

En América Latina los productos financieros no están pensados para las mujeres



Un nuevo informe de CAF –banco de desarrollo de América Latina– alerta que las entidades financieras no suelen ofrecer productos adecuados a las necesidades de las mujeres, y que éstas registran bajos niveles de educación financiera en relación a los hombres.

Aunque existen varias iniciativas exitosas, la mayoría de países de América Latina están rezagados en cuanto a la educación financiera y al acceso al crédito de las mujeres, hecho que provoca que ellas tengan menor capacidad de ahorro, menos acceso a préstamos y, en definitiva, menos posibilidades de desarrollo productivo, según el informe *Inclusión financiera de las mujeres en América Latina*, elaborado por CAF –banco de desarrollo de América Latina.

Según la publicación, los estereotipos de género, determinados patrones socioculturales relacionados a la propiedad y la división del trabajo, y la ausencia de información recurrente desagregada por género por parte de entidades

financieras y gobiernos ha provocado que las mujeres tengan un acceso limitado al financiamiento y no usen masivamente los productos financieros.

Para revertir esta situación el informe recomienda, por un lado, que las entidades financieras latinoamericanas diseñen productos que tengan en cuenta la perspectiva de género, potencien las capacidades de las mujeres y hagan crecer sus negocios o emprendimientos. En cuanto a gobiernos y bancos centrales, la recomendación gira entorno a establecer mecanismos de análisis y recolección de datos que permitan diseñar políticas públicas enfocadas a reducir las brechas financieras entre hombres y mujeres.

En este sentido, las asignaturas pendientes son las siguientes:

- Crear nuevos productos financieros para las mujeres y ampliar la disponibilidad de los recursos;
- Diseñar más programas de educación financiera con perspectiva de género que potencien las capacidades de las mujeres;
- Usar indicadores que midan más eficientemente las necesidades de financiamiento de las mujeres y de sus empresas o emprendimientos.

“El empoderamiento económico y financiero de las mujeres es esencial para lograr una igualdad de género real. Por eso, gobiernos, bancos centrales y entidades financieras deberán adecuar sus productos y servicios a las necesidades de las mujeres, al tiempo que fomentan sus emprendimientos, con criterios de productividad y rentabilidad”, explica Diana Mejía, experta en inclusión financiera de CAF y una de las autoras del informe.

Mejía considera que en líneas generales las entidades financieras no están aprovechando el potencial emprendedor y financiero de las mujeres latinoamericanas (que representan alrededor del 50% de la población), y que a través de productos y servicios más adecuados a sus necesidades podrían mejorar su desempeño económico. Solo las instituciones microfinancieras han hecho de las mujeres un nicho de mercado, aunque suelen venir con unas condiciones menos ventajosas.

En América Latina y el Caribe sólo el 49% de las mujeres tienen una cuenta bancaria, el 11% ahorra y el 10% dispone de crédito, valores que para los hombres representan el 54%, 16% y 13% respectivamente, según datos del Banco Mundial. En el caso de los países andinos, [un estudio de CAF](#) aseguró que los hombres tienen ventajas sobre las mujeres en términos de conocimiento, comportamiento y educación financiera.

Recomendaciones a los gobiernos de la región

El informe se centra en tres ámbitos de acción para que gobiernos y entidades financieras logren ofrecer servicios adecuados a las necesidades de las mujeres: productos financieros, educación financiera e indicadores de género.

- *Productos financieros*

Algunas de las medidas exitosas de las instituciones financieras con programas específicos para las mujeres son: créditos sin aval o garantías intangibles (joyas, familiares como garantes, mueblería, entre otros); préstamos a tasas más bajas (por ejemplo, cuando se trate de créditos para educación solicitados por madres cabeza de hogar); ampliación de los periodos de gracia; disminución de la tarifa mínima para la apertura de una cuenta de ahorro; servicios no financieros (tales como mini-MBAs, cursos de gestión y planificación de negocios).

- *Educación financiera*

El informe resalta la importancia de establecer estrategias diferenciadas para la educación financiera de las mujeres que tengan en cuenta las características que las diferencian de los hombres. En general, las mujeres tienen mayor aversión al riesgo y a las pérdidas, tienen menor probabilidad de ahorrar activamente y de elegir adecuadamente productos financieros que se adecúen a sus necesidades. Por estas razones, se requieren programas dedicados a atacar estas diferencias, así como desarrollar productos financieros que tomen en cuenta estas características, y que incluso puedan funcionar de vehículo para transmitir algunos de los conocimientos críticos para mejorar las decisiones financieras de las mujeres.

- *Indicadores de género*

Para generar las estadísticas o datos necesarios para la construcción del sistema de indicadores, por el lado de la demanda, lo recomendable es introducir un apartado o módulo sobre financiamiento (acceso, uso y conocimiento) en las encuestas de hogares y/o fuerza de trabajo que implementan las instancias de estadísticas y censos. Usar las encuestas de hogares reduce las presiones presupuestarias que implica una nueva encuesta especializada, dado que para las de hogares las instancias disponen de recursos asignados. Esto garantiza la sostenibilidad de la información en el tiempo y además facilitaría el cruce de la variable de financiamiento con otras como educación, trabajo, parentesco y jefatura del hogar, así como aproximaciones a nivel geográfico. Por el lado de la oferta, indicadores de las instituciones financieras en cuanto a la oferta de productos especializados, aplicación de acciones afirmativas y políticas corporativas de igualdad de género darán cuenta de los progresos del sistema financiero para promover el acceso igualitario de hombres y mujeres al financiamiento.

Casos de éxito en América Latina

Superintendencia de Bancos de Chile

En cuanto a la creación de un sistema de indicadores de género a partir del uso de los registros administrativos de las instituciones, la región puede tomar como referencia la experiencia novedosa desarrollada por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras de Chile. A partir de la información remitida por las instituciones financieras y aplicando la desagregación según sexo, anualmente publica el informe “Género en el Sistema Financiero”, y desarrolla indicadores según el sexo en cuanto a crédito (número de clientes y deuda), ahorro (número de clientes y saldo), tasa de morosidad, tasas de interés, plazos, tipo de crédito, entre otros.

CRECER – Crédito con Educación Rural, Bolivia

Esta institución microfinanciera cuenta con un enfoque dual e integral: servicios financieros (créditos) y servicios de desarrollo (educación) concentrado en mujeres de áreas rurales. Los servicios financieros y de desarrollo ofrecidos cuentan con un indiscutible enfoque de género, encaminados al fortalecimiento de las capacidades de las mujeres y su empoderamiento. En un estudio de evaluación del impacto realizado en el año 2012 se buscó medir el grado de empoderamiento de las beneficiarias, arrojando como resultado que el 49% de las beneficiarias afirman tener el poder de decisión sobre sus asuntos económicos (medidor de empoderamiento).

Banco W, Colombia

El Banco W cuenta con una cartera total de microcrédito del orden de USD 30 millones, lo cual corresponde a más de 200.000 clientes, convirtiéndolo en el cuarto banco colombiano en cuanto a cartera de microcrédito. La filosofía del enfoque en la mujer tiene su origen en beneficiar directamente a la familia por medio de la mujer cabeza de hogar. Sin embargo, con la evolución de la institución, se amplió la audiencia y en la actualidad también incluyen a la población masculina. Aun así, las mujeres representan el 62% de su cartera activa. De forma complementaria, el banco también traslada acciones de inclusión financiera de género a sus operaciones: en algunas de sus sucursales ha instalado salas de lactancia para que sus empleadas pudieran tener un espacio cómodo e higiénico dedicado a la lactancia materna.

Compartamos Banco de México

Este programa consiste en la puesta en marcha del producto Crédito Mujer, que se encuentra a cargo de Compartamos Banco de México, la institución microfinanciera más grande del país, con cerca de 3 millones de clientes. El objetivo general de esta intervención es que las mujeres puedan crear o ampliar su negocio y, a partir de ello, mejorar su situación económica. Esta experiencia demuestra que no es suficiente con otorgar recursos de crédito a las mujeres, pues si estas no tienen la capacidad de destinarlo a usos productivos de alto valor, no podrán superar la trampa de pobreza por la cual se mantienen en el desarrollo de actividades que permiten la subsistencia y resolver necesidades apremiantes, pero no dar el salto a la formalidad y la productividad. Es allí donde la educación financiera debe entrar a complementar.

lactancia para que sus empleadas pudieran tener un espacio cómodo e higiénico