianza:** desarrollo de habilidades blandas –negociación y liderazgo–, manejo de su negocio, información sobre productos financieros y su aplicabilidad, acceso a oportunidades de conformación de redes para adquirir nuevas experiencias.
- **Acceso a redes de negocio, información sobre licitaciones, oportunidades de contratación:** provisión de información y facilitación de acceso a espacios donde pueden contactarse con posibles compradores/as y empleadores/as, así como mentores/as e innovación.
- **Asesorías y mentoreo:** interacción directa con profesionales que pueden brindarles apoyo.

V.2 Oferta integral de servicios financieros y no financieros para una mayor participación en la economía con menores niveles de vulnerabilidad

La inclusión financiera de las mujeres proyectada como un proceso catalizador de transformaciones de sus capacidades económicas y financieras presupone ofrecer SF y SNF que cubran necesidades de gestión del dinero permitiendo autonomía económica, potenciar negocios y proyectos personales, así como reducir los riesgos para las mujeres. Esto es alcanzar la salud financiera.

PRODUCTOS Y SERVICIOS CLAVES PARA LA SALUD FINANCIERA DE LAS MUJERES

Las instituciones financieras han comenzado a pensar y diseñar productos y servicios a medida, orientados a reducir el nivel de exposición a las crisis y atender los intereses de las mujeres que están, en la mayoría de los casos, vinculados a garantizar la seguridad a sus familias.

- **Los seguros** son uno de los SF que ha cobrado mayor importancia a raíz de la crisis del COVID-19 ya que esta ha evidenciado la necesidad de contar con esta cobertura para sobrellevar el impacto que en momentos de crisis –por problemas de salud, ambientales o de otro tipo– sufren sus negocios y familias. Las aseguradoras necesitan brindar un servicio a la medida de las necesidades de las mujeres en este contexto y así apoyarlas en la recuperación de su economía, negocios, su salud y la de su familia (Holliday *et al.*, 2020).
- **Las hipotecas:** un estudio realizado por la International Finance Corporation (IFC) en 2019 demostró que hay una gran demanda de préstamos para vivienda entre las mujeres en Colombia, pero siguen estando limitadas para acceder a ellos por la inestabilidad de sus ingresos y por no poder cumplir con los requisitos de aprobación del préstamo. En total, el 20% de los hogares encabezados por mujeres y el 44% de los hogares que toman decisiones conjuntas planean comprar una casa en los próximos cinco años y el 23% prevé hacer mejoras en la vivienda.

El mercado para las mujeres en Colombia se estima en aproximadamente USD 23 mil millones, sin embargo, las mujeres siguen en desventaja para obtener préstamos para vivienda debido a las desigualdades económicas, incluidos ingresos más bajos y menores oportunidades de empleo formal (IFC, 2019).

- **Créditos para desarrollo:** mejora de su hogar, educación propia y las de sus hijos.

OFRECER A LAS MUJERES SERVICIOS ORIENTADOS AL CUIDADO DE SU SALUD ES PRIMORDIAL

En la construcción de la salud financiera de las mujeres existe un vínculo muy importante con los seguros de salud y los servicios focalizados en promover la prevención y cuidado de la salud de las mujeres (aplicaciones de consultas, capacitaciones y campañas). Así es reconocido por Pro Mujer a través de la **aplicación móvil RADAR**, la que en respuesta al impacto del COVID-19 se hace disponible de manera gratuita para todo el equipo de Pro Mujer en América Latina y los Estados Unidos. RADAR proporciona información diaria sobre los posibles riesgos de infección a los que la organización se puede estar enfrentando, ayudando a responder de manera efectiva para proteger al personal y las clientas.

Las IF que han comenzado a trabajar con distintos subsegmentos de mujeres han comprendido la necesidad de acompañar este proceso de alcanzar la salud financiera con una amplia gama de productos diseñados para ellas, así como también garantizando acceso a la información sobre ellos. Se destaca en este sentido el trabajo educativo que se realiza con las mujeres para estimular el ahorro y a través del uso de la caja de ahorro construir historial que permita evaluar su capacidad de repago, acceso a créditos vinculados a seguros, la existencia de fondos de garantías para aquellos segmentos que no pueden proveer estos respaldos y que no tienen historial de crédito, información necesaria para conocer y decidir sobre la prestación de una variedad de SF diseñados para contribuir a la autonomía de las mujeres.



FONDO MUJER BANDESAL - "PORTAFOLIO DE SERVICIOS INTEGRADOS HECHO A MEDIDA PARA LAS CLIENTAS" – EL SALVADOR

Fondo mujer, iniciativa lanzada por el Banco de Desarrollo de El Salvador (BANDESAL), es un ejemplo de la importancia de adecuar el servicio al público no solo desde los montos de los créditos, tasas, provisión de un fondo de garantía y prestación de SNF, sino también en asegurar una llegada a las mujeres aliándose con organizaciones que están más cerca de ellas, simplificando las comunicaciones y generando un cambio en aquellos. El programa tiene sus orígenes en un proyecto piloto realizado en dos regiones, cuyos resultados fueron un éxito tanto a nivel de impacto en la vida y los negocios de las mujeres, como en garantizar la rentabilidad del producto. La iniciativa, compuesta por tres componentes –crédito, fondo de garantía y capacitaciones– entró en su segunda etapa en 2018.

El Fondo Mujer se ejecuta a partir de una estrategia que contempla la territorialización progresiva y la realización de alianzas estratégicas con IF públicas y privadas e instituciones gubernamentales. Además de sus tres componentes, gran parte de su éxito se atribuye a una acción fuerte y sostenida de búsqueda de potenciales clientas y del mantenimiento de la relación con ellas. Los asesores de crédito explican a las mujeres la oportunidad de adquirir el crédito y evalúan sus capacidades de tomarlo para evitar sobreendeudamiento. La presencia en el territorio y la construcción de confianza son claves para llegar a las mujeres de la base de la pirámide. BANDESAL entiende la importancia de la construcción de la demanda, desde el crédito inicial hasta la formación continua de las mujeres.

El Fondo Mujer se articula de manera escalonada con el Programa Banca Mujer (no incorpora el fondo de garantía) el cual ofrece crédito, capacitación y asistencia técnica a pymes, muchas de las cuales comenzaron su proceso de desarrollo con el Fondo.

Portafolio de servicios integrados:

- Crédito directo desde USD 300 dirigido a distintos segmentos de mujeres (mipymes). Amplia cobertura de garantía de hasta el 70% del monto otorgado en la modalidad segundo piso.
- Modelo de evaluación con un énfasis en medir la capacidad de las mujeres en hacer crecer su negocio, tomar decisiones de manera independiente, grupo familiar, lejanía de centros urbanos, etc.
- Capacitación inicial, previa al otorgamiento del crédito, en derechos de las mujeres y nociones básicas de negocio.
- Capacitación posterior según necesidades identificadas por las tomadoras de crédito (liderazgo, motivación, educación financiera y asesoría sobre redes sociales) que faciliten la publicidad y comercialización interna y externa de sus productos y servicios, gestión administrativa, buenas prácticas de manufactura, asesoría para trámites de exportación, desarrollo de imagen comercial y asociatividad, entre otras.

Otros factores claves para el éxito

- Metodología de atención basada en la construcción de una relación cercana: visitas de campo a conocer y relevar los negocios, los ejecutivos de cuentas deben ser oriundos del lugar para facilitar la comunicación.
- Capacitación al grupo de ejecutivos de cuentas que atienden a mujeres.
- Implementación de la figura del supervisor/a para controlar de manera aleatoria los negocios incorporados por la banca intermediaria.
- Acompañamiento brindado por asesor/a de cuentas y técnico/a agrícola.

V.3 Productos y servicios para un salto desde la lógica reproductiva a una productiva

Todas las iniciativas reveladas dan cuenta de una intención de visibilizar, formalizar y, desde ahí, acompañar el trabajo productivo de las mujeres, el que en general se ha mantenido en la informalidad y ha sido vinculado a las responsabilidades socialmente asignadas de cuidado. Muchas de las mujeres situadas en la

base de la pirámide, que deciden emprender, lo hacen desde su casa, en los tiempos que no están ocupados con el cuidado de la familia y el hogar. Las actividades productivas y de cuidados comparten tiempo y espacio y dichos esfuerzos van en gran medida orientados a garantizar el bienestar familiar. Esto hace muy difícil que las mujeres puedan pensarse como emprendedoras, o manejando autónomamente sus finanzas. Las IF e intermediarias del ecosistema han visibilizado esto: no basta

con el acceso al capital, reconocen que deben guiar a las usuarias a fin de formar esa masa crítica –mujeres con capacidades de gestión de negocios y manejo de finanzas– que puede aprovechar productos adaptados para movilizar su capacidad económica y así la economía de sus comunidades. Organizaciones que prestan servicio de fortalecimiento de capacidades y reducción de vulnerabilidades como *Pro-Mujer* trabajan en este sentido, así como la banca comercial que vincula capacitaciones a la apertura de cuentas, cajas de ahorro y uso del crédito, siendo el foco de sus esfuerzos el uso consciente e informado de productos y SF que les permitan satisfacer sus necesidades y deseos.

La mujer en su rol de emprendedora requiere soluciones que sean producto de un acuerdo multiactoral, donde el ecosistema financiero se vincule con el ecosistema

emprendedor/productivo para dar nacimiento a programas de apoyo directo a emprendedoras.

El acceso al capital para las mujeres es clave en esta transformación. Desde el sector privado, las microfinanzas continúan siendo un instrumento esencial para las micro y pequeñas empresas de mujeres cuando se ejecutan adecuadamente. Las mujeres representan el 6% de los prestatarios de microfinanzas en ALC. El sector de microfinanzas en esta región les ofrece oportunidades a los inversionistas con perspectiva de género, especialmente para apoyar a aquellas organizaciones que emplean tecnologías innovadoras y novedosas para reducir costos, desarrollar nuevos canales de distribución y, en conclusión, atender mejor las necesidades financieras de sus clientas (Buckland et al., 2019).

FUNDACIÓN MICROFINANZAS BBVA

La fundación Microfinanzas BBVA fue creada en 2007, con el objetivo social de promover el desarrollo sostenible de los/as emprendedores/as más vulnerables. La Fundación está formada por un grupo de entidades financieras (Bancamía, Financiera Confianza, Banco Adopem, Microserfin y Fondo Esperanza emprende Microfinanzas), tiene una sede corporativa en Madrid, la cual define estrategias y políticas entorno al gobierno corporativo, digitalización, medición de impacto y sistemas de control que las entidades financieras implementan. Actualmente, la Fundación apoya a 2 millones 600 mil emprendedores/as, de los cuales el 60% son mujeres. La Fundación invierte su dotación en la creación y consolidación de un grupo de entidades microfinancieras en América Latina, cuyos beneficios se reinvierten en la propia actividad de la Fundación, sin ningún retorno financiero para el banco BBVA.

La Fundación Microfinanzas BBVA tiene una estrategia de empoderamiento para las mujeres, la cual se enfoca en el desarrollo de una oferta de valor integral para ellas, que incluye productos y SNF para apoyar su empoderamiento económico en tres áreas, particularmente:

- **Independencia económica.** Para apoyar la independencia económica de las mujeres, la Fundación ofrece productos como créditos para las actividades productivas, crédito para mujeres rurales y víctimas de violencia de género, crédito grupal con garantía solidaria, ahorro programado y servicios como seguro para el negocio, orientación legal, asistencia de un psicólogo y médica online y presencial, seguros oncológicos y estudios como mamografías, asistencia técnica agrícola y asistencia sobre cómo acompañar a los niños con los deberes de la escuela.

- **Autoconfianza, autoestima y educación.** Para apoyar a las mujeres en habilidades personales y educación, la Fundación ofrece a través de capacitación en educación financiera, habilidades para la gestión del negocio, liderazgo, uso de tecnologías para su actividad económica, capacitación sobre *marketplace* y provee educación de género y negocios a través de escuelas de emprendimiento.
- **Acceso a redes.** La Fundación también apoya a sus emprendedoras facilitando la conexión a mercados a través de alianzas con proveedores, plataformas de venta online, vinculación con emprendedoras.

La Fundación tiene un sistema de medición de impacto desagregado por género, para potenciar sus impactos en tres dimensiones:

- **Salud financiera** que incluye la gestión del patrimonio y de los recursos financieros del hogar.
- **Bienestar**, enfocado en el acceso a servicios básicos y empoderamiento.
- **Desarrollo del negocio**, enfocado en el crecimiento, productividad y acumulación de activos. A través de la medición del impacto en estas tres dimensiones, la Fundación realiza ajustes regulares a sus estrategias para maximizar su impacto.

Para más información visita el [enlace](#)

Desde hace mucho tiempo, las mujeres de la base de la pirámide han estado estancadas en los microcréditos limitando el crecimiento de sus negocios y por ende la demanda de SF. Si bien los microcréditos han contribuido al acceso de las mujeres a los créditos de corto plazo para satisfacer sus necesidades de capital de trabajo, se requiere un esfuerzo de vinculación con otros productos que satisfagan las necesidades de capital de inversión de las mujeres contribuyendo de ese modo a la expansión y el crecimiento de nuevas empresas en el

largo plazo. Algunas de las emprendedoras tendrán la capacidad de acceder a formas de financiamiento más sofisticadas y esto es clave para revertir la lógica que las estanca con microemprendimientos, ya que productos financieros más complejos les proporcionará acceso a nuevos conocimientos, experiencias con IF, posibilidades de acceder a otros recursos (SNF), así como a instrumentos financieros más complejos, lo que les permite afianzar el crecimiento de su negocio.



BANCAMÍA RECONOCE LA FUERTE PARTICIPACIÓN DE LAS MUJERES DE LA BASE DE LA PIRÁMIDE EN SU CARTERA DE MICROCRÉDITO APUESTA A UNA PROPUESTA INTEGRAL Y A MEDIDA – COLOMBIA

Bancamía es una IF que forma parte del Grupo Fundación Microfinanzas BBVA, la cual desarrolló el programa **Nosotros con Ellas**, con el objetivo de fortalecer la oferta de valor para mujeres, enfocada en cubrir sus necesidades con productos de crédito, ahorro, inversión, seguros, tarjeta de crédito y SNF, así como capacitaciones para microempresarias. Estos productos y servicios están diseñados para apoyarlas a desarrollar todo su potencial de trabajo y lograr una inclusión financiera integral de las mujeres.

Bancamía realizó un análisis de las brechas de su cartera, se identificaron perfiles y las necesidades de las clientas a través de encuestas. Los datos recolectados a través de las encuestas ayudaron a entender la alta proporción de mujeres jefas de hogar en sus clientas, el exceso de tiempo dedicado al trabajo de cuidados, así como el poco tiempo que dedican a capacitarse en sus negocios.

Su estrategia es transversal ya que incluye cambios en la cultura organizacional y el desarrollo de una propuesta de valor enfocada en mujeres de diferentes segmentos. Al interior, Bancamía ha sufrido un proceso de transformación digital para llegar a sus clientas con costos competitivos y de manera más eficiente. Para lograr la sostenibilidad del programa, se formó un área independiente enfocada en gestionarlo.

<p>Adecuaciones principales en los SF y su acceso</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Rediseñó sus productos de cuenta de ahorros, producto de inversión, tarjeta de débito, crédito y seguros diferenciados para las necesidades de mujeres rurales y urbanas. • Ajustó su proceso administrativo para aplicar, obtener y usar su producto crediticio. Como parte de estas mejoras se llevaron a cabo capacitaciones del personal que tiene contacto con las clientas para brindarles un mejor servicio, además se abrió una ventanilla especialmente para mujeres. • Desarrolló la herramienta digital Filtro Mujer para la segmentación que facilita el proceso de relacionamiento y atención de su fuerza comercial con las clientas, toda vez que en ella se incorporan productos y servicios diferenciados, financieros y no financieros para sus microempresarias. • Seguro Bolso Protegido Póliza de cubrimiento ante posibles hurtos destinado a aquellas mujeres que trabajan principalmente en la venta por catálogo y manejan cantidades importantes de efectivo.
<p>La oferta de servicios no financieros</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones y talleres brindados a través del programa Mujeres con Propósito de Fundes, así como una oferta <i>–in house–</i> de servicios de educación, estrategias de acompañamiento para la implementación exitosa de los conocimientos y el aprovechamiento de estos servicios. • Asistencias Mujeres, para dar acompañamiento a sus clientas en sus necesidades cotidianas, estos servicios incluyen: orientación médica familiar telefónica; asesoría jurídica; asistencia psicológica y emocional telefónica; citología; mamografía; exámenes laboratorio; plomería; profesor telefónico para mujeres urbanas y orientación médica telefónica; asesoría técnica agropecuaria; chequeos médicos preventivos; información climática; orientación geriátrica telefónica; estilo y peluquería para mujeres rurales.
<p>Atención a las clientas y fidelización</p>	<ul style="list-style-type: none"> • El principal medio de comunicación es a través de asesores/as que visitan a las clientas para promover los productos y servicios de Bancamía.

	<ul style="list-style-type: none"> • Los/as ejecutivos/as llegan al 81% del territorio nacional, levantan información y de manera inmediata conocen si son sujetos/as de crédito, por lo que el proceso se lleva a cabo de manera rápida.
	<ul style="list-style-type: none"> • Otro punto de acceso a la información sobre los productos es a través de su banca móvil y de su aplicación la cual está diseñada para ser utilizada fácilmente y de manera intuitiva.
	<ul style="list-style-type: none"> • Se cuenta además con canales de recepción de comentarios y quejas, que sirven para recibir retroalimentación de sus clientas.
<p>Alianzas estratégicas para favorecer el acceso a servicios y productos, así como la vinculación de las mujeres a cadenas de valor</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de recolección de datos que les permite desarrollar perfiles de sus usuarias.
	<ul style="list-style-type: none"> • Fundes, para brindar capacitaciones a microempresarias, talleres de plan de vida, habilidades personales, contactos y economía personal, a través de su programa Mujeres con Propósito.
	<ul style="list-style-type: none"> • Fundación Bavaria, para ofrecer a las mujeres educación financiera, acceso a créditos con tasas preferenciales, productos de ahorro y seguros de compañías aseguradoras aliadas a Bancamía.

V.4 Alianzas estratégicas en el ecosistema financiero

A pesar de los esfuerzos con el fin de movilizar recursos hacia las mujeres más allá de las microfinanzas, el rango de productos de créditos para mujeres o inversión con perspectiva de género en la región es relativamente bajo (Buckland *et al.*, 2019) y ciertamente no enfocado en este nicho de micro pequeñas emprendedoras. Estas oportunidades podrán incrementarse mediante esfuerzos de sistematización y transferencia de experiencias, analizando lo que funciona y lo

que no, colaborando entre actores no solo del sector financiero, sino también la comunidad más amplia que apoya a las emprendedoras de la región.

Es por esto por lo que son claves aquellas iniciativas de asociación entre bancos de desarrollo y bancos públicos y privados y organizaciones que trabajan por la autonomía económica de las mujeres, ya que dichas alianzas permiten reducir los riesgos asociados a productos destinados a este nicho de mujeres, así como los mitos sobre la capacidad de estas de tomar y repagar créditos.

ALIANZAS CAPACES DE ESTABLECER NUEVOS MECANISMOS EN EL SISTEMA FINANCIERO

BCIE, bancos de primer piso y red de IFs, Programa MELYT, Centros de Atención a las Microempresas y CENPROMYPE

Generar e institucionalizar nuevos mecanismos de financiación para las emprendedoras y empresarias es una de las acciones más poderosas que pueden realizar en alianza diferentes cooperantes e IF. Desarrollar mecanismos innovadores cataliza nuevas posibilidades y formas para que los actores tradicionales del sector financiero se involucren en el hacer de buenas prácticas en términos del logro de la equidad entre los géneros. En el marco del **Programa de Emergencia de Apoyo y Preparación** lanzado por el BCIE y de una acción conjunta entre el BCIE y ONU Mujeres se operacionaliza el **Fondo para la empresarialidad de las mujeres** del programa MELYT financiado por la AICD. El programa MELYT aporta 1 millón de dólares destinado a ofrecer garantías complementarias a empresas o emprendimientos de mujeres y se espera que el 50% del total de recursos de la Facilidad, USD 350 millones, tenga el mismo destino. Esta acción genera efectos positivos en el ecosistema, donde se leen expresiones de interés de captar más fondos de otros donantes y financiadores, sobre todo aquellos comprometidos con la equidad de género pues la presencia de ONU Mujeres asegura que el 50% del total de personas beneficiarias de los fondos sean mujeres.

Este mecanismo establece una cuota mínima para mujeres del 50% de los recursos y, al menos, 50% de las personas beneficiarias. Asimismo, las características del Programa en el que se inserta el Fondo generan mejores condiciones de financiamiento que las ya existentes en el sector financiero regional. A esto se suma una propuesta de formación y desarrollo de capacidades empresariales de las mujeres empresarias que acceden al crédito, la cual será proporcionada por los Centros de Atención a las Microempresas (CAM) ubicados en la región Trifinio de cada uno de los países:

El Salvador, Guatemala y Honduras. Además, estos Centros harán la promoción del programa de créditos en el territorio. Estas acciones de formación y asistencias técnicas contribuirán a mejorar los procesos de producción, transformación y comercialización de sus productos o servicios y de educación financiera, a fin de hacer más competitivos los productos y servicios de las mujeres en los mercados locales y nacionales e incrementar sus ingresos. Esto contribuirá a garantizar el pago de sus créditos y, por ende, disminuir el riesgo. Este modelo al ser ampliado por el BCIE a toda la región SICA siempre contará con estos servicios de apoyo de los CAM, ya que estos centros están en toda la región y son apoyados por el Centro Regional para la Promoción de la Mipyme (CENPROMYPE).

Estos servicios bajarán a los países a través de bancos de primer piso, así como a través de la red de IF intermedias, IF no bancarias, cooperativas y cajas. El BCIE ya viene trabajando con estas en el marco del programa FEM, trabajo que ha tenido un impacto significativo en la incorporación de la perspectiva de género en la cultura organizacional, así como en la prestación de SF y SNF.

En la siguiente tabla se presentan acciones claves que realizan y/o pueden realizar las diferentes partes del ecosistema financiero –o que participan de él– a fin de cerrar brechas de género y apoyar a las mujeres a una transformación sustancial en la forma de ver sus finanzas y negocios para contribuir a su empoderamiento económico y el desarrollo de sus familias y comunidades.

LOS ACTORES DEL ECOSISTEMA FINANCIERO Y SUS ACCIONES ESTRATÉGICAS

SECTOR FINANCIERO

Profundizar la conciencia e innovar en instrumentos para atender a los subsegmentos de mujeres

Bancos comerciales:

- Oferta de valor integrales diferenciales según ciclo de vida de las mujeres y sus negocios.

Bancos Multilaterales de Desarrollo e inversionistas institucionales:

- Papel crítico como facilitadores, consolidando y brindando capital como inversionistas iniciales para demostrar la viabilidad del mercado, mediante mecanismos para evaluar el impacto de género en carteras actuales y futuras y ampliar capacidades para implementar estrategias de inversión con perspectiva de género, aumentar la cantidad de financiamiento disponible, entre otros.

SECTOR PÚBLICO

Estructura normativa y promoción de un ecosistema financiero y productivo inclusivo liderando acciones tendientes a incrementar el acceso a financiamiento, conocimiento, tecnología y el mercado

Establecer un marco normativo orientado a reducir barreras a la inclusión vinculado estrechamente con estrategias de inclusión financiera de las mujeres y promoción de sus negocios:

- Mejorar la regulación y fortaleciendo la capacidad de implementación y supervisión en temas relevantes para la inclusión financiera, incluida la expansión de SF digitales.
- Establecer lineamientos para la inclusión de políticas de género e instrumentos financieros que garanticen una mayor inclusión financiera de las mujeres.

	<p>Generar incentivos para el acceso al capital de mipymes lideradas por mujeres, así como cooperativas con especial atención a grupos de mujeres rurales, indígenas, y afrodescendientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveer fondos de garantía que permita a las instituciones financieras reducir el riesgo asociado atender a segmentos de mercados que no reúnen los requisitos actuales del mercado. • Auspiciar la emisión de bonos de género a fin de redireccionar el interés inversionista a empresas lideradas por mujeres. <p>Ejercicio de su poder regulador del mercado a través de compras públicas con perspectiva de género. Se evidencia que se puede generar el fortalecimiento empresarial con condiciones especiales que permiten el acceso a créditos orientados a la mejora de las empresas lideradas por mujeres.</p> <p>Ejercicio de su capacidad de vincular y coordinar acciones/programas de bancos y otras instituciones tanto públicas como privadas para la promoción de la mipyme, así como para el fortalecimiento y capacidades de las mujeres que las lideran.</p>
<p>EMPRESAS (CORPORATIVOS Y FUNDACIONES)</p> <p>Promoción de la inclusión y fortalecimiento de las mujeres emprendedoras como factor de sustentabilidad de la actividad privada</p>	<p>Reconocer el poder que las mujeres tienen en la cadena de valor en su rol de consumidoras y proveedoras.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Acciones que garanticen la diversidad de equipos internos vinculados a decisiones que impactan en las mujeres. • Servicios de apoyo, transferencia de conocimiento, vinculaciones comerciales a empresas lideradas por mujeres. • Reconocimiento del poder de compra de las mujeres a través de una propuesta acorde a los distintos nichos de consumidoras –diseño de producto, comunicaciones–.
<p>ORGANIZACIONES INTERMEDIARIAS Y FORTALECEDORAS DE CAPACIDADES</p> <p>Proveer herramientas para el encuentro del sector privado (ecosistema financiero y empresas) y las mujeres</p>	<p>Vínculo entre la innovación del sector privado y las necesidades de las mujeres emprendedoras:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar, informar, formar a los actores del sector financiero y privado más amplio en la necesidad de aplicar la perspectiva de género. • Construcción del ecosistema de la mujer emprendedora fortaleciendo redes. • Colaboración con IF en la movilización de capitales (ej., fundaciones movilizandocapitales filantrópicos hacia infraestructura de inversiones con perspectiva de género, fondos de garantía, etc.). • Utilizar la experiencia de plataformas digitales para acelerar el proceso de acceso a SF y SNF.

Los **catalizadores identificados para que las pequeñas emprendedoras den un salto sustancial**, aprovechando las oportunidades que brindan las acciones de los distintos sectores que participan en el ecosistema financiero, son:

- **Acceso a la información, redes y asesoría especializada**, que les permita conocer y entender las oportunidades que hay para su segmento, tanto de acceso a capital como SNF, así como participación de comunidades de emprendedoras. En este sentido las propuestas de valor que incorporan esta información y asesoría como SNF han alcanzado muy buenos resultados.
- **Programas, instrumentos y productos que combinen SF y SNF** que recojan lo que funciona bien en el mercado financiero informal y lo incorporen a la oferta de valor para las líderes de micro y pequeñas empresas, contribuyendo así a reducir barreras de atención con las mujeres y reconociendo prácticas comunes para ellas y, de este modo, puedan ser incorporadas en una oferta integral. Un ejemplo
- **Incorporación en la oferta de valor de las particularidades de distintas actividades** por ejemplo en el caso de la población rural, se debe procurar el desarrollo de productos financieros que sean compatibles con la estacionalidad de las actividades rurales, con los escasos y erráticos montos de ahorro de la población rural de bajos ingresos y a un costo compatible con los niveles de ingreso de la población objetivo (PNUD, 2020b).
- **Existencia de acuerdos de colaboración entre IF y programas de promoción de la mipyme.**
- **Escalonar los productos ofrecidos** a las mujeres ajustando productos y SF, así como la complejidad de los SNF.

de esto es aplicado por la empresa *fintech* Jefa, que provee el servicio de grupos de ahorro a través de la plataforma, pero solucionando los problemas de seguridad, transparencia y confianza que existen en el mercado informal.

INICIATIVAS PRIVADAS DE INSTITUCIONES FINANCIERAS DE DESARROLLO

Banking on Women - IFC (IFC, 2017, 2018, 2021).

El programa *Banking on Women* de la IFC brinda apoyo a una extensa red de instituciones financieras a través de financiamiento y expertise, para expandir de manera rentable sus carteras y ayudar a las mujeres emprendedoras a acceder a financiamiento y fortalecer sus negocios. IFC ofrece una gama completa de productos de deuda senior y subordinada, bonos sociales de género, capital, mejora crediticia y productos para mitigar riesgos a las instituciones financieras que, a su vez, brindan un conjunto de servicios financieros a pymes propiedad de mujeres. Además, a través de este programa, la IFC también ayuda a las instituciones financieras a brindar servicios de alta calidad a las clientas, proporcionando asesoría en áreas tales como el diseño de estrategias de segmentación de clientes, servicios de atención al cliente, reposicionamiento de productos y capacitación del personal.

Desde el lanzamiento del programa de Banca para Mujeres a fines de 2010 y hasta el 2020, IFC ha invertido, movilizado inversiones y contribuido con su experiencia a más de cincuenta IF, que a su vez han otorgado 658.000 créditos a pymes propiedad de mujeres, con un valor de USD 15,6 billones, en Asia meridional, Asia oriental y el Pacífico, África subsahariana, Europa oriental y Asia central, Oriente Medio y África del Norte y ALC. En esta última, IFC ha apoyado a mujeres emprendedoras a través de bancos en Brasil, Chile, Costa Rica, República Dominicana, Ecuador, Colombia y México.

Entrepreneurship Banking (WEB) - Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (Murphy, 2020; Buckland *et al.*, 2019). El programa **Women Entrepreneurship Banking (WEB)** es una iniciativa gestionada por el Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN) y BID Invest que aprovecha las carteras de las financieras locales para llevar financiamiento, conocimientos financieros, desarrollo de capacidades y acceso a las redes a las empresas lideradas por mujeres en ALC. Facilita el acceso a SF y SNF (capacitación, tutoría, networking) a través de servicios de asesoría e inversiones a intermediarios financieros. Los beneficios también incluyen apoyo para el diseño de servicios no financieros para clientes femeninas y acceso a asociaciones clave, como la FAW. Hasta 2020, el programa ha apoyado a 20 bancos en 12 países, aprobando cerca de USD 800 millones en inversiones y USD 5 millones en asistencia técnica, para desarrollar y comercializar productos y servicios para mipymes lideradas por mujeres. Los bancos que participan en el programa están logrando avances impresionantes al atender a sus clientas. Entre sus miembros se cuentan entidades de referencia internacionales y locales, como BAC San José, Banco Pichincha e Itaú Unibanco.

V.5 Reconocer los estereotipos de género y sesgos inconscientes y tomar medidas para enfrentarlos

Un estudio de 2018 del Fondo Monetario Internacional (FMI) (Sahay *et al.*, 2018) señaló que las mujeres están subrepresentadas en todos los niveles del sistema financiero mundial, desde depositantes y prestatarios hasta miembros de la junta bancaria y organismos reguladores. El Microscopio Global de 2019 ofrece un dato clave que urge a los países a lograr mayor equilibrio en los principales puestos de toma de decisiones en los organismos reguladores del sector financiero: en 37 de los 55 países incluidos las mujeres representaban menos del 25% de los responsables de tomar decisiones en los organismos reguladores financieros. Esto habla de SF diseñados por equipos que no reflejan la diversidad y necesidades de la demanda (EIU, 2019).

Es necesario reconocer los estereotipos de género y sesgos inconscientes que atraviesan a las distintas instituciones del sistema financiero y tomar medidas para enfrentarlos. Las IF deben luchar contra el impacto de las brechas provocadas por los sesgos de género (Montoya *et al.*, 2020). Estudios han demostrado que los sesgos que pueden tener los agentes de crédito de favorecer a los hombres provocan un menor otorgamiento de créditos a las mujeres, incluso cuando se ha comprobado que ellas son clientes más rentables porque tienen menos mora y son más leales a las IF.

Garantizar diversidad en los equipos es importante porque permite incorporar nuevas perspectivas que desafían los supuestos bajo los que se ha definido tradicionalmente el diseño y gestión de productos y SF. Todas aquellas instituciones que han buscado dar un salto en relación con la innovación en servicios y productos para

atender a los grupos no incluidos han debido pasar por un **proceso de sensibilización, así como de desarrollo de capacidades y cambio de la cultura organizacional, para llegar a las mujeres.** Desarrollar productos para la inclusión financiera de mujeres entraña un proceso de reflexión interna en las instituciones sobre la diversidad de sus estructuras y las prácticas inclusivas de su

cultura. Dentro de las IF el proceso de reconocimiento de la existencia de sesgos, así como de un compromiso a desafiarlos desde la adaptación de productos, servicios, canales de comunicación y acceso permitió definir el set de barreras que enfrentan las mujeres a la hora de vincularse con los bancos y pensar desde ese lugar respuestas integrales y a largo plazo.



EL CASO DE BANCO BDH LEÓN: EL ÉXITO DE UN PRODUCTO PARA MUJERES DESAFÍA PRECONCEPTOS Y GENERA UN MOVIMIENTO A LA CREACIÓN DE UNA OFERTA DE VALOR INTEGRAL PARA EL SEGMENTO FEMENINO - REPÚBLICA DOMINICANA

En algunas instituciones los resultados positivos ya han generado posibilidades de pensar con perspectiva de género otros productos. Ha habido un movimiento del “producto para mujeres” a la adecuación de partes de productos para reconocer las necesidades particulares de distintos grupos.

Ejemplo de que los “números positivos” en los productos para mujeres –caso de negocios– genera el interés de incorporar componentes de estos paquetes en otros que son ofrecidos de manera indistinta a los clientes. Se aprende de los aciertos con las mujeres y eso comienza a permear otros productos.

La iniciativa Mujer de BHD León se basa en el desarrollo de soluciones para las mujeres, creadas específicamente para abordar sus principales preocupaciones. Las soluciones se diseñaron con cinco objetivos clave de la vida de las mujeres: salud personal y familiar, educación, propiedad de un hogar, movilidad personal y éxito del negocio. Cada solución incluye un paquete de ofertas de crédito, ahorro y seguro, así como otros servicios no financieros.

El BHD León identificó la oportunidad de crear una propuesta de valor adecuada al segmento Mujer, tras el éxito logrado con su Tarjeta de Crédito Mujer BHD León, lanzada a finales de 2012. Este llevó al equipo gerencial a explorar la ampliación de su enfoque de género. En 2015 el Banco lanzó oficialmente su programa Mujer Mujer. La nueva iniciativa de género adoptó un enfoque interdepartamental, impactando el modelo de negocios.

BHD León realizó, en colaboración con la IFC, una investigación de mercado centrada en las mujeres, para comprender sus motivaciones, preocupaciones y necesidades. Los resultados del estudio mostraron que las mujeres del país tenían cuatro preocupaciones principales en todos los segmentos:

Independencia económica: las mujeres desean tener estabilidad financiera para mejorar la calidad de sus vidas y la de sus familias.

Ahorro de tiempo: las mujeres desean incrementar su tiempo libre y el tiempo del que disponen para dedicarle a sus familias.

Bienestar familiar: las mujeres desean que sus hijos, padres y esposos estén seguros y sanos.

Bienestar individual: las mujeres desean sentirse seguras y sanas.

Con base en esos resultados, se diseñó una propuesta de valor que situaba las necesidades de las clientas en el centro. La implementación con éxito de esta significaba que el Banco debía adaptar su modelo de negocio a través de sus operaciones, modificando su estrategia de segmentación, diseñando nuevos paquetes de productos, actualizando sus sistemas, cambiando las mentalidades en el liderazgo y el equipo de ventas y rompiendo paradigmas en sus iniciativas de mercadeo. Con el apoyo de la red de la FAW y del IFC, BHD León lanzó su programa Mujer Mujer en 2015.

<p>BHD León cuenta con una amplia oferta de productos y servicios financieros para mujeres de distintos segmentos y en diferentes etapas de sus vidas:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos y ofertas por temporada en temas de salud, educación, adquisición y reparación de automóviles, hipoteca y financiamiento para cuestiones del negocio. • “Tarjeta Mujer”, producto que tiene como atributos principales un seguro cobertura de cáncer femeninos y asistencia técnica en el hogar. • Cuenta de ahorros para planificar la compra de una casa, automóvil o para la educación. • Seguros de vida, salud, automóvil, propiedad y para el negocio.
<p>La oferta de servicios no financieros para mipymes lideradas por mujeres incluye:</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones en temas enfocados a las necesidades de la mujer que lidera una pyme como lo es el seminario de empresarialidad femenina. • Premio Mujeres que Cambian el Mundo, programa creado para otorgar reconocimiento y notoriedad al importante rol que desempeña la mujer en el país, poniendo énfasis en aquellas mujeres que ejercen un efecto positivo en sus comunidades o en la sociedad en general. A todas las ganadoras y finalistas se les ofrece asesoramiento empresarial y financiero gratuito. Véase enlace: Mujeresquecambianelmundo.com.do • Oportunidades OPEN, servicio que surge en contexto de pandemia y ofrece a las empresas un espacio en la página del banco, donde pueden anunciar sus productos y servicios, de esa forma beneficiarse del tráfico y generar mayor visibilidad a su empresa y aumento de su clientela. • Programa Mujer Negocio, programa de apoyo a mujeres empresarias del sector de mipymes que provee acceso a crédito a más de 40 mujeres de distintos rubros. El modelo educativo de seis meses incluye talleres que brindan herramientas para mejorar sus competencias de liderazgo y gerenciales, fortalecer sus habilidades de negocio y aumentar sus ventas en un 20% en promedio. • En cuanto a sus clientas individuales, BHD León se enfocó en mantenerlas informadas sobre importantes eventos de actualidad e información bancaria. Esto requirió la adaptación de sus canales de redes sociales para incluir diversos mensajes dirigidos a las mujeres en áreas claves: noticias de interés especial, información, beneficios para la clientela, motivar una nueva masculinidad, prevención de violencia de género y notas sobre productos y servicios.

V.6 Asignar recursos para el levantamiento y la gestión de datos que informen el hacer de distintos actores

A nivel del ecosistema tanto actores públicos como privados han ido avanzando en la revisión de datos existentes, así como, en compromisos para producir otros que permitan determinar el acceso y uso de los servicios de inclusión financiera. Es preciso asignar recursos para el levantamiento y la gestión de datos a distintos niveles para que informen sobre la acción coordinada de

múltiples actores del sistema. Los gobiernos, agencias intermediarias e IF de desarrollo han reconocido ampliamente el valor de contar con información que les permita medir el estado de situación y guiar decisiones de política pública y estrategia sectorial. Si bien aún no hay una práctica institucionalizada en la mayoría de los países de la región, hay un marcado esfuerzo por parte de las instituciones de complejizar el sistema de indicadores utilizado para incorporar la perspectiva de la inclusión –uso y beneficio–, particularmente la de género.

GESTIÓN DE DATOS DESDE EL GOBIERNO NACIONAL

A nivel de programa de gobierno, el INAMU de Costa Rica ha desarrollado, junto con la CEPAL, una serie de indicadores a fin de medir la implementación del Programa Inclusión Financiera con perspectiva de género para las mujeres en sus diversidades, los cuales miden el acceso a crédito, ahorros y la participación de mujeres en el sector. Se abordan una serie de indicadores en las siguientes dimensiones: brechas de género en acceso al crédito, al financiamiento y al ahorro, financiamiento, integridad, acceso a productos pasivos o ahorros, análisis de brechas de acceso, participación laboral, diferencias salariales y políticas de equidad de género. Al ser una estrategia nacional las expectativas entorno a las mediciones son mayores ya que abarca el trabajo y datos de distintos actores del ecosistema que contribuyen. Esta iniciativa, al ser diseñada sobre el reconocimiento de la importancia de acciones multiniveles y multiactorales, da un marco amplio de referencia a fin de monitorear el impacto que diversas estrategias están teniendo en la inclusión financiera de las mujeres.

A nivel de las IF, los bancos privados que han desarrollado propuestas de valor apoyadas en su definición metodológica por bancos multilaterales u organizaciones internacionales han podido avanzar en la definición de indicadores que apuntan a medir la salud financiera,

buscando determinar cómo contribuye a la autonomía económica de las mujeres. Esta definición combina la medición de los resultados en cuanto al acceso y uso de los SF y SNF.

DIMENSIONES CLAVES DE MEDICIÓN DE LA INCLUSIÓN FINANCIERA

Las IF deben medir el impacto que sus esfuerzos para una mayor inclusión están generando. Se identifican tres dimensiones principales de impacto: nivel de acceso y uso de productos y servicios financieros, impacto en la salud financiera de las mujeres y sus negocios y desarrollo del compromiso, liderazgo y capacidades de las mismas instituciones para garantizar una mayor inclusión.

Accesos y uso de productos

- Total, de titularidad de cuentas (% anual).
- Total, de crédito otorgado por tipo y desagregado por sexo (% anual de préstamos, tarjetas de crédito, hipotecas, etc.).
- Monto otorgado por tipo y desagregado por sexo (\$ promedio anual).
- *Cross Selling* - Cantidad de productos complementarios a los que se accede vinculados a una cuenta o crédito.
- % de usuarios de canales de comunicación y venta desagregado por sexo.
- % de usuarias de canales especiales de comunicación y venta para productos focalizados en mujeres.
- Índice de satisfacción (atención, producto y servicio) desagregado por sexo.

Impacto en la salud financiera de las mujeres y sus negocios

- Incremento en niveles de ahorro personal.
- Nivel de crecimiento (medido por % de ventas del negocio, % de rentabilidad, nivel de productividad - definir lo más relevante según el tipo de negocio).
- Total, de SNF utilizados.
- Nivel de participación de las tomadoras de préstamos para mypes en capacitaciones, mentorías y asistencia técnica.
- Cantidad de acciones identificadas por dicho grupo que den cuenta de una aplicación de conocimientos adquiridos en los negocios.
- Nivel de participación de las mujeres en capacitaciones.
- Nivel de uso de SNF de las mujeres (% de uso tomando la cantidad utilizada en cada servicio).
- Cantidad de acciones identificadas por las mujeres que den cuenta de una aplicación de conocimientos adquiridos en cuanto a sus decisiones financieras (adquisición de seguros vinculados a préstamos, apertura de caja de ahorro, inversiones, etc.).

Compromiso y liderazgo para la inclusión

- % desagregado de empleadas y empleados por nivel jerárquico y áreas.
- Cantidad de acciones afirmativas implementadas a fin de promover la participación de las mujeres en puestos de alta gerencia (programas de promoción del liderazgo, acceso a capacitación / educación, mentorías, planes de desarrollo de carrera, etc.).
- Cantidad de adecuaciones a productos y servicios (SF, SNF, y canales de atención al cliente) desarrollados según el perfil de mujeres a atender.

CONSTRUCCIÓN DE CASO DE NEGOCIO PARA EL DESARROLLO DE UN PROGRAMA COMBINADO DE SF Y SNF (RETORNO EN LA INVERSIÓN)

Para aquellas IF que decidan desarrollar programas de este tipo se recomienda trabajar una serie de indicadores que permitan dar cuenta de la rentabilidad de invertir en acciones de este tipo a fin de extender los recursos para ello disponibles. Se sugieren los siguientes indicadores:

Incremento de los ingresos por intereses:

- Número de tomadores de crédito
- Tamaño medio del préstamo
- Valor de la cartera de préstamos

Ingreso cubre ampliamente el costo asociado a proveer SNF:

- Media de productos por clientes
- Media de depósitos por clientes
- Volumen de tarifas de los participantes de SNF y no participantes
- Volumen de tarifas de los SNF

Consolidación de la relación con el cliente:

- *Net promoter score* consolidado (alcance de la promotora neta) desagregado
- Tasa de retención de clientes
- Porcentaje de cuentas inactivas
- Índice de satisfacción (atención, producto y servicio) desagregado por sexo

Riesgo de cartera reducido:

- Morosidad de la cartera desagregado por sexo
- Margen financiero desagregado por sexo (diferencia entre los ingresos y los costos financieros)
- Rendimiento de la cartera (valor final entre el valor inicial)

Adaptado FMO e IFC (2020).

Este tipo de mediciones tienen un valor estratégico y aquellos involucrados en la implementación de las iniciativas destacan que dichos datos contribuirían tanto a dar una mejor respuesta a las mujeres, así como a generar el caso de negocios a lo interno de las IF. Aquellos bancos que están trabajando la medición recomiendan incorporar indicadores sobre uso de los productos y servicios dentro de los informes periódicos generales de las instituciones y no limitar la mirada a

los programas específicos para la inclusión de las mujeres o emprendedoras.

Más allá de los esfuerzos individuales de las IF, existe la necesidad del esfuerzo colectivo en la gestión de datos a fin de dar respuestas integrales al desafío de la inclusión de las mujeres. La coordinación entre entidades públicas y privadas no solo permite contar con una mayor cantidad de datos, sino también medir de

manera cruzada el impacto que programas, estrategias y leyes tienen en un grupo poblacional que se quiere fortalecer y potenciar. En contextos tan particulares como los actuales donde los gobiernos están urgidos de paliar la caída en el empleo de las mujeres como resultado de la pandemia, así como implementar las medidas tendientes a sostener y recuperar las pequeñas empresas en crecimiento, sus políticas y programas se beneficiarían de esta coordinación de apoyos. La gestión integral de datos permite llegar más rápido y con respuestas más eficientes a las mujeres. Desde la perspectiva de los bancos, los datos desagregados por sexo del lado de la oferta y la demanda a nivel nacional permiten dimensionar mejor el mercado, el paso inicial para comprender dónde está la oportunidad comercial. A través de los datos desagregados por sexo sobre la oferta y la demanda, los bancos pueden comprender las necesidades de distintos segmentos de mujeres y así diseñar propuestas de valor que atiendan esas necesidades particulares (Global Banking Alliance for Women, 2016).

Pocos países han adoptado la práctica de recolectar y analizar datos desagregados por sexo para el desarrollo de estrategias nacionales. En países como Chile y México, los esfuerzos por comprender las causas de la falta de

acceso a SF han sido intensivos y han dado pie a la recopilación y análisis de datos desagregados por sexo tanto de la oferta como de la demanda por SF para poder desarrollar estrategias y acciones específicas. En la región de América Latina, Colombia, Chile, México y Perú han generado informes denominados Reportes de IF, que recopilan y difunden los datos del lado de la oferta de productos y SF, que pueden ser utilizados por las IF de estos países (Saavedra, 2020). El Global Findex del BM incluye datos desglosados del lado de la demanda, pero los países que recopilan sus propios datos pueden comprender con mayor detalle el uso que hacen los hombres y las mujeres de los SF. Por ejemplo, desde 2018, Colombia ha recopilado información detallada sobre micro préstamos (incluidos los montos de préstamos, lo que le permite determinar que las mujeres tienen préstamos por montos menores que los hombres) y actualmente está estudiando estrategias para mejorar el acceso de las mujeres al microcrédito. En Perú, el gobierno recopila datos sobre la ubicación de las mujeres y el uso de productos de ahorro y crédito. México publica datos trimestrales de inclusión financiera, incluso para mujeres de bajos ingresos, y los organismos reguladores en Bolivia publican datos desglosados por sexo sobre la satisfacción con los SF (además de estadísticas más generales, como el porcentaje de mujeres prestatarias) (EIU, 2019).

USO DE DATOS: LOS CASOS DE CHILE Y MÉXICO



CHILE

En Chile, la Superintendencia de Bancos e IF recolecta y analiza datos desagregados por sexo de su sistema financiero desde 2001, siendo el primer país del mundo que comenzó a realizar un seguimiento consistente de datos de oferta desglosados por sexo (Global Banking Alliance for Women, 2016).

- Al principio de este proceso, los formuladores de políticas identificaron el desglose de los conjuntos de datos como una prioridad para informar las decisiones de política pública y facilitar el control de los objetivos de género. El gobierno integró este enfoque de género en su programa de gestión del desempeño existente y, para 2005, las metas de género se habían convertido en parte del sistema de desempeño utilizado para incentivar a los empleados del gobierno.

- El organismo regulador financiero tomó la responsabilidad de recopilar datos desagregados por sexo en una sola unidad y publicar un informe anual que destaque el papel y la presencia de las mujeres en el sistema financiero. Esto ha contribuido a un ciclo virtuoso en el que una cantidad cada vez mayor de datos sobre el uso de SF por parte de las mujeres lleva a los encargados de formular políticas y a otros a hacer más preguntas y recopilar más datos.
- El sector cooperativo comenzó a sumarse a esta tendencia de recolectar datos desglosados por sexo e, incluso, la asociación bancaria ha comenzado a separar a mujeres y hombres en los datos que recopila sobre la satisfacción del cliente.
- Es muy relevante destacar, que la simple recopilación de datos no es suficiente para aumentar la inclusión financiera de las mujeres. La recopilación de datos desglosados en Chile, por ejemplo, no ha llevado a una reducción en brecha de género la cual, de acuerdo con el Findex, se incrementó entre 2011 y 2017 del 2% al 6% (EIU, 2019).



MÉXICO

En México la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV) lidera la Encuesta Nacional de IF (ENIF) en colaboración con el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) desde 2012. La ENIF se lleva a cabo cada tres años y arroja información que permite conocer el lado de la demanda, así como las barreras que enfrenta la población mexicana para acceder y utilizar el sistema financiero. La encuesta proporciona insumos para diseñar políticas públicas en materia de uso y acceso a servicios y productos financieros con la que se generen indicadores oficiales a nivel nacional que permitan a las dependencias públicas el diagnóstico y establecimiento de metas a corto y largo plazo.

Los datos analizados revelan que existe una amplia brecha de género en el uso de productos de seguros. Desde el lado de la oferta, mostraron que el 61% de los asegurados eran hombres y solo el 39% eran mujeres. La encuesta sobre la demanda encontró que, aunque tanto los hombres como las mujeres de las zonas rurales utilizan seguros en niveles muy bajos (11,5% hombres y 10% mujeres), existe una brecha de género mucho más amplia en las zonas urbanas (31% hombres frente a solo 25% mujeres). La encuesta también encontró que tanto hombres como mujeres citan el precio como la razón principal por la que no usan seguros. Sin embargo, las mujeres tienen un 20% más de probabilidades de afirmar que no saben sobre seguros o que no están seguras de dónde solicitar estos servicios. En 2013, se estableció una nueva ley para las compañías de seguros, que exige la protección de los clientes mediante una mayor transparencia e información. Por lo tanto, los datos pueden usarse para promover el mercado de seguros, así como para monitorear la eficacia de estos esfuerzos (Global Banking Alliance for Women, 2016).

SECCIÓN VI

VI. Tendencias disruptivas que prometen

A fin de seguir avanzando en el alcance de mayores niveles de inclusión y salud financiera se presenta la oportunidad de seguir profundizando dos caminos que se han abierto con buenos resultados: incrementar los niveles de acceso a través de plataformas digitales y expandir la oferta integral de SNF. Estas dos líneas de acción, de manera independiente, así como combinada, pueden contribuir a:

- Incrementar la base de mujeres vinculadas al sistema financiero.
- Incrementar los niveles de uso y satisfacción de productos financieros por parte de las mujeres que luego de haber transitado procesos formativos hacen uso de los SF y SNF de tal forma que pueden reducir sus niveles de vulnerabilidad.
- Desarrollar una masa crítica de emprendedoras que puedan ser acompañadas en el proceso de crecimiento de sus negocios, vinculando en el proceso servicios y productos financieros más complejos, así como con oportunidades de inversión.

VI.1 La tecnología como multiplicadora del acompañamiento

Los SNF provistos tanto por los bancos, organizaciones intermedias, así como diferentes áreas del gobierno se han constituido e instituido como la pieza clave de las iniciativas de inclusión financiera para las mujeres. En el apartado IV sobre cuáles han sido los grandes aciertos en materia de inclusión financiera para las mujeres se presentó la importancia de contar con

paquetes integrados que incluyen programas de acompañamiento para alcanzar la salud financiera mostrando experiencias sobre cómo las IF los han adoptado a fin de acompañar un proceso de aprendizaje en torno a la gestión del dinero.

Las tecnologías en contexto de pandemia y recuperación se constituyen en grandes aliadas, pero su uso a fin de llegar a las mujeres no bancarizadas y/o desatendidas –en gran medida pertenecientes a la base de la pirámide– todavía requiere de una combinación de canales de acceso, metodologías de acompañamiento y ajustes prácticos para garantizar el aprovechamiento de los SF.

Por otro lado, la atención del sector de las micro emprendedoras es vital, primero, debido a la necesidad imperante de contribuir a cerrar las brechas de acceso a capital que tienen las empresas lideradas por mujeres y, además, por el impacto que activar estas empresas tiene en la construcción del tejido productivo de las comunidades. Este segmento del mercado necesita moverse hacia la formalidad para ganar acceso a una amplia gama de SF y de apoyo para el fortalecimiento de sus capacidades y crecimiento de su empresa. Esto, como se vio, requiere de estrategias coordinadas de distintos actores a fin de dar respuesta a los desafíos de este grupo: acceso a identificación, teléfonos inteligentes, conectividad, salud para ellas y sus familias, escasez de tiempo, residencia en lugares alejados de los centros de las ciudades, escaso acceso a oportunidades de aprendizaje, redes comerciales, etc.

PRO-MUJER DIGITAL: CATALIZADOR DE MUJERES FORMADAS E INFORMADAS

Surge como consecuencia de una alianza entre Pro-Mujer, organización que cuenta con 20 años trabajando la inclusión de género en América Latina, con presencia en Argentina, Bolivia, Guatemala, México, Nicaragua y Perú, y **Nimmök Consulting**, una empresa internacional especializada en co-crear proyectos de inclusión financiera digital. Pro-Mujer Digital es una plataforma centralizada, sostenible a gran escala que proporciona recursos y herramientas relevantes y transformadoras a las mujeres de América Latina a lo largo de sus vidas, mediante instrumentos digitales que las empoderen y contribuyan a su prosperidad.

Los objetivos de esta iniciativa son:

- Desarrollar un modelo transformacional que sea replicable internacionalmente.
- Digitalizar servicios actuales y desarrollar nuevos productos.
- Ampliar el alcance a segmentos de mercado desatendidos y desarrollar nuevos segmentos.
- Profundizar los canales de distribución actuales y desarrollar nuevos (físicos y digitales).
- Llevar la oferta de servicios de Pro-Mujer a nuevas zonas geográficas.
- Desarrollar los SF juntamente con los de salud y educación a fin de brindar una experiencia de usuario única

Para responder a los retos de su proceso de transformación, Pro-Mujer elaboró un Plan de Negocios que involucró a Argentina, Bolivia, México y Nicaragua. El diseño de la iniciativa comprendió:

- Evaluación de la operación actual de Pro-Mujer.
- Analizar las dinámicas de los mercados objetivo, el ecosistema y sus actores.
- Dimensionar la oportunidad de mercado con base a los hallazgos, las tendencias internacionales y los activos institucionales.
- Elaborar los escenarios económicos de su posible implementación.
- Atender a los segmentos de clientes actuales e identificar otros sub atendidos o no atendidos.
- Definir el modelo de negocio, portafolio de productos y canales para atender a los segmentos objetivo.
- Elaborar un caso de negocio que sea fácilmente replicable internacionalmente.
- Procurar resolver conjuntamente necesidades financieras, de educación y salud.
- Definición de la hoja de ruta de implementación –preliminar– que contemple la ampliación de la presencia geográfica de Pro-Mujer.

Adaptación e incorporación a fin de resolver la integralidad de las necesidades de gestión económica de individuos y microempresarios

Además de realizar adaptaciones a productos actuales a fin de profundizar su alcance y digitalizarlos, se definieron productos financieros complementarios para favorecer el acceso a un portafolio de productos para una inclusión financiera integral que incluye ahorro, crédito, banca comunal, seguros, transferencias, pagos y recargas de servicios prepagados. A esto le suma su oferta de servicios de salud, educación financiera, tecnológica y sanitaria.

	<p>Ambas organizaciones están trabajando fuerte en la definición de canales de interacción amigables, que promuevan frecuencia y accesibilidad. Estos canales, principalmente digitales, aprovechan la capacidad de servicios populares de mensajería como Facebook y WhatsApp y los complementan con chatbots que, además de facilitar la interacción con los clientes, permiten recibir de peticiones, quejas, comentarios y facilitar la resolución de estos.</p>
<p>Acciones estratégicas para solucionar desafíos a la conectividad y de interacción</p>	<p>Se encuentra en proceso el desarrollo de alianzas estratégicas con instituciones públicas y privadas a fin de garantizar la provisión de estos servicios. Asimismo, se están desarrollando, conjuntamente con los canales digitales, canales físicos para complementar la distribución de servicios. Todas las interacciones con clientes son administradas con un sistema de CRM que facilita la creación de perfiles de usuarios y el diseño de ofertas personalizadas, así como crecer en el entendimiento y capacidad de respuesta a las necesidades de las clientas.</p>

Iniciativas tales como Pro-Mujer Digital se convierten en catalizadoras. Construyen una demanda informada y formada facilitando así el salto de la lógica reproductiva a la productiva, de la informalidad a la formalidad, de la desconfianza a la confianza con relación a sus propias capacidades y a los vínculos con otras IF. Muchas emprendedoras llegarán a ser una pequeña empresa y acceder a la propuesta de valor como las aquí presentadas de la banca pública y privada. Se produce así un escalonamiento de apoyos brindados por instituciones de distinta naturaleza trabajando desde sus competencias y alcance, pero con el mismo objetivo de fortalecer los negocios liderados por mujeres para garantizar autonomía económica y financiera.

Organizaciones que vienen trabajando con estos grupos desatendidos bien saben de la importancia de los SNF, experiencia clave para ser transmitida a los bancos. La banca, particularmente la privada, debe conocer el efecto multiplicador que provoca apoyar a empresas lideradas por mujeres, tales como generar fuentes de trabajo, adquirir un desarrollo tal que pueden participar en procesos de contrataciones públicas y privadas, acompañar la profundización del vínculo comercial con las clientas del banco, así como un incremento de la demanda de SF cada vez más complejos. Para esto se

deben realizar esfuerzos de difusión y diseminación de las experiencias exitosas en este sentido.

De una encuesta global realizada por FMO y el IFC (2020), surge que el 100% de 34 bancos relevados ofrecen SNF a pequeñas y medianas empresas, de los cuales el 94% terceriza esta prestación con capacitadores, ONG y *fintech*, y 88% de dichos bancos facilitan el acceso a mercados. Los servicios prestados abarcan las siguientes categorías: información, mentoreo, *networking*, mercados y tecnología de gestión empresarial. El estudio profundiza el análisis mostrando que los SNF son buenos para las pequeñas y medianas empresas, así como también para las IF que los prestan ya que muestran un aumento en la rentabilidad. Principales hallazgos que abonan la construcción del caso de negocios para los bancos que ofrecen SNF focalizados en mujeres que este estudio comparte son:

- **Incremento en el ingreso por intereses de los préstamos:** esto puede ocurrir a través de aumentos en el número de prestatarios de mipymes lideradas por mujeres y un incremento en el tamaño promedio del préstamo y/o cartera de préstamos con relación a la cartera Mipymes. Los datos indican que el tamaño medio de los préstamos es un 18% más en pymes de mujeres que de hombres.

- **El ingreso cubre ampliamente el costo asociado a proveer SNF:** estos servicios son una herramienta de vinculación con los clientes y es por esto por lo que contribuyen a aumentar la participación de los bancos en las billeteras electrónicas. La clave para los bancos ha sido garantizar una adaptación al mercado de un rango amplio de productos, comunicaciones y provisión de servicios. Se ha visto que las mujeres que participan de los SNF toman al menos dos productos adicionales y que aquellas que han participado en SNF han superado a sus homólogos masculinos en crecimiento de depósitos en múltiples bancos.
- **Incremento de la lealtad:** se ha evidenciado incremento en el marcador de promoción neto de aquellas mujeres participando en SNF.
- **Reducción del riesgo:** la participación de SNF está asociada con una reducción de préstamos de bajo rendimiento.

Aquellas instituciones que han visto el desempeño de las mujeres con relación al uso de SF dan cuenta del valor de realizar una inversión consciente y significativa para diseñar modelos que respondan a la realidad institucional de quien presta el servicio financiero y las mujeres que harán uso de este. Recomiendan, ciertamente, vincular el desarrollo de este programa a estrategias de monitoreo y revisión regular que permitan ir ajustando los paquetes de SNF según cambia el contexto y la industria donde se encuentran las empresas lideradas por mujeres, así como poder mostrar un impacto positivo en los indicadores de desempeño. Los datos permiten no solo continuar con los programas, sino también expandirlos. Finalmente, hay que destacar la necesidad de ir ajustando los servicios según cambios en el contexto y según industrias.

VI.2 Fintech focalizadas en prestar SF a las mujeres

Una de las oportunidades para un mayor acceso e inclusión financiera de las mujeres, que ha tomado mayor

importancia en los últimos años, es la digitalización de los SF. La crisis del COVID-19 ha llevado a la aceleración de este proceso.

Existen investigaciones que recopila el BM sobre cómo el acceso a SF digitales contribuye a aumentar la participación económica de las mujeres. Entre estos están: 1) el pago de salario a través de una cuenta mejora la capacidad de las mujeres de controlar sus ingresos; 2) la digitalización mejora el ahorro de tiempo y reduce costos administrativos; 3) mejoran capacidad de las mujeres para realizar inversiones comerciales; 4) aumenta la satisfacción de las necesidades de seguridad de las mujeres; 5) mejora la capacidad de las mujeres para manejar una crisis al facilitar las transferencias bancarias y disponer de ahorros (Global Partnership for Financial Inclusion, 2020). Muchos bancos han aprovechado esta tendencia. Según la FAW, en todos los bancos miembros de la Alianza ha habido una adopción de los SF digitales y los bancos están ofreciendo apoyo a sus clientes para que utilicen estos canales. Los bancos también han reducido o eliminado por completo sus tarifas de transacciones digitales y ven esta migración como una oportunidad en el futuro (FAW, 2019).

En esta irrupción fuerte de la tecnología y sus posibilidades están surgiendo numerosas *fintech*, y si bien no todas toman en consideración la perspectiva de género en su funcionamiento aquellas que lo hacen están dando cuenta de la posibilidad de dar respuestas a desafíos de larga data tales como financiar negocios muy pequeños -a veces informales-, cerrar la brecha de financiamiento que existe en el sector mipyme, dar respuesta al desafío que tienen los bancos en identificar empresas lideradas por mujeres, y acompañarlas desarrollando la capacidad de sus negocios a través de servicios no financieros. Asimismo, la participación de las mujeres en el mercado de inversiones es una gran oportunidad de financiamiento para sus negocios para lo que necesitan desarrollar sus habilidades de planificación financiera a largo plazo, así como en inversiones.

El acceso a financiamiento para pequeños negocios -a veces informales- así como la urgencia de reducir la brecha de acceso en el sector pyme es un problema tanto global como regional. Las estrategias que se han utilizado desde el sector *fintech* para ello se focalizan en el uso de algoritmos de calificación crediticia y seguimiento de su comportamiento de repago a fin de informar a bancos centrales mejorando así su puntaje crediticio. Un ejemplo de esto en la región es *Juancho te presta* que ofrece créditos a mujeres empleadas o independientes con solo demostrar sus ingresos para el pago del crédito. También existen aquellas que prestan servicios a los bancos destinando sus esfuerzos a reducir la discriminación en el mercado de la inteligencia artificial. Utilizando una tecnología probada que se ha utilizado en otros sectores, las soluciones bancarias de *Eticas, una fintech basada en Barcelona*, exponen cómo las mujeres están sujetas a un trato algorítmico injusto y también proponen soluciones para que los bancos eliminen sesgos de sus algoritmos y puedan servir a más mujeres.

En relación a reducir la brecha de financiamiento de las mipyme, la experiencia global muestra esfuerzos entorno a reducir la brecha entre los negocios liderados por mujeres y los bancos. Las *fintech* actúan como intermediario a través de servicios de *match-making* entre demanda y oferta, así como constituir plataformas digitales donde las pymes lideradas por mujeres pueden establecer una sólida credibilidad con los bancos y los bancos tienen acceso a un conjunto seleccionado de pymes con antecedentes verificables.

Finalmente destacar en estos esfuerzos a *Mujer Financiera*, una *fintech* argentina para mujeres que ofrece educación financiera, administración de finanzas personales y del negocio y productos de ahorro e inversión para ayudar a las mujeres a administrar sus finanzas de manera eficiente. La plataforma ofrece servicios a diferentes segmentos tales como empresas, a través de charlas y talleres sobre educación financiera para clientes y empleadas; personas por medio de

coaching financiero y planes de ahorro y a emprendedoras con cursos online de finanzas para el negocio y planillas descargables.

Las *fintech* ciertamente pueden contribuir a acelerar el proceso de inclusión dada su capacidad de crear soluciones financieras sostenibles, de alto valor agregado, de bajo costo y eficientes. Las mismas pueden llegar de manera diferente a segmentos no incluidos y se alían con bancos quienes aportan experiencia en SF, redes de distribución, capital y licencias. Las *fintech* creadas para dar respuesta a las mujeres prometen alcanzar nichos de mujeres no bancarizadas o bancarizadas, pero que no dan uso a los servicios, siendo su fortaleza para alcanzar tal fin:

- Ser pensadas desde su concepción como una plataforma que reconoce las necesidades particulares de un nicho de mujeres que buscan atender. Hay una intencionalidad expresa dirigida a alcanzar un grupo determinado de mujeres que parte de una investigación profunda de ellas, sus necesidades, intereses y sus prácticas con relación a las finanzas.
- Proveer SF, así como también SNF, pudiendo vincular su tránsito por las oportunidades de aprendizaje con el uso de los SF.
- Contar con capacidad de agregar datos, construir perfiles crediticios de las mujeres que hasta este momento no tenían un historial de comportamiento financiero que les permitiera ser consideradas como sujeto de crédito y beneficiarias de otros servicios.

En relación a esto se debe destacar, que ya no sólo la educación financiera es necesaria, requiriéndose incorporar el componente digital de este aprendizaje. Que las mujeres adquieran capacidades para operar financieramente en plataformas digitales es un imperativo para la inclusión. Muchas oportunidades se abren con esta nueva tendencia, que podrán ser bien aprovechadas si se garantiza la conectividad y habilidades financieras.

FINTECH DISEÑADAS PARA ATENDER EL SUBSEGMENTO DEL MERCADO FEMENINO

Jefa y LIDH son dos *fintech* que se han lanzado al mercado apostando a lograr mayor inclusión de grupos vulnerables y/o no atendidos. Ambas comparten la ambición de ser un puente entre los productos financieros y las mujeres, brindando una plataforma diferente, accesible, amigable de la mano con SNF que acompañen el proceso de inclusión de las mujeres.

JEFA

Busca atender el segmento de mujeres no bancarizadas o desatendidas de México, país donde la regulación es favorable para el establecimiento de banca digital, donde la mayor parte de los servicios bancarios están usados por hombres y donde la mayor parte de las mujeres participan en la fuerza laboral y, sin embargo, no cuentan con cuentas bancarias.

La oferta de valor a la que se aspira llegar es tener una experiencia bancaria completa, seguros, ahorros y, en el futuro, créditos, siendo estos servicios en algunos casos ofrecidos a través de terceros. Así, garantizar que las mujeres tengan una experiencia completa con relación al uso de SF.

Se está trabajando para garantizar el acceso al crédito

- Crear un modelo de *scoring* alternativo para solucionar el problema de falta de información sobre el comportamiento crediticio de las mujeres.
- Desarrollar oportunidades de acceso a un préstamo a través de construir historial crediticio por medio del uso de parte del dinero ahorrado por las mujeres.
- Conformar grupos de ahorro y asociaciones de ahorro y crédito rotativos con base en la plataforma digital.

Entender, valorar y construir

Jefa busca entender qué funciona en el mercado informal que puede ser trasladado a una aplicación, de modo que los conocimientos financieros con los que cuentan las mujeres puedan ser capitalizados para el sector formal y utilizados a su favor. El conocimiento para operar de forma tradicional en los bancos puede ser enseñado. En esa línea se busca formalizar el comportamiento en el mercado formal a través de un programa de puntos donde las mujeres reciben descuentos en productos y servicios por el uso de su tarjeta de débito.

Otro ejemplo de vincular economía informal con la formal es dar soluciones para que las mujeres que no tienen una cuenta bancaria depositen dinero, esto lo pueden hacer a través de tiendas locales registradas en el programa de la red de propietarios de negocios (3.000 agentes alrededor de México donde depositar).

Educación financiera

Jefa proporciona información, basada en lo que considera sus tres pilares de servicios: la gestión diaria de los gastos, la creación de capacidad de recuperación para tiempos difíciles y la creación de oportunidades de riqueza.

Indicadores de progreso que esperan mapear en los tres pilares

- % de clientes ahorrando y cómo cambia ese número con el tiempo, en función de los diferentes productos que lanzan y las intervenciones que tienen.
- % de clientes realizando presupuestos –se puede realizar por la aplicación–.
- Cantidad de clientes que dan seguimiento a los presupuestos y sus gastos.
- Otros indicadores más cualitativos tales como: nivel de satisfacción con su proceso de alfabetización financiera y confianza en la gestión de finanzas.

LIDH

Fintech orientada a mujeres mexicanas. Nicho, nativas digitales, aquellas que quieren una experiencia distinta con los bancos, aquellas que buscan transformar sus vidas a través del conocimiento sobre finanzas y la toma de decisión informada sobre la mejor forma de manejar su dinero. Su tesis de éxito es que las mujeres recibiendo SNF pueden reconvertir sus vidas, sus negocios. Ofrece una plataforma con cursos, asesoramiento financiero y un foro anual. Sus programas de responsabilidad social también buscan ofrecer estos servicios a mujeres rurales con microemprendimientos. Tardó tres años de desarrollo. La pandemia demostró que estaban en la dirección correcta: poder llegar de manera virtual a las mujeres.

SECCION VII

VII. Conclusiones

Como ha sido presentado a lo largo del reporte, en el último tiempo se ha dado un diálogo público-privado en torno a las brechas en el acceso de las mujeres al capital, así como a servicios financieros estratégicos que alienten a una reconversión de sus capacidades y de las posibilidades ofrecidas por el mercado para participar en la economía. Esta discusión se ha acelerado con el fuerte impacto que en las mujeres ha tenido el COVID-19.

La función central del ecosistema financiero se ha comenzado a observar desde una mirada crítica en cuanto a su capacidad de generar movimientos transformadores a través de la presentación de instrumentos que atiendan a las mujeres no bancarizadas y/o desatendidas por sus IF, instrumentos que pueden generar un aporte significativo a la transformación de dinámicas excluyentes en el mercado. El diálogo entre actores públicos y privados del ecosistema financiero y productivo ha permitido identificar buenas prácticas que pueden ser resumidas en las siguientes afirmaciones:

- 1. Las estrategias multiactorales tienen la capacidad de transformar dinámicas excluyentes en el ecosistema financiero para lo cual los gobiernos tienen un rol determinante como generadores, articuladores y diseñadores del marco propicio.**

La inclusión efectiva, el acceso y uso de SF, depende en gran medida del contexto en el que estas mujeres se encuentran, y es por esto por lo que el éxito no depende del instrumento financiero en sí, sino de un conjunto de acciones que convierten a ese instrumento en transformador de dinámicas excluyentes. Las instituciones financieras necesitan de incentivos para embarcarse en esta tarea mediante programas e iniciativas que tiendan puentes entre la oferta y la demanda reduciendo niveles de riesgos asociados a trabajar con mujeres vulnerabilizadas. Las experiencias dan cuenta de que, incluso con los desafíos de los contextos en las que estas iniciativas se implementan, los acuerdos multiactorales se constituyen en espacios propicios para una construcción colectiva de voluntades. Así, se profundiza el conocimiento de las mujeres y sus diversidades trayendo innovación a los productos y servicios que se ofrecen, así como a las estrategias para llegar y trabajar con y por ellas.

- 2. La salud financiera de las mujeres requiere de un abordaje integral, a largo plazo, focalizado en brindar herramientas para superar limitaciones.**

Las iniciativas innovadoras aquí presentadas tienen en común el poder de desafiar y, en muchos casos, revertir prácticas arraigadas en un sistema que desconoce las realidades particulares de las mujeres. Esto se traduce en una oferta de valor que incluye SNF haciendo posible la transición entre tener acceso a cuentas bancarias y alcanzar la salud financiera. Es clave en este proceso de definición de servicios tomar en consideración los distintos perfiles de mujeres, los distintos tipos de vulnerabilidad a las

que están expuestas, la etapa del ciclo de la vida en la que se encuentran y el grado de desarrollo de su negocio. Esto permite pensar estrategias a largo plazo, con objetivos de empoderamiento económico de las mujeres en distintas etapas, ajustando la oferta de SF y SNF a la particularidad de cada una de ellas a fin de ir desarrollando una seguridad financiera para su futuro basada en la capacidad de tomar decisiones informadas en el manejo de sus finanzas. Al centro de estos esfuerzos está la independencia y autonomía con un portafolio integrado de servicios que garantice incrementar el acceso y capacidades de gestión financiera, reducir los niveles de vulnerabilidad a los que son expuestos sus negocios y fomentar su capacidad empresarial.

3. Las instituciones financieras deben coordinar y articular sus esfuerzos a fin de brindar los servicios necesarios para las mujeres en las distintas etapas del camino que recorren para alcanzar su salud financiera

Gran parte de los esfuerzos por parte de las instituciones financieras están puestos en la construcción de una masa crítica de mujeres con capacidades de manejo de finanzas y gestión de los negocios. Esto se da primordialmente por la existencia de propuestas escalonadas de SF y SNF ofrecidas por una institución o en articulación entre ellas. En busca de proveer programas e iniciativas que permitan a las mujeres profundizar su manejo de finanzas y gestión de negocios, se debe partir del conocimiento que las **microfinancieras** tienen estos segmentos desatendidos y aprovechar su posicionamiento estratégico en su relación con las mujeres de la base de la pirámide. Su aporte es fundamental en el desarrollo de una masa crítica educada financieramente, así como en crear vínculos con la banca para escalonar el proceso de acceso a SF más complejos. Las microfinancieras han sido y seguirán siendo actores referentes que conocen las particularidades de este grupo poblacional, estando muy bien posicionadas para aportar en procesos de definición de servicios y productos que construyan su salud financiera, así como para actuar de intermediarios financieros. Por su parte, los **bancos de desarrollo** han demostrado ser grandes aliados del Estado en el desarrollo de estrategias nacionales y abriendo oportunidades para que las mujeres puedan dar el salto a vincularse con la banca de primer piso en la toma de SF que posibilitan un mayor crecimiento en la gestión de sus finanzas y sus negocios. Asimismo, son claves en el cambio de dinámicas del ecosistema ya que al promover el incremento del nivel de inclusión de género y sus diversidades en las instituciones, se convierten en catalizadores de la implementación de buenas prácticas en la atención de las mujeres al visibilizar este segmento, sus particularidades y la urgencia de una revisión institucional a fin de poder dar respuestas a la demanda desatendida. Finalmente, la **banca de primer piso, pública y privada, e intermediarios financieros** deben continuar en su camino de incorporar acciones que de manera intencional garanticen a las mujeres desatendidas de sus carteras una oferta de valor que, por un lado, reconozca sus particularidades como subsegmento de mercado y, por el otro, tome decisiones sobre la oferta de SF y SNF en

cuanto al fortalecimiento de la autonomía económica de las mujeres y su capacidad de gestión financiera.

4. Las iniciativas exitosas siempre tienen detrás un proceso de cambio en la cultura organizacional y ajustes institucionales que se centran en revalorizar el rol de las mujeres en la economía y su conocimiento.

Todos aquellos actores del ecosistema financiero que busquen implementar estrategias para una mayor inclusión de las mujeres y/o implementar estrategias de género en sus organizaciones deberán, en primer lugar y de manera prioritaria, mejorar la diversidad en sus equipos, así como en el mercado al cual atienden. En segundo lugar y a fin de apoyar este proceso, deberán contar con información desagregada por género. Estas acciones permitirán generar un momento propicio para el diseño e implementación de innovaciones en la oferta de valor para las mujeres. Las IF han demostrado a través de las distintas experiencias que llegar a formular ofertas de valor para los distintos subsegmentos de mujeres ha requerido incrementar los niveles de inclusión dentro de las propias organizaciones y desafiar sesgos que influyen en el diseño de los SF así como los procesos de aplicación y aprobación para acceder a ellos. En todos los casos se trabajaron estrategias de sensibilización y desarrollo de capacidades internas a fin de mejorar los productos ofrecidos, el tipo de comunicaciones y el acompañamiento brindado en el establecimiento de una relación comercial con grupos que no están acostumbrados a trabajar con bancos o que se han sentido desatendidos por ellos. En este sentido es particularmente importante destacar los esfuerzos realizados por IF de desarrollo ya que logran transformaciones en la cultura organizacional y al mismo tiempo generan un efecto dominó en los bancos de primer piso y otros intermediarios financieros quienes se suman a esta lógica a fin de manejar eficientemente dichos productos y servicios.

5. La información sobre la demanda y el desempeño de los distintos productos y servicios innovadores para satisfacerla tiene un poder transformador para las instituciones, para mejorar la oferta de valor y para la colaboración interinstitucional entre distintos actores del ecosistema financiero.

El uso de la información ha sido y seguirá siendo una herramienta con un gran poder para llamar a la acción. Está siendo utilizada por los gobiernos y agencias especializadas, así como por las IF particularmente para justificar los SF pensados para las mujeres o a fin de ir mejorando la oferta de SF y SNF ya ofrecidos a ellas. A la luz de acompañar con datos la construcción de una oferta integral, escalonada, que contribuya a cerrar brechas de inclusión, las IF están comenzando a incorporar indicadores para medir la salud financiera de las mujeres y sus negocios, la rentabilidad de invertir en SNF, así como el nivel del compromiso, liderazgo y capacidades de las mismas instituciones para garantizar una mayor inclusión. Esta información cobra

alta relevancia para la construcción del caso de negocios en invertir en la atención de subsegmentos de mercados con una lógica diferente a la que las instituciones están acostumbradas, así como también para coordinar trabajo con múltiples actores del sistema que permitan reducir los riesgos asociados al trabajo con poblaciones que no pueden proveer garantías y están altamente expuestas ante crisis.

En consecuencia, de lo observado en este reporte y en relación con los desafíos que quedan pendientes, se puede indicar que **la inclusión financiera de las mujeres, en contextos de COVID-19, particularmente de aquellas que están en la base de la pirámide debe ser vinculada a políticas de equidad, de protección social y de reactivación económica.** El impacto de la pandemia llevó a una enorme población a un proceso acelerado de precarización, situación que se buscó paliar en muchos países con subsidios de emergencia. Esto generó la inclusión en el sistema financiero de mujeres no bancarizadas lo cual visibilizó a una gran población. Asimismo, esto puso en cuestión cómo se puede garantizar la inclusión financiera real de estas mujeres sin ingresos asegurados y en situación de vulnerabilidad. Esta situación puesta en contraposición con el concepto de salud financiera referido en este

reporte renueva la necesidad de abordar temas de agenda de larga data tales como garantizar el acceso a servicios públicos gratuitos y de calidad y políticas que permitan la vinculación de estas mujeres con el mercado laboral. Urge diseñar herramientas financieras que vayan de la mano con otras políticas públicas para ayudar a las mujeres más impactadas a fin de no caer en deuda, desendeudarse, y reactivar su actividad económica. Por otro lado, aún queda un largo trecho para consolidar una infraestructura necesaria para un aprovechamiento generalizado de los SF y SNF a través de su digitalización. El acceso y uso de la tecnología sigue siendo una brecha entre la formalidad y la informalidad que debe y podría ser reducida por acuerdos públicos-privados a fin de generar mayores incentivos para que las IF crezcan en su oferta de atención a las mujeres.

SECCIÓN VIII

VIII. Recomendaciones para promover la inclusión financiera de las mujeres desde los distintos actores del ecosistema financiero

VIII.1 Gobiernos

En su rol de promotores, líderes y reguladores del mercado, con el fin de garantizar la inclusión e igualdad de oportunidades, los gobiernos pueden trabajar en varios sentidos:

- En vinculación estrecha con los entes reguladores de los SF, revisar las leyes y normativas que rigen en el mercado financiero -tanto tradicional como virtual- a fin de identificar y destrabar barreras para las mujeres, así como también generando una movilización de capital hacia ellas a través de bonos de género, moratorias fiscales, transferencias monetarias o préstamos en condiciones favorables.
- Garantizar sistemas de protección integrales pensados desde la perspectiva de género, los cuales se hacen indispensables en el contexto que actualmente está viviendo ALC y el mundo y los años de recuperación post pandemia.
- Ejercer coordinación interinstitucional para recolectar y analizar datos desagregados por sexo del sistema financiero para facilitar el acceso a datos a todos los actores del ecosistema y evidenciar áreas de oportunidad para trabajar en cerrar esas brechas.
- Desarrollar estrategias interministeriales direccionadas a desarrollar emprendimientos de mujeres, desarrollando sus capacidades, promoviendo sectores del mercado en el que ellas generalmente se encuentran

y estimulando la creación de negocios en sectores de alta productividad.

- Incentivar el direccionamiento de capital a mipymes de mujeres, así como a cooperativas, en especial a aquellas conformadas por mujeres rurales, indígenas y afrodescendientes.
- Promover las compras públicas con perspectiva de género a fin de abrir oportunidades de crecimiento a empresas lideradas por mujeres, proveyendo asistencia legal, administrativa contable, gestión de negocios, entre otras que permitan el fortalecimiento de micro y pequeñas empresas para lograr un mayor acceso al capital y los mercados.
- Identificar y dar solución a desafíos legales y administrativos que limitan el acceso de las mujeres a créditos tales como documentos de identidad y figura jurídica de sus negocios.
- Garantizar la infraestructura y conectividad necesaria para que las mujeres y emprendedoras puedan acceder a servicios financieros y que dicho acceso no resulte en mayores costos para sus emprendimientos.

VIII.2 Banca de primer y segundo piso

La banca ya sea pública o privada, así como la banca de desarrollo, tiene la función de desafiar al mercado a través de la introducción de productos innovadores y a medida que generen confianza y reduzcan prejuicios en torno a trabajar con distintos subsegmentos de mujeres, particularmente aquellas de la base de la pirámide.

Definición de la propuesta de valor

- Construir los perfiles de subsegmento de mujeres aunando esfuerzos con organismos públicos y organizaciones de mujeres que están directamente vinculadas con las mujeres y sus necesidades cambiantes.
- Hacer uso de los datos que ya se tienen en las instituciones, conectar con esas mujeres a través de un análisis de necesidades, preferencias y comportamientos en el tiempo.
- Realizar un seguimiento de una muestra de mujeres usuarias de los SF diseñados para ellas que permitan redefinir productos y servicios según cambian sus necesidades

Oferta integrada de SF y SNF que den garantía de acceso y uso

- Ofrecer un servicio integral que permita acceder y usar SF y SNF al mismo tiempo –ahorro, seguros, crédito de la mano de capacitación, asesoría financiera y de negocios, vinculación a mercados–. Debe tomar en cuenta el ciclo de vida de las mujeres y sus negocios, así como distintos factores de vulnerabilidad que afecten el uso y generación de beneficio.
- Combinar en el diseño de la oferta de servicios la digitalización con la posibilidad de tener un contacto con el personal de las instituciones ya que es clave para romper barreras y prejuicios, y facilitar el uso de los productos y servicios ofrecidos.
- Revisar regularmente los impactos que el contexto puede tener en este grupo de clientas particularmente con relación a la pandemia y buscar la adaptación de la oferta de SF y SNF a dicho contexto.
- Desarrollar alianzas con instituciones especializadas en el fortalecimiento de capacidades financieras de las mujeres.
- Garantizar diversidad en los equipos de las instituciones, así como de aplicar la lente de género a los distintos procesos, desde el diseño a la colocación y monitoreo de uso de los productos.

Alineación institucional

- Impulsar procesos de desarrollo de capacidades institucionales para ampliar la lente de género a todas las operaciones.
- Generar una vinculación estratégica con organismos públicos y privados que estén trabajando de manera directa con grupos de mujeres empresarias y emprendedoras a través de apoyo a la mipyme o brindando alivio post pandemia.
- Construir evidencia para mostrar que la inclusión financiera de las mujeres no solo es justa, sino necesaria para la reconstrucción de la economía. En su mayoría, las iniciativas de inclusión han nacido de la mano de fondos y apoyos especiales atados a estrategias de inclusión financiera de las mujeres y acceso al crédito para las emprendedoras. El ecosistema debe trabajar para construir la evidencia necesaria para que dicha acción sea considerada esencial para todas las IF.
- Implementar acciones direccionadas a reducir los sesgos que impactan en la cantidad de mujeres que solicitan créditos, así como en el proceso de evaluación para su otorgamiento.

Medición de sustentabilidad de la iniciativa y del impacto

- Establecer mediciones que muestren la rentabilidad del producto, el acceso y su uso, así como los indicadores de cambios en la vida y negocios de las mujeres, sumados a los indicadores comerciales, son una buena referencia de que los programas de financiamiento con enfoque de género están bien orientados.
- Integrar la medición en el diseño e implementación del programa o propuesta de valor. Mostrar un impacto positivo en los indicadores de desempeño permite mantener el caso de negocios con la alta dirección, ganar apoyos, extender elementos del programa a otros paquetes generales de la IF.

- Incluir estos indicadores en el reporte automático facilita el seguimiento y análisis.

Los principios acordados en la Declaración de París de los **Bancos de Desarrollo** con relación a la igualdad de género y empoderamiento de las mujeres (12 de noviembre de 2020) incorpora recomendaciones claves para estas instituciones, reconociendo prácticas ya existentes e instando a ser adoptadas de manera generalizada:

- Desarrollo e implementación de una estrategia de género evaluada y revisada periódicamente la cual incorpore compromiso y acciones para garantizar la inclusión e igualdad de oportunidades en la gestión de personal, la integración de la perspectiva de género y acciones afirmativas de apoyo a las mujeres y niñas en todos los programas, proyectos, inversiones incluyendo la respuesta al COVID-19.
- Incrementar y reorientar el financiamiento con lentes de género, estableciendo metas en la cantidad aportada, así como desarrollando la capacidad de dar seguimiento al financiamiento realizado (porcentaje y volumen).
- Mejorar el diálogo y colaboración con otras instituciones trabajando por la equidad de género y el empoderamiento de las mujeres.

Es fundamental que aquellas entidades de la banca de desarrollo que ya cuenten con iniciativas para la

promoción de la inclusión financiera de las mujeres sostengan su rol de promotor de buenas prácticas en la gestión de programas de financiamiento con perspectiva de género que bajan a los países a través de líneas de créditos. Estos esfuerzos tienen un efecto multiplicador ya que alientan a las instituciones financieras intermediarias a revisar sus prácticas e introducir innovaciones que puedan garantizar la implementación de dichos instrumentos financieros y el alcance de resultados esperados en la inclusión de las mujeres y su autonomía económica.

VIII.3 Sector privado (corporativos y fundaciones de empresas, cámaras industriales, asociaciones profesionales, etc.) y organizaciones para el fortalecimiento de capacidades

- Desarrollar y fortalecer las cadenas de valor inclusivas a través de transferencia de conocimiento a empresas lideradas por mujeres.
- Actuar como puentes con espacios que pueden ampliar el acceso al mercado y recursos para las mujeres emprendedoras.
- Contribuir al proceso de desarrollo de capacidades y generación activa de vínculos entre el sector privado -Instituciones financieras, empresas, cámaras, etc- y las mujeres a fin de desafiar mitos en relación con la mujer y su participación en la economía y las finanzas

ANEXOS

Anexo I. Lista de personas entrevistadas

Laura Fernández	Grupo Fundación microfinanzas BBVA
Ángela Ma. Panqueva Rodríguez	Bancamía Colombia
Roberto Guirette Saldana	Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura-Bolsa Institucional de Valores
Sergio Avilés	BCIE
Mélida Mancía y Paola Machuca	Bandesal
Gloria Zarazua	Banrural -Guate
Cynthia Castro	Consultora -Estrategia de inclusión financiera en Costa Rica
Andrea Milla Quesada	INAMU
Carmen Correa	ProMujer
Daniel Navarro	Nimmök Corp.
Florencia Suárez	
Iván Aguado	
Emma Sánchez Andrade Smith	Jefa
Bárbara Arredondo Ayala	LIDH
Pura Méndez	Banco BDH de León RD
Rodrigo de Reyes Lanfranco	Fundación Capital
S. Gabriela Andrade	BID
Edgard Lara	CAF
Perla Chang	ONU Mujeres Guatemala
Paola Gutiérrez	ONU Mujeres Ecuador
Ana Lilián Vega	ONU Mujeres El Salvador

Anexo II. Compromisos a través de políticas de inclusión financiera o educación financiera de los países de ALC

PAÍS	IF AÑO	EF AÑO	OBJETIVOS DE GÉNERO
Argentina	2020		<ul style="list-style-type: none"> • La Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF 2020-2023) menciona como uno de sus objetivos estratégicos dar especial atención a los problemas de acceso y uso de bienes y SF en los sectores sociales vulnerables, como los grupos de bajos ingresos, los/as trabajadores/as desocupados/as, los/as emprendedores/as de la economía popular, los/as adultos/as mayores, las mujeres y LGBTI+, a través de las siguientes iniciativas: • Fomentar el crédito a sectores vulnerables, acercando productos financieros bancarios a sectores de bajos recursos, adultos/as mayores, jóvenes, mujeres y LGBTI+. • Desarrollar políticas de inclusión financiera en coordinación con el Ministerio de las Mujeres, Géneros y Diversidad como con la Dirección Nacional de Economía, Igualdad y Género del Ministerio de Economía y la Dirección Nacional de Cuidados Integrales del Ministerio de Desarrollo.
Brasil	2012	2010	Sin información
Chile ⁵	Sin año	2017	<ul style="list-style-type: none"> • Continuar posicionando la Educación Financiera y Previsional con enfoque de género. • Incorporar o profundizar el trabajo en Educación Financiera en los programas sociales y de fomento productivo. • Capacitar a quienes ejecutan los programas sociales que cubren Educación Financiera entre mujeres. Realizar estudios con enfoque de género. • Plan de Acción de la Estrategia Nacional de Educación Financiera incluye las siguientes medidas: <ul style="list-style-type: none"> – Continuar posicionando la Educación Financiera y Previsional con enfoque de género. – Incorporar o profundizar el trabajo en Educación Financiera en los programas sociales y de fomento productivo. – Capacitar a quienes ejecutan los programas sociales que cubren Educación Financiera entre mujeres. – Realizar estudios con enfoque de género.

5 Chile no cuenta con una estrategia nacional de inclusión financiera pero sí con una de Educación Financiera.

Colombia	2016	2017	Sin Información
Ecuador	2012	2012	Sin información
El Salvador	2021	2021	<ul style="list-style-type: none"> La Política Nacional de Inclusión Financiera tiene el objetivo de generar beneficios a la población más vulnerable del país estableciendo sistemas que permitan el acceso a instrumentos financieros ágiles, fáciles y seguros.
Guatemala	2019	2019	<ul style="list-style-type: none"> No contienen objetivos o acciones específicas para mejorar la inclusión financiera de las mujeres.
Haití	2014	2015	<ul style="list-style-type: none"> La estrategia nacional tiene como objetivo aumentar el acceso a los SF para todos los segmentos de la población, en particular los que hasta ahora están mal o no atendidos, dentro de estos grupos se incluye a las mujeres, sin embargo, no incluye acciones o medidas específicas enfocadas en mujeres.
Honduras	2015	2015	<ul style="list-style-type: none"> Incluye datos sobre la inclusión financiera de las mujeres, pero no contiene acciones o medidas enfocadas en ellas.
Jamaica	2017	2017	<ul style="list-style-type: none"> La estrategia no incluye acciones o medidas específicas para mujeres, sin embargo, incluye indicadores desagregados por sexo para medir el avance de la inclusión financiera en el país.
México	2016	2017	<ul style="list-style-type: none"> Uno de los objetivos de la Política Nacional de IF es favorecer la inclusión financiera de personas en situación de vulnerabilidad, como mujeres, migrantes, personas adultas mayores, indígenas y población rural. La estrategia particular enfocada en mujeres incluye: <ul style="list-style-type: none"> Realizar acciones dentro de las IFs privadas y públicas para fomentar la IF de las mujeres. Fomentar la representación de las mujeres en las IFs y en los órganos reguladores. Establecer la obligatoriedad a las instituciones de la banca de desarrollo e instituciones de fomento para diseñar y operar programas o productos dirigidos a las mujeres. Fomentar el incremento de la cartera de crédito y de captación de las mujeres mediante el cuestionario estratégico y el índice de evaluación de los bancos. Fomentar la coordinación con las instituciones públicas y privadas especializadas en temas de género para el desarrollo de productos adecuados para las mujeres.

Paraguay	2014	2015	<ul style="list-style-type: none"> No contienen objetivos o acciones específicas para mejorar la inclusión financiera de las mujeres.
Perú	2015	2017	<ul style="list-style-type: none"> La estrategia incluye como uno de sus objetivos promover la inclusión financiera de la población vulnerable, para que acceda a los servicios y mercados financieros formales a través de la ejecución de acciones y medidas de acuerdo a sus necesidades, mejorando con ello su calidad de vida. Como grupo vulnerable incluye a las mujeres, sin embargo, no contiene objetivos o acciones específicas para mejorar la IF de las mujeres.
Uruguay	2014	2012	<ul style="list-style-type: none"> No contienen objetivos o acciones específicas para mejorar la inclusión de las mujeres.

Fuente. Elaboración propia con datos de CAF, OCDE (2020) y de revisión de las estrategias de cada país.

Anexo III. Tabla resumen de iniciativas relevadas*

NOMBRE DEL PROGRAMA	PROPUESTA DE VALOR PARA MUJERES	PRODUCTOS FINANCIEROS		AJUSTES INSTITUCIONALES	INDICADORES DE MEDICIÓN
Fondo Mujer Bandedal El Salvador 	<p>Iniciativa del Banco de Desarrollo de El Salvador (Bandedal) que apoya la inclusión financiera de las mujeres a través de crédito, fondo de garantía y capacitaciones.</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> • Crédito directo desde USD 300 dirigido a distintos segmentos de mujeres (mipymes) • Capacitaciones de negocios, básicas y especializadas, sobre derechos de las mujeres y de habilidades personales y asistencia técnica agrícola. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitación al grupo de ejecutivos de cuentas que atienden a mujeres. • Implementación de la figura del supervisor para controlar de manera aleatoria los negocios incorporados. 	<ul style="list-style-type: none"> • Niveles de ahorro • Crecimiento del negocio • Eficiencia en el negocio • Tipo de formación por la que ha pasado el negocio • Indicadores financieros para medir el retorno en la inversión
Banca Mujer Banrural Guatemala 	<p>Programa integral que tiene como objetivo la promoción de la inclusión de las mujeres, con productos y SF hechos a la medida. Los productos y servicios se enfocan en promover el ahorro, proveer financiamiento y el uso de la tecnología para mejorar la bancarización de las mujeres.</p>	 	<ul style="list-style-type: none"> • Señora Cuenta (cuenta de ahorro); Tarjeta de Crédito Banrural Mujer Emprende; Microfinanzas para el Desarrollo (crédito, ahorro y seguros) • Seguro de alquiler de autos; eventos exclusivos para emprendedoras; Programa de Mujer Emprende Banrural; promociones permanentes en comercios; Club de Señora Cuenta; eventos y capacitaciones para mujeres; Educación financiera como parte del programa de Microfinanzas para el Desarrollo 	<p>No Aplica (N/A)</p>	<p>N/A</p>

<p>Programa Inclusión financiera con perspectiva de género para las mujeres en sus diversidades Costa Rica</p> 	<p>El programa tiene como objetivo garantizar el acceso, uso efectivo y control de los servicios y productos del sistema financiero bancario nacional a las mujeres en su diversidad, para el desarrollo de su autonomía económica, la inclusión financiera y la eliminación de las brechas entre mujeres y hombres.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • La iniciativa incluye un mapeo de la oferta de servicios y recursos financieros para mujeres, de acuerdo a sus necesidades y especificidades.  <ul style="list-style-type: none"> • Capacitaciones para el acceso y uso adecuado y eficiente de los servicios y productos financieros (bancarios, seguros, mercado de valores, pensiones). • Plataformas, servicios y metodologías de mentorías y asesorías. 	<p>N/A</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Créditos, ahorro y seguros • Crecimiento en mujeres clientes • Crecimiento en cartera de préstamos para mujeres • Crecimiento en depósitos de mujer • Productos por cliente • Contribución financiera del clúster Mujer (en pesos dominicanos) • Otros indicadores: • Niveles de satisfacción • Vinculación de productos • Penetración de productos clave • Posicionamiento del Programa • Indicadores internos de equidad de género • Niveles de mora y vencida
<p>Bono Social de Género, Fideicomisos Instituidos en Relación con la Agricultura (FIRA) México</p> 	<p>El Bono Social de Género FIRA tiene como objetivo facilitar el acceso al financiamiento a mujeres, a través de operaciones de crédito y descuento para proyectos relacionados con la agricultura, ganadería, avicultura, agroindustria, pesca y otras actividades relacionadas que se llevan a cabo en zonas rurales.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> • Créditos: refaccionario, avío y capital de trabajo, prendario, arrendamiento, factoraje, préstamos quirografarios y de liquidez. También incluye esquemas de financiamiento rural, y microcrédito. • Garantías para mitigar el riesgo del crédito y promover la participación de los intermediarios que lo proveen.  <ul style="list-style-type: none"> • Capacitación, asistencia técnica y transferencia de tecnología. • Acceso a información del mercado y análisis económico 	<p>N/A</p>	<p>Actualmente se trabaja con ONU Mujeres en el diseño de un marco de medición.</p>

Programa Regional de Financiamiento Empresarial para Mujeres (FEM)
Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Costa Rica, Panamá y Belice

El programa FEM facilita el financiamiento a las mujeres que deseen emprender un nuevo negocio, mujeres propietarias de MIPYME con socias y con mayoría patrimonial de mujeres y/o que cuenten con más del 50% de empleadas mujeres.



- La iniciativa considera adaptaciones a productos financieros como créditos, ahorro, seguros, transferencias que cada banco deberá realizar de acuerdo a su estrategia.
- Los SNF son desarrollados por las diferentes entidades bancarias que participan en la iniciativa.

Los bancos participantes deberán ajustar sus procesos administrativos para ofrecer el uso y beneficios de los productos financieros.

Se utilizan una serie de indicadores entre los que destacan el número de beneficiarias y los montos desembolsados.

Estrategia transversal de empoderamiento económico de la mujer,
Bancamía
Colombia



El programa Nosotros con Ellas, emprendedoras generando valor, tiene como objetivo fortalecer la oferta de valor para mujeres, enfocada en cubrir sus necesidades con productos de crédito, ahorro, inversión, seguros, tarjeta de crédito y SNF, como capacitaciones para microempresarias.



- Productos financieros ajustados a las necesidades de las mujeres: cuenta de ahorros, producto de inversión, tarjeta de débito, crédito y seguros diferenciados para las necesidades de mujeres rurales y urbanas.
- Capacitaciones y talleres brindados a través del programa Mujeres con Propósito de Fundes.
- Oferta de servicios de educación, estrategias de acompañamiento para la implementación exitosa de los conocimientos y el aprovechamiento de los servicios.

Se realizaron ajustes al proceso administrativo para aplicar, obtener y usar el producto crediticio. Como parte de estas mejoras se llevaron a cabo capacitaciones del personal que tiene contacto con las clientas para brindarles un mejor servicio, además se abrió una ventanilla especialmente para mujeres.

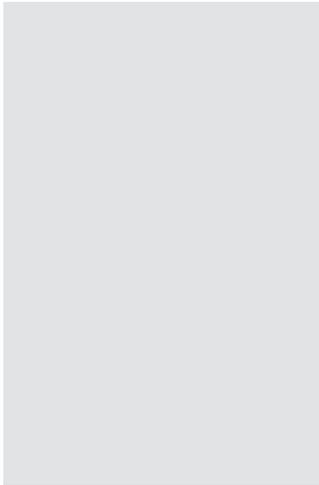
Cuenta con un sistema de indicadores y procesos para la recolección de datos que se enfocan en medir el impacto en:

- El uso de los de los productos y SFs para medir la inclusión financiera
- En la vida y negocios de las mujeres

<p>ProMujer Digital</p>	<p>Pro Mujer Digital es una Plataforma que proporciona recursos y herramientas relevantes y transformadoras a las mujeres de América Latina a lo largo de sus vidas, mediante instrumentos digitales que las empoderen y las hagan prosperar.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> Se definieron las adaptaciones necesarias para los productos actuales a fin de profundizar su alcance y digitalizarlos. A su vez se definieron los productos financieros complementarios de los actuales para resolver la integralidad de las necesidades de gestión económica de individuos y microempresarios. Éstos incluyen: ahorro, crédito, banca comunal, seguros, transferencias, pagos y recargas de servicios prepago.  <ul style="list-style-type: none"> La iniciativa cuenta con una oferta de servicios de salud y de educación financiera, tecnológica y sanitaria. 	<p>Pro-Mujer realizó una alianza con <i>Nimmök Consulting</i>, una empresa internacional especializada en co-crear proyectos de inclusión financiera digital.</p>	<p>Cuenta con un sistema de indicadores y procesos utilizados para la recolección de evidencias de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Usuarías • Uso • Frecuencia • <i>Cross selling</i> • ARPU (promedio de ingresos por usuaria) • Impacto socioeconómico en la vida y negocios de las mujeres
<p>Fundación Microfinanzas BBVA</p>	<p>La fundación Microfinanzas BBVA fue creada en 2007, con el objetivo social de promover el desarrollo sostenible de los emprendedores más vulnerables. La Fundación está formada por un grupo de entidades financieras (Bancamía, Financiera Confianza, Banco Adopem, Microserfin y Fondo Esperanza emprende Microfinanzas) tienen una sede corporativa en Madrid, el cual define estrategias y políticas en torno al gobierno corporativo, digitalización, medición de impacto y sistemas de control que las entidades financieras implementan. Actualmente, la Fundación apoya a 2 millones 600 mil emprendedores, de los cuales el 60% son mujeres.</p>	 <ul style="list-style-type: none"> Ofrece créditos para las actividades productivas, créditos para mujeres rurales y víctimas de violencia de género, crédito grupal con garantía solidaria, ahorro programado y servicios como seguro para el negocio.  <ul style="list-style-type: none"> Orientación legal, asistencia de un psicólogo y médica online y presencial, seguros oncológicos y estudios como mamografías, asistencia técnica agrícola, asistencia sobre cómo acompañar a los/as niños/as con los deberes de la escuela. Capacitación en educación financiera, habilidades para la gestión del negocio, liderazgo, uso de tecnologías para su actividad económica, capacitación sobre Marketplace, y provee educación de género y negocios a través de escuelas de emprendimiento. 	<p>Estrategia de empoderamiento de las mujeres, la cual se enfoca en el desarrollo de una oferta de valor integral para ellas, que incluye productos y SNF para apoyar su empoderamiento económico en tres áreas: Independencia económica, autoconfianza, autoestima y educación, y acceso a redes.</p>	<p>Sistema de medición de impacto desagregado por género, para potenciar sus impactos en tres dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. salud financiera que incluye la gestión del patrimonio y de los recursos financieros del hogar; 2. bienestar, enfocado en el acceso a servicios básicos y empoderamiento; y 3. desarrollo del negocio, enfocado en el crecimiento, productividad, acumulación de activos. A través de la medición del impacto en estas tres dimensiones, la Fundación realiza ajustes regulares a sus estrategias para maximizar su impacto.

	<p>La fundación invierte su dotación en la creación y consolidación de un grupo de entidades microfinancieras en América Latina, cuyos beneficios se reinvierten en la propia actividad de la Fundación, sin ningún retorno financiero para el banco BBVA.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a redes. Facilita conexión a mercados a través de alianzas con proveedores, plataformas de venta online, vinculación con emprendedoras.
--	--	--	--

<p>BHD León República Dominicana</p>	<p>La iniciativa Mujer se basa en el desarrollo de soluciones para las mujeres, creadas específicamente para abordar sus principales preocupaciones y necesidades. Las soluciones se diseñaron en torno a cinco objetivos claves de la vida de las mujeres: salud personal y familiar, educación, propiedad de un hogar, movilidad personal y éxito del negocio. Cada solución incluye un paquete de ofertas de crédito, ahorro y seguro, así como otros servicios no financieros.</p>		<ul style="list-style-type: none"> • El programa Mujer brinda créditos y ofertas por temporada en temas de salud, educación, adquisición y reparación de automóviles, hipotecario y para financiar cuestiones del negocio. • La “Tarjeta Mujer”, es un producto que tiene como atributos principales un seguro con cobertura de cáncer femeninos, y asistencia técnica en el hogar • Ofrece una cuenta de ahorros para planificar la compra de una casa, automóvil o para la educación y seguros de vida, salud, automóvil, propiedad y para el negocio. • Capacitaciones en temas enfocados a las necesidades de la mujer Pyme como lo es el seminario de empresariedad femenina. • El Premio Mujeres que Cambian el Mundo, es un reconocimiento al importante rol que desempeña la mujer en el país, poniendo énfasis en aquellas mujeres que ejercen un efecto positivo en sus comunidades o en la sociedad en general, incluye asesoramiento empresarial y financiero gratuito. 	<p>BHD León ajustó su modelo de negocio a través de sus operaciones, modificó su estrategia de segmentación, diseñó nuevos paquetes de productos, actualizó sus sistemas, cambió las mentalidades en el liderazgo y el equipo de ventas, y rompió paradigmas en sus iniciativas de mercadeo.</p>	<p>El Banco BHD León cuenta con un sistema para medir la eficacia del Programa Mujer, que incluye los siguientes indicadores:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Créditos, ahorro y seguros • Crecimiento en mujeres clientes • Crecimiento en cartera de préstamos para mujeres • Crecimiento en depósitos de mujer • Productos por cliente • Contribución financiera del clúster Mujer (en pesos dominicanos) • Otros indicadores: • Niveles de satisfacción • Vinculación de productos • Penetración de productos clave • Posicionamiento del Programa • Indicadores internos de equidad de género • Niveles de mora y vencida
--	--	--	--	--	--



- La oportunidades OPEN, es un servicio que surge en contexto de pandemia que ofrece a las empresas un espacio en la página del banco para anunciar sus productos y servicios y generar mayor visibilidad a su empresa y aumento de su clientela.
- El Programa Mujer Negocio para el sector mipyme, acompaña un crédito con talleres para adquirir herramientas para mejorar sus competencias de liderazgo y gerenciales, fortalecer sus habilidades de negocio.

*Se incluyen iniciativas en funcionamiento al momento de ser entrevistadas.

Referencias bibliográficas

- Azar, K., Lara, E. y Mejía, D. (2018). Inclusión financiera de las mujeres en América Latina. Situación actual y recomendaciones de política. Políticas públicas y transformación productiva. CAF.
- Azcona, G., Bhatt A., Encarnación, J., Plazaola-Castaño, J., Seck, P., Staab, S. y Turquet L. (2020) From insights to action: Gender equality in the wake of COVID-19.
- BID (2020) De mal gusto: Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo.
- Banco Mundial. (2015). Global Findex 2014, Regional Portraits of Universal Progress, Latin America and the Caribbean.
- Banco Mundial. (2018a). Panorama General.
- Banco Mundial (2018b). Global Findex 2017.
- Banco Mundial (2020). Closing Gender Gaps in Latin America and the Caribbean. WB, Washington, D.C.
- Banco Mundial. (2021a). Base de datos ILOSTAT, datos de la Organización Internacional del Trabajo.
- Banco Mundial. (2021b). Women, Business, and the Law (WBL).
- Barahona, G., Camargo, M., Pratt, L. y Delgado, A. (2020). Estado de situación del acceso de la mujer emprendedora al sistema financiero en Honduras.
- BCIE. (2017). El BCIE promueve la equidad y el desarrollo económico de las mujeres.
- Bhatia, A. (2020). ¿Dónde están los estímulos económicos para las mujeres en esta pandemia?
- Buckland, L., Cordobés, M., Oueda Cruz, S. y Murphy, L. (2019). Inversión con lentes de género: cómo las finanzas pueden acelerar la igualdad de género para América Latina y el Caribe. BID, Washington, D.C.
- Cavallero, L., Gago, V. y Perosino, C. (2020). ¿Cómo sería una inclusión financiera feminista?
- CEPAL. (2016). Estudio Económico de América Latina y el Caribe 2016: La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible y los desafíos del financiamiento para el desarrollo. Santiago: Naciones Unidas.
- CEPAL. (2020). Sectores y empresas frente al COVID-19: emergencia y reactivación. Informe Especial COVID-19, N° 4, Santiago.
- CEPAL. (2021). Informe Especial COVID-19 N° 9: La autonomía económica de las mujeres en la recuperación sostenible y con igualdad.
- EIU. (2019). Microscopio Global de 2019: El entorno propicio para la inclusión financiera.
- El-Zoghbi M. (2020). Advancing Women's Financial Inclusion: What Does the Global Microscope Tell Us?
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Argentina 2019.
- Estrategia Nacional de Educación Financiera, Chile 2017.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera para Guatemala, ENIF 2019 – 2023.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera en Honduras 2015.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Jamaica 2016-2020.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera Paraguay 2014-2018.
- Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Perú 2015.
- Facebook, OCDE y World Bank. (2020). Global State of Small Business Report.

- FWA. (2019). Business Response to COVID-19.
- FAW. (2020). How Fintechs can profit from the Multi-Trillion-Dollar Female Economy.
- FMO e IFC. (2020). Non-Financial Services - The Key to Unlocking the Growth Potential of Women-led SMEs for Banks.
- Gallagher, T. (2020). Cuatro casos de éxito de inclusión financiera en América Latina.
- Global Banking Alliance for Women. (2016). Data2X and the Multilateral Investment Fund of the InterAmerican Development Bank. Measuring Women's Financial Inclusion: The value of sexdisaggregated data.
- Global Partnership for Financial Inclusion. (2020). Advancing Women's Digital Financial Inclusion.
- Holliday, S., Sherchan, P. y Ebrahimi, S. (2020). COVID-19 and the Insurance Industry: Why a Gender-Sensitive Response Matters. IFC.
- IFC. (2017). Banking on Women, Changing the Face of the Global Economy.
- IFC. (2018). Banks' Focus on Women in Latin America Boosts Business for All.
- IFC. (2019). Her Home, Housing Finance for Women.
- IFC. (2021). Banking on Women.
- Klapper, L. Demircuc-Kunt, A., Singer, D., Ansar, S. y Hess, J. (2018). The Global Findex Database 2017: Measuring Financial Inclusion and the Fintech Revolution. BM.
- Association for Private Capital Investment (LAVCA), Aspen Network of development entrepreneurs (ANDE), LGT Impact Ventures (2016). Impact Investing in Latin America Regional Overview.
- Lindsey, D. (2020). Why COVID-19 has increased the urgency to reach women with mobile technology.
- Montoya, A., Parrado, E., Solis, A. y Undurraga, R., (2020) Discriminación de género en el mercado de créditos de consumo en Chile. CAF Documento de Trabajo N°03/20.
- Murphy, L. (2020). Tres maneras que la banca usa para captar a mujeres como clientes. BID Invest.
- Quisumbing, A., Meinzen-Dick, R. y Njuki, J. (ed.) (2019). Beyond access: gender transformative financial inclusion in agriculture and entrepreneurship. En I. F. Institute, 2019 Annual trends and outlook report: Gender equality in rural Africa: From commitments to outcomes. Washington, D.C.
- OCDE/CAF. (2020). Estrategias nacionales de inclusión y educación financiera en América Latina y el Caribe: retos de implementación.
- OIT. (2021) Empleo e informalidad en América Latina y el Caribe: una recuperación insuficiente y desigual.
- OIT. (2018). Mujeres y hombres en la economía informal: Un panorama estadístico. Ginebra.
- ONU. (2020). Policy Brief: The Impact of COVID-19 on Women.
- ONU Mujeres (2020). Policy brief: COVID-19 En América Latina y el Caribe: Cómo incorporar a las mujeres y la igualdad de género en la gestión de la respuesta a la crisis.
- ONU Mujeres (2020) COVID-19 y violencia contra las mujeres y las niñas: Abordar la pandemia en la sombra.
- ONU Mujeres y CEPAL (2020) Policy brief: Cuidados en América Latina y el Caribe en tiempos de COVID-19. Hacia sistemas integrales para fortalecer la respuesta y la recuperación.
- PNUD. (2020a). Los servicios financieros en México con perspectiva de género: Avances y áreas de oportunidad. UNDP, Ciudad de México.
- PNUD. (2020b). Removiendo las barreras de la inclusión financiera de las mujeres y otros grupos poblacionales en América Latina y el Caribe.
- Política Nacional de Inclusión Financiera, México 2020.



Saavedra, N. (2020). Encuesta de inclusión financiera con perspectiva de género: Propuesta conceptual. BID.

Sahay, R. y Cihak, M. (2018). Mujeres en las finanzas: un caso para cerrar brechas. FMI.

Stratégie Nationale d'Inclusion Financière en Haïti.

Tucker, J. y Patrick, K. (2017). Low-wage Jobs are Women's Jobs: The overrepresentation of Women in Low Wage Work. NWLC.

Walbey, H. y Tan Yi Lu, B. (2020). Why the Economic Response to COVID-19 Needs to be Financially Inclusive and Gender Sensitive. AFI.

Wayman, O. (2020) Women in financial services.



ONU MUJERES ALC

lac.unwomen.org

