



Foto: Francisco Javier Soto Plascencia, PRONARIM. Concurso de Fotografía CGAP 2017

**Bienvenidas/os...comenzaremos puntualmente a las 11:00 am EST US**

---

# Equipo FinEquityALC

---



**Mariana Martínez**  
Líder Regional - FinEquityALC

[mmartinez8@worldbank.org](mailto:mmartinez8@worldbank.org)



**Daniel Contreras**  
Apoyo IT – FinEquityALC

[dcontreras1@worldbank.org](mailto:dcontreras1@worldbank.org)



Algunos **consejos de Zoom** para que tu experiencia en este evento de FinEquityALC sea todo un éxito:

- Si utilizas la modalidad de **lado a lado del zoom (side by side – speaker view)**, esto te permitirá ver tanto al presentador como la presentación.
- Contestaremos preguntas durante **la sesión de preguntas y respuestas, pueden hacer sus preguntas durante todo el evento**, sin esperar hasta el final.
- **Preséntate en la caja del chat** mientras comenzamos.
- Asegúrate de incluir **tu nombre completo y el nombre de tu organización** mediante la función "cambiar nombre" en "Participantes".

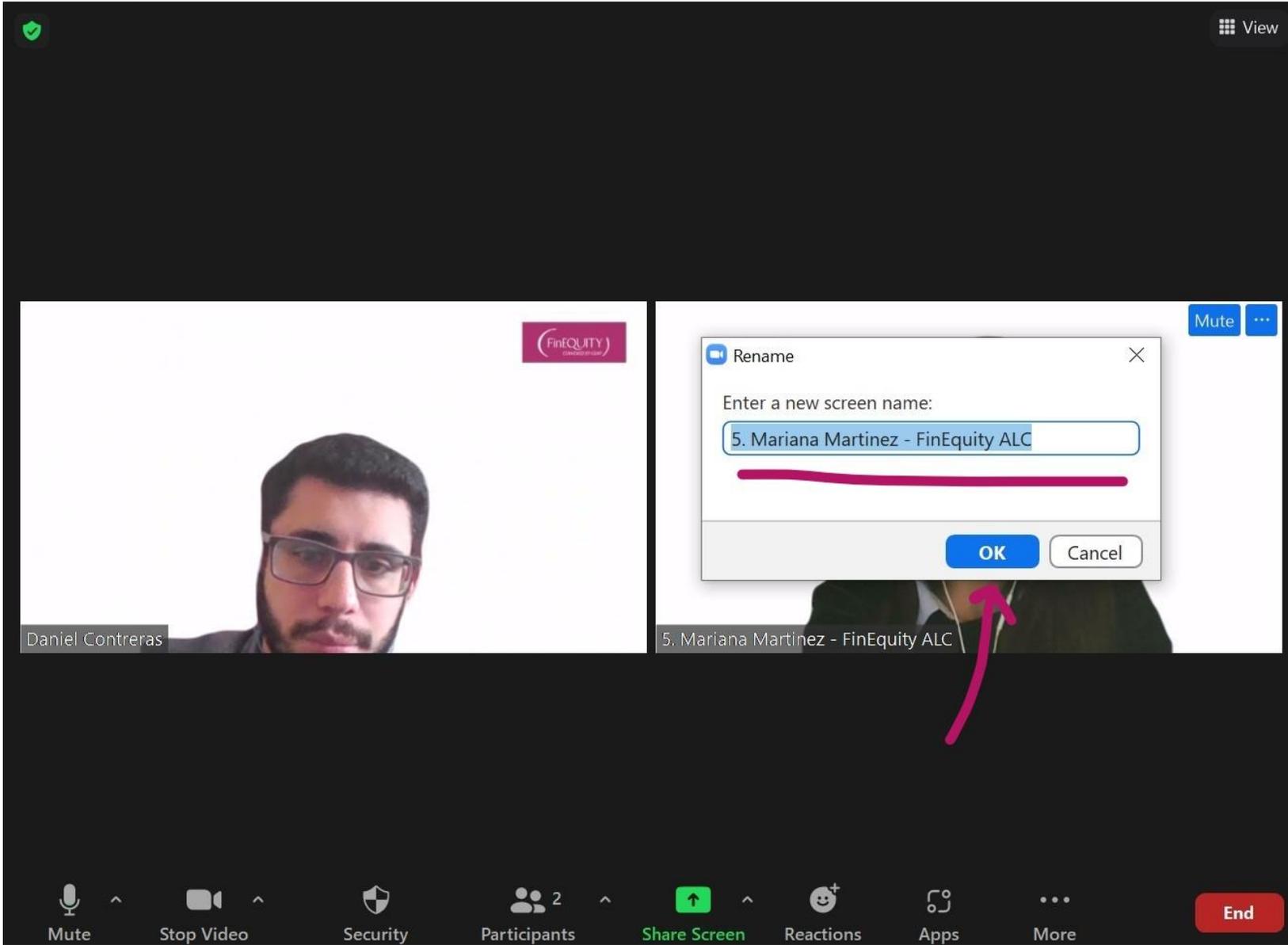
Zoom Meeting

Zoom Meeting interface showing two video thumbnails. The left thumbnail shows Daniel Contreras, and the right thumbnail shows Mariana Martinez - FinEquity ALC. A pink arrow points to the 'Mute' button and the three-dot menu icon on the right thumbnail. The bottom toolbar contains icons for Mute, Stop Video, Security, Participants (2), Share Screen, Reactions, Apps, More, and End.

Participants (2)

- MM Mariana Martinez - FinEquity ALC (Host, me)
- DC Daniel Contreras

- Mute My Audio Alt+A
- Stop Video
- Choose Virtual Background...
- Choose Video Filter...
- Pin
- Hide Self View
- Add Profile Picture
- Rename



The image shows a Zoom meeting interface. On the left, a video feed shows Daniel Contreras. On the right, a 'Rename' dialog box is open, asking for a new screen name. The text '5. Mariana Martinez - FinEquity ALC' is entered in the text field and underlined in pink. A pink arrow points to the 'OK' button. The toolbar at the bottom includes icons for Mute, Stop Video, Security, Participants (2), Share Screen, Reactions, Apps, More, and End.

# Panelistas



**Laura Méndez**  
Asesora Dirección General  
Banco Azteca



**Laura Rubio**  
Directora de Capacitación y Tarjetización,  
Banco Azteca



**Norma Castro**  
Directora Ejecutiva Inclusión Financiera,  
Banco Santander



**Claudia Revilla**  
Directora General, ProDesarrollo



**Gabriela Zapata**  
Representante de país, CGAP

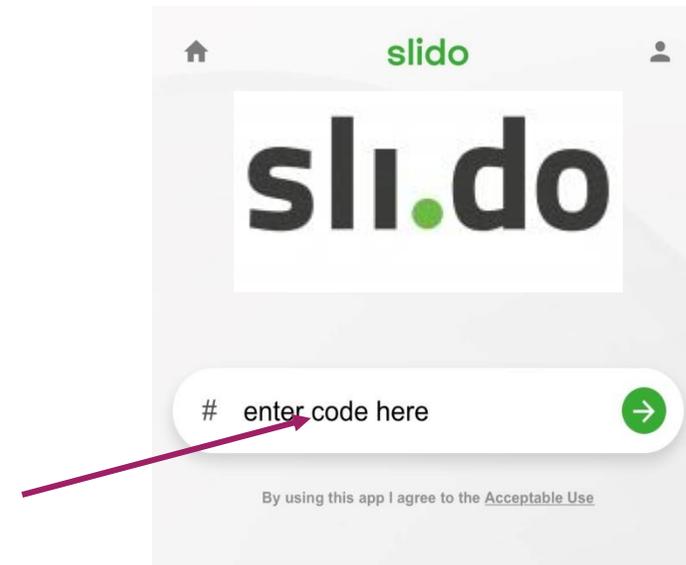
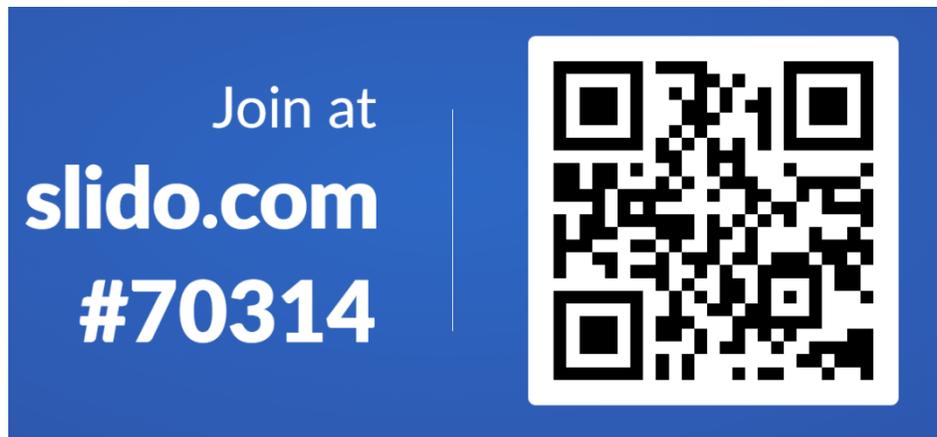
# ¡Queremos saber de ustedes!



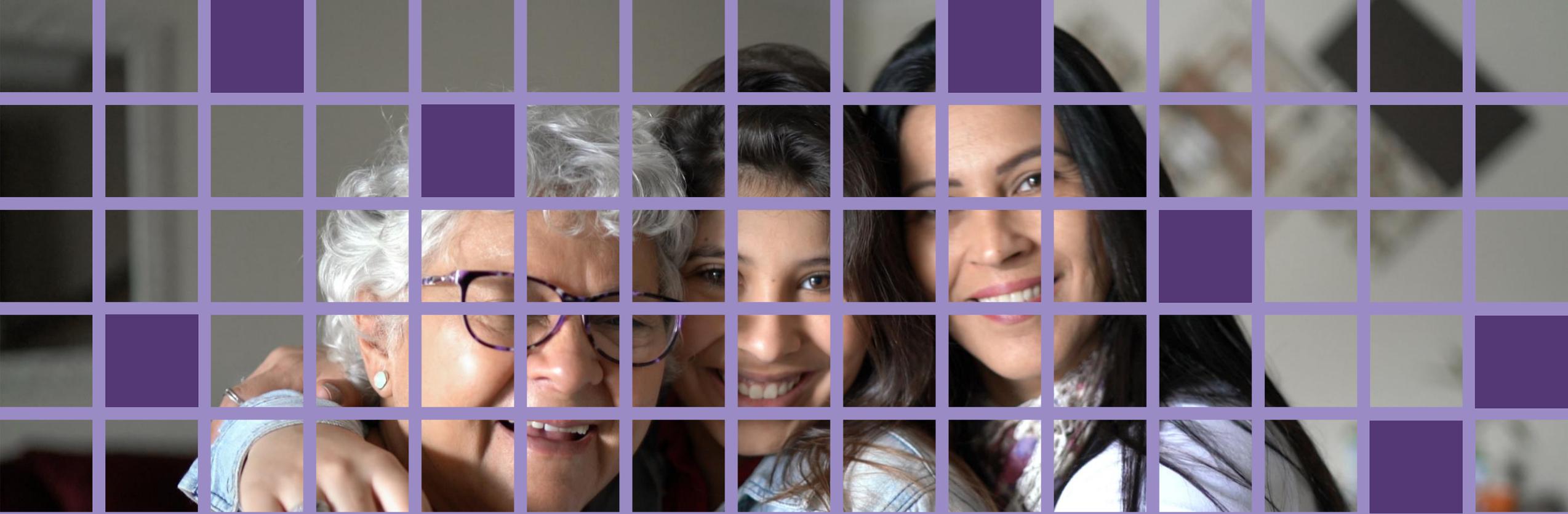
Abre cualquier navegador en tu computadora o teléfono y escribe:

**www.slido.com**

Ingresa event code / código de evento:



- **Bienvenida** y dinámica de la jornada.
- **Introducción:** ¿Por qué este webinar? ¿Por qué seguimos la conversación?
- **Presentaciones:** **Banco Azteca**, **Banco Santander** y **ProDesarrollo** compartirán sus estrategias para diseñar productos y servicios financieros pensados para las mujeres, la recolección de datos desagregados por sexo y cómo fomentar el liderazgo femenino en el sector; sus retos y las lecciones aprendidas en el camino.
- **Preguntas y respuestas** con los/as participantes.
- **Cierre y pasos a seguir.**



# WEBINAR: Hacia el cierre de las brechas de género en México

**Laura Rubio Suástegui**

Directora de Captación y Tarjetización



**Banco Azteca**

# ¿Qué está pasando en México?

- En México hay **64.5 millones de mujeres**, mismas que componen el **51.2% de la población** total.
- **56.7 millones de personas** de 18 a 70 años en el país (67.8%) tienen algún tipo de producto financiero formal<sup>1</sup>
  - ❑ **74.3% de hombres.**
  - ❑ **61.9% de mujeres.**
- Cuentas de ahorro para población de 18 a 70 años
  - ❑ **42.6% de las mujeres**
  - ❑ **56.4% de los hombres**



Fuente: Censo Nacional de Población y Vivienda 2020. INEGI  
Encuesta Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) 2021. INEGI

<sup>1</sup>Cuenta de ahorro, crédito, seguro o afore

# La relevancia de la Mujer en México es significativa

**64.5 M de  
Mujeres 51% de  
la Población**

**Edad  
(Mediana):  
30 Años**

**17.9% de los Hogares en  
México están compuestos  
por Madre e Hijos**

**45% participan  
en el Mercado  
Laboral**

**36.6% son  
propietarias de  
MIPYMES.**

**ESTADÍSTICAMENTE  
VIVE**

**4  
AÑOS + QUE EL  
HOMBRE**

**Por eso, deben administrar sus  
ingresos y su modo de vida,  
tomando en cuenta su futuro.**



# Las soluciones financieras son muy limitadas para ellas



66%

No tiene  
Educación  
Financiera

Sólo

33%

de las Mujeres  
Adultas tiene  
una Cuenta de  
Ahorro

Únicamente

13%

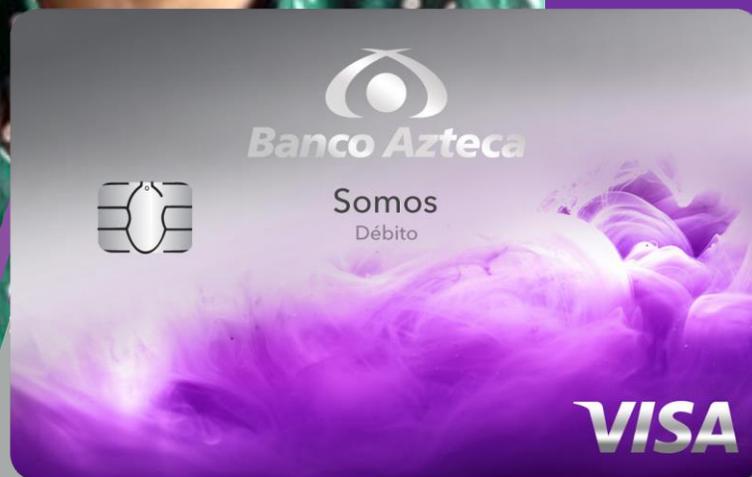
pueden  
acceder a un  
Crédito



**¿QUÉ ESTAMOS HACIENDO EN BANCO AZTECA  
PARA CERRAR LAS BRECHAS DE GÉNERO EN  
INCLUSIÓN FINANCIERA?**

# Lanzamiento Cuenta Somos Débito Banco Azteca

Es una cuenta creada exclusivamente para mujeres, que reconoce su importancia, esfuerzo; y además, la protege y acompaña en su día a día.



**Somos** ¡La cuenta que se preocupa por tu salud!

# Asumir distintos roles

SOMOS es una solución que apela a cualquier rol de la Mujer.

# Control

Administrar los ingresos y los egresos de una forma ordenada.

**Herramientas de ahorro:**  
La vaquita, Sobres, alcancía de los sueños

# Empoderamiento

acceso a asesorías desde múltiples perspectivas desde nuestra app o vía telefónica.

Asistencia Médica, Legal, Psicología, educativa entre otras.

# Libertad

Acceder a servicios de salud únicos para ella que se sienta libre y tranquila

**Chequeo anual gratis ( mastografía, papanicolao), Consulta médica**

# Reconocimiento

Beneficios como descuentos y promociones exclusivas.

**Descuentos y promociones exclusivas**



#cuentaSOMOS

A stylized illustration of a diverse group of women with various hair colors and styles, rendered in shades of purple and black. The women are shown from the chest up, facing forward. The background is a solid light purple color.

**+164 K**  
APERTURAS  
DESDE SU  
LANZAMIENTO

**AÚN QUEDA TRABAJO POR HACER**

**¡GRACIAS!**



***Banco Azteca***

**Apuesta, por la  
inclusión financiera**

Integrando a millones de  
personas al mercado  
financiero.

SOMOS

#cuentaSOMOS





# Baz

La Super App



**Laura Méndez**  
Asesora Dirección General  
Banco Azteca

# ¿Qué es Baz? Es una Súper App que lo tiene **TODO**



**Todo en un solo lugar**



# ¿Cuáles son las funcionalidades?

## DINERO



Mi dinero digital para evitar el riesgo del efectivo

## Con baz súperapp podrás

**Eliminar riesgos** por manejo de efectivo



Recibir a tu domicilio una **tarjeta de débito baz** sin pre-requisito de saldo

Revisar tu saldo y **movimientos**



Tener el control de tus gastos



**Cobrar** sin preocuparte por recibir dinero falso o por falta de cambio

# ¿Cuáles son las funcionalidades?

## PAGOS



Pagos seguros, fáciles y más convenientes que el efectivo.

## Con baz súperapp podrás

Recibir dinero



Pagar servicios digitales y servicios públicos

Comprar tiempo aire o tarjetas de prepago

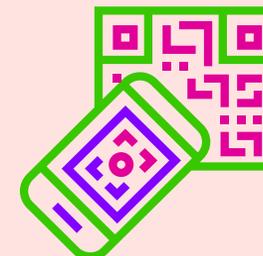
Pagar tus créditos



Enviar dinero



Pagar / cobrar **vía chat** / pago **por cercanía** y con **QR** (a personas y a comercios)



# ¿Cuáles son las funcionalidades?

## NEGOCIO



Podrás crear una tienda para vender tus productos o anuncios para ofrecer un servicio online y llegar a miles de clientes

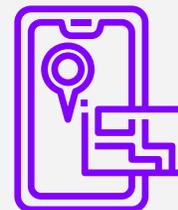
## Con baz súperapp podrás

Crear una **tienda para productos** (Agregar o quitar productos)



Vender **servicios** (Albañiles, cerrajeros, electricistas, plomeros, mecánicos y cualquier servicio)

Crear **anuncios**



**Geolocalizar** productos o servicios

**Ampliar** tu red de clientes



**Nuestros comerciantes podrán ganar comisiones!**

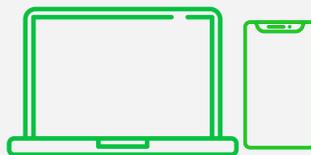
# ¿Cuáles son las funcionalidades?

## OFERTAS



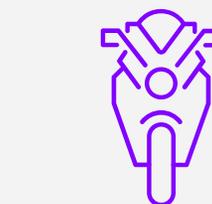
Te ofrecemos el poder comprar productos de Elektra con una oferta diferenciada a crédito

## Con baz súperapp podrás



**Comprar** celulares, computadoras o tablets

**Comprar** artículos para tu hogar



**Comprar** motocicletas Italika

# ¿A quién va dirigido?

## La Súper App

### Pequeños Comercios

El **pequeño comercio** atiende a **clientes locales** ofreciendo productos y servicios poco complejos para atender necesidades básicas de la comunidad.

El **pequeño comercio** podrá utilizar **Baz** para crecer su negocio aceptando nuevos medios de pago, pagar a sus proveedores y hasta empleados, ofrecer nuevos servicios de comisiones, y por supuesto, gozar de su entretenimiento, música, comunicación, noticias y demás **en un solo lugar.**



Un negocio con presencia física que emplea **a una o más personas** y recibe pagos en efectivo y en algunos casos con tarjetas o apps.

# ¿A quién va dirigido? La Súper App

## Ventas por catálogo – “Nenis”

Las **vendedoras por catálogo** atienden a **clientes de su entorno familiar, social y/o laboral**, en el cual, ofrecen diversos productos de uno o más catálogos (Price Shoes, Andrea, Avon, Jafra, Betterware, etc.) a pagos semanales o quincenales.

Las **“Nenis”** ofrecen diversos productos y/o servicios a través de redes sociales y/o Marketplace a **clientes de su entorno familiar, social y/o laboral**, también, a **clientes nuevos** que están interesados en sus productos y/o servicio, atendiéndolos en un punto a convenir.

Ambas figuras utilizan el efectivo para realizar cualquier transacción, con ésta herramienta podrán recibir sus anticipos para adquirir cualquier producto y/o servicio distancia, ya sea pagos por transferencia, envío por chat o con QR a la entrega.





# Nuestros comerciantes siempre ganan

## La Súper App

### ¿Qué beneficios tiene para mi negocio?

La SuperApp Baz, no tiene **ningún costo** para ti e incluye muchos beneficios:

#### Crecer tus ventas

Vas a poder incrementar tus ventas al recibir **nuevas formas de pago** (transferencias, pago con QR, etc).

#### Ingresos adicionales

Además de tus productos, podrás **ofrecer más servicios** como venta de tiempo aire, pago de servicios y demás.

#### Incrementar tu Seguridad y mejorar tu control

Al reducir el manejo de efectivo, podrás **reducir** los casos de **robo, pérdida de dinero, ventas no registradas** y demás.  
*¡Tu dinero digital es más seguro que el efectivo!*

#### Promover tu negocio en la comunidad digital más grande de México

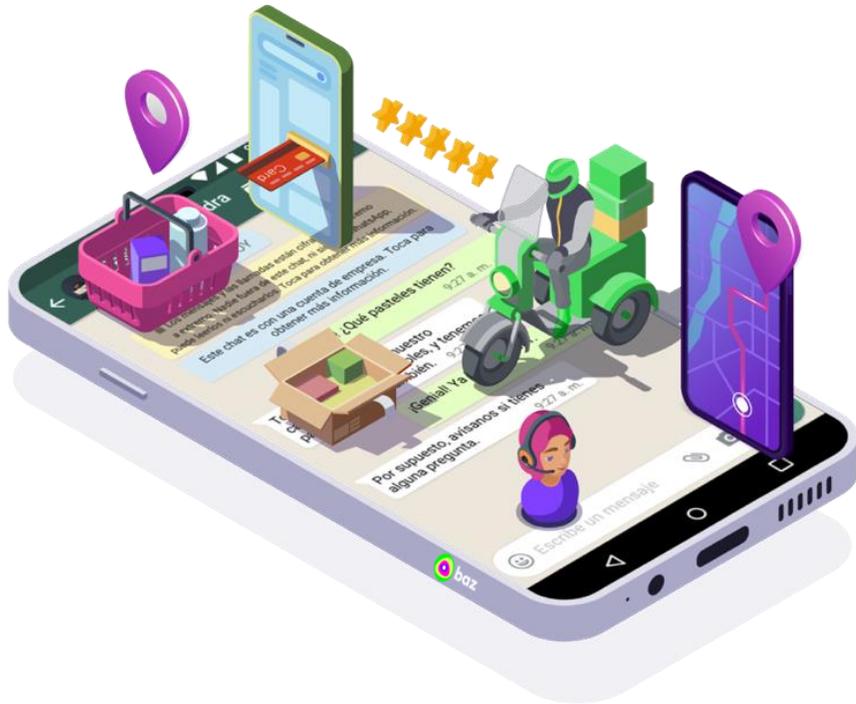
La SuperApp baz tendrá **50 millones de usuarios** y la información de tu negocio, productos y ubicación estará disponible de forma gratuita.



**¡Todos nuestros usuarios podran ubicar y visualizar tu negocio en nuestro directorio!**

## Comercios | Propuesta de Valor

### ¿Por qué los comercios elegirían baz superapp?



- Ecosistema de soluciones de pago más completo para hacer **crecer el negocio**
- **El comerciante gana más dinero**
- **Soluciones y herramientas de acuerdo a sus necesidades** (ver siguiente slide)
- **Experiencia simple** para realizar sus cobros y administrar su negocio
- Posibilidad de **competirle a las cadenas (OXXO)**



## VISITA DE SEGUIMIENTO DEL PROYECTO

30 noviembre  
Ixhuatlan del Café



### Minuta

- Zonas que inician como prueba Piloto: Ixhuatlán y Huatusco de Veracruz y Frailesca, Altos de Chiapas, Costa y Soconusco de Chiapas.
  - Crear un memorándum de entendimiento afinado con el área de legal.
  - Material de difusión para comerciales, organizaciones y técnicos.



# La Súper App Convenio SEDECO

Translate Tweet



👤 Claudia Sheinbaum and 3 others



Tweet



Secretaría de Desarrollo Económico ✓  
@SedecoCDMX

Nuestro titular [@FadlalaAkabani](#), se reunió con representant@s de [@bazsuperapp](#), con quienes se firmará un convenio de colaboración para introducir sus servicios en beneficio de los [#MercadosPúblicos](#), impulsando la competitividad y actualización de nuestros centros de abasto

Translate Tweet





**La Súper App**

# **Nuestras redes sociales**

<https://www.facebook.com/bazsuperapp/?ti=as>



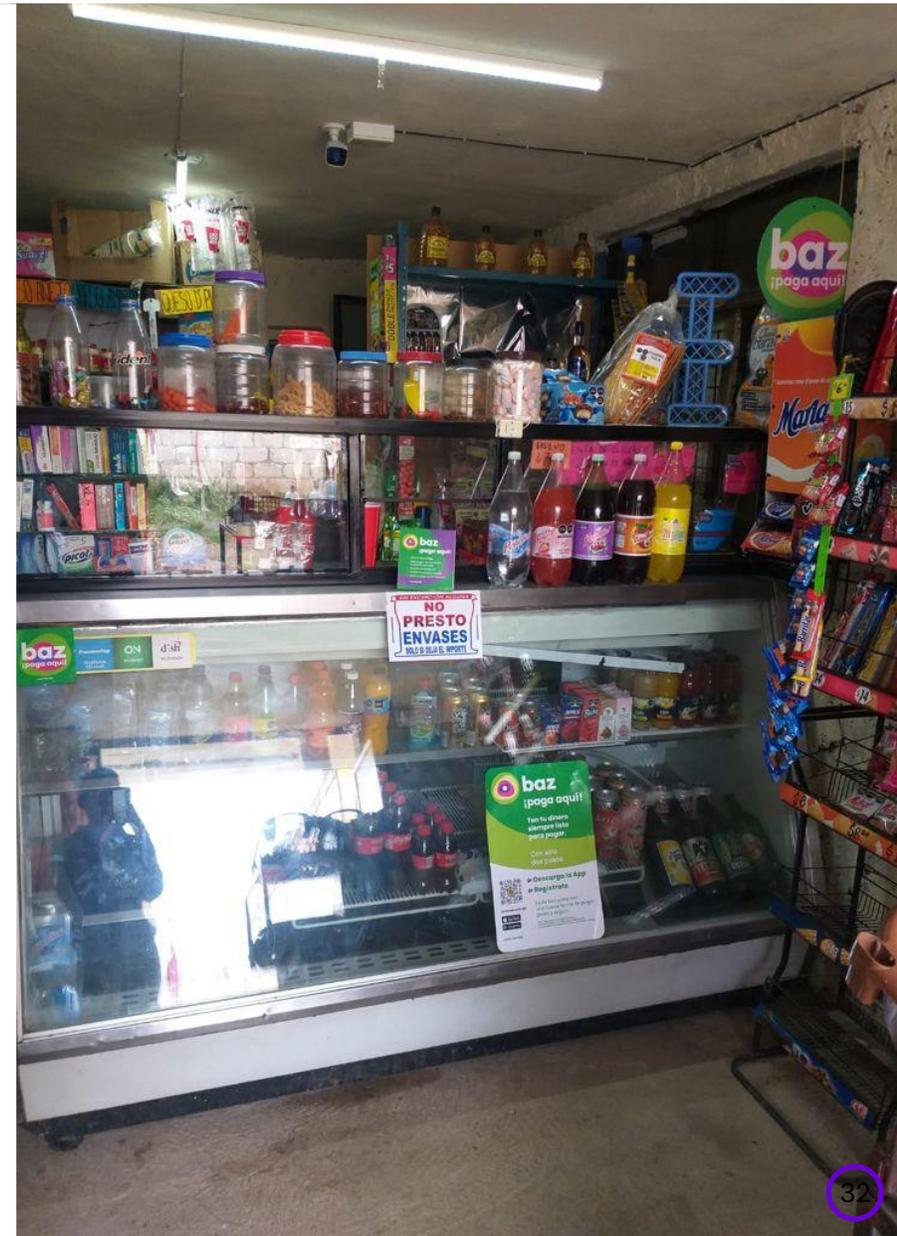
<https://youtube.com/channel/UC1RI55yd6h8ashNVY03LefA>



[https://instagram.com/bazsuperapp?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/bazsuperapp?utm_medium=copy_link)



**baz** Semana 34  
**Comercios Fijos**



 **baz** **Semana 34**  
**Comercios Fijos**





**GRACIAS**

**¡baz con todo!**

# Hacia el cierre de las brechas de género en México



**Norma Castro**  
Directora Ejecutiva Inclusión Financiera,  
Banco Santander

La experiencia de los proveedores de servicios financieros

**tuiio**<sup>®</sup>

FINANZAS DE TÚ A TÚ



# Nació con la visión de ofrecer productos y servicios financieros:

**Con el cliente al centro**

Conocer necesidades financieras y emocionales, sus motivaciones y preocupaciones y con base en eso diseñar los productos y servicios

**Integrales**

Resuelven las distintas necesidades financieras de nuestros clientes dependiendo de su etapa de vida

**Digitales**

El uso de tecnología es un factor clave para poder minimizar costos y tener un mayor alcance

**Con impacto social**

Tuiio tiene que contribuir a generar impacto social positivo en sus clientes, sus familias y las comunidades, en las que opera.





# México

sigue siendo un país con grandes brechas de género cuando se trata del acceso y uso de productos y servicios financieros.

**En las finanzas inclusivas** la mayoría de las clientes son mujeres, quienes no han encontrado en las alternativas de la banca tradicional una solución a sus necesidades.

**Como empresa dedicada a la inclusión y el empoderamiento financiero** debemos tener, como parte de nuestra esencia, un enfoque de género transversal y en la creación de los productos, siempre se visualiza al cliente primero.

*92% de nuestras  
clientas son mujeres*



# Ejemplos de productos implementados

Clientes en el centro de nuestras decisiones.

## Productos

### Créditos con mejores condiciones.

Reconocemos que las mujeres son mejores pagadoras y con base en ello creamos nuestras **reglas de conformación grupal**.

- 75% de los integrantes de un grupo deben **ser mujeres**.
- Nos permite dar una de las **tasas más bajas** del mercado.
- **91.7% de recomendación NPS.**

## Sabemos que su motivación es la familia (asistencias médicas)

- Consultas con especialistas como **ginecólogos y pediatras**
- Exámenes como **perfil hormonal femenino y mastografías**
- **Limpieza dental** con flúor
- **56%** ha ido a médicos (especialistas) a los que antes no podía.
- **55%** le permitió sobrellevar mejor la pandemia.
- **21%** fue por **primera vez en su vida a un ginecólogo** (92% de los clientes son mujeres con una edad promedio de 40 años).



## Sucursales:

Diseñadas con **enfoque de género** sabiendo que la mayoría de nuestras clientas hacen sus trámites con sus hijos

- Área para niños
- Acceso a baños con cambiador
- WIFI gratuito

## Servicios:

### CURSOS



¿Qué onda con mis finanzas?



¿Cómo sanar mis finanzas?



Crédito en la era digital



### APARTADOS



FINANZAS  
PARA PEQUES



FINANZAS  
PERSONALES



FINANZAS

- Educación financiera para **toda la familia**
- + 6 millones de visitas en la página de EF
- 46% de usuarios han realizado planes financieros

**Tener enfoque de género empieza en casa y es tarea de todos.**

### **Liderazgo equitativo**

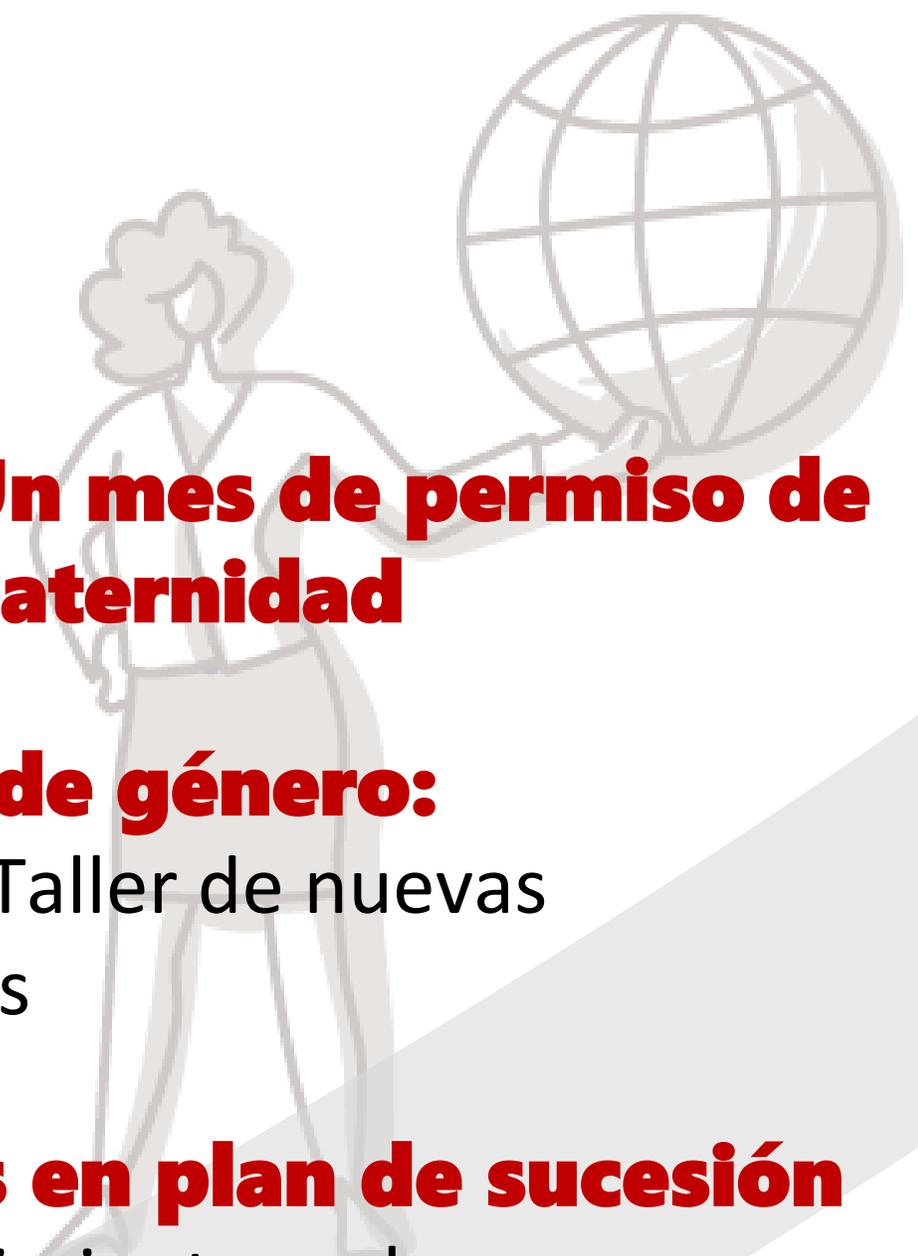
Mujeres en el 50% de puestos directivos

### **Cursos con enfoque de equidad de género:**

Mujer 360, Mujer Líder Santander, Taller de nuevas masculinidades, Escuela para padres

**Mujeres en plan de sucesión**  
para crecimiento en la empresa

**Un mes de permiso de paternidad**

A stylized illustration of a woman with curly hair, wearing a light-colored top and a skirt, holding a large globe with a grid pattern. The illustration is rendered in a light gray tone and is positioned on the right side of the page, partially overlapping the text.

# Aprendizajes

## Retos en la adopción digital

- Por **miedo** a poner en riesgo el patrimonio de su familia
- En la banca en general se da **menos información y asesoría** a mujeres.

**57%** nunca había usado un cajero automático

**67%** no tenía una app bancaria

## Que implementamos

- Desarrollamos **app propia** más sencilla
- Desarrollamos **simuladores** uso ATMs
- Se da **asesoría** para uso de apps bancarias
- Programas como Digitalízate y Gana para incentivar adopción digital

# Aprendizajes

## **Reto: fomentar el ahorro y pagos digitales**

- Gran arraigo en **ahorro informal** (tandas)
- Necesidad de **efectivo** para uso inmediato de necesidades de su familia

**50%** Santander fue su primera cuenta de banco

## **Que implementamos**

- **Cuenta** sin comisiones, sin saldo mínimo
- Instalación de **ATMs**
- Campañas de awareness de **ventajas** de la cuenta y tarjeta
- **Mayor control** de sus finanzas = **mayor seguridad** en sí mismas
- **26%** ahorra en su cuenta
- **84%** e↑ monto ticket prom con TDD (de \$481 a \$883)
- **125%** e↑ # de tx promedio con TDD (de 4 a 9)

# Retos y compromisos



## Mayor política pública que:

- Favorezca la implementación de **productos** con enfoque de género
- Incentive **pagos digitales**
  - En Tuiio el programa de disminución de tasa por pagos digitales logró que el **28%** de nuestras clientas los empezara a hacer, sin embargo hacen falta ecosistemas que propicien el crecimiento
- Creación y generación de **ecosistemas** digitales
- Genere mayor **sinergia publico-privada**

En Santander estamos **comprometidos** a impulsar, en **colaboración** con otros jugadores, productos y servicios con **enfoque de género** y a que nuestra **experiencia** y nuestra visión con **foco en el cliente** se refleje en:

- El **diseño** de las cuentas, créditos y seguros
- La catalización de **ecosistemas** digitales (PagoNxt, apps, ATMs y corresponsales)
- La oferta de servicios complementarios que **dignifiquen** a la mujer mexicana.

# Hacia el cierre de las brechas de género en México: La experiencia de ProDesarrollo



**Claudia Revilla**  
Directora General, ProDesarrollo



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# OBJETIVOS



Ponderar el valor social y económico de las Microfinanzas en la vida de las mujeres

Conocer las necesidades de las microempresarias desde una perspectiva de género y contribuir a eliminar las brechas de género

Desarrollar y promover el liderazgo y habilidades de las mujeres en las IMF

Desarrollar y brindar información de semáforos de riesgo de género para incentivar la productos y servicios efectivos de las IMF

Desarrollar DATA e indicadores que informen acerca del impacto de la Inclusión Financiera de y en las mujeres



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



## INCLUSIÓN FINANCIERA VS BRECHAS DE GÉNERO

CEPAL

### DESIGUALDAD ECONÓMICA Y POBREZA



- Sobrerrepresentación de las mujeres en hogares pobres
- Mayor desempleo y expulsión de la fuerza laboral
- Informalidad
- Barreras de acceso a servicios financieros y brechas digitales

### DIVISIÓN SEXUAL DEL TRABAJO



- Concentración de sectores de baja calificación
- Aumento de cargas de cuidado
- Baja remuneración

### CONCENTRACIÓN DEL PODER



- Menor Participación en toma de decisiones

### PATRONES CULTURALES



- Rol de la Mujer en el hogar
- Movilidad (religión, usos y costumbres)
- Interacción Social
- Falta de autoconfianza y autonomía
- Violencia



Transformando

la inclusión financiera



# Ponderar el valor social y económico de las Microfinanzas en la vida de las mujeres

## Mitos en la INCLUSIÓN FINANCIERA

*“Las microfinanzas no empoderan a la mujer ni fomentan el crecimiento de las empresarias más allá del puro nivel de subsistencia, el mejor de los casos, tienen un efecto en algunas circunstancias y en algunos momentos. Y esto en gran parte es resultado de desigualdades en los sistemas regulatorios, dinámicas del hogar y normas sociales”*

Vossenbergh, Rappoldt y D'Anjou (2018)



Empoderamiento



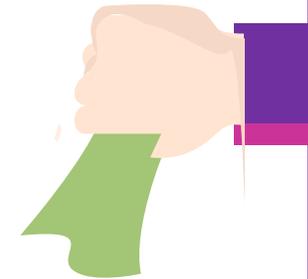
Bienestar



Desigualdad



Disminución de Pobreza



¡Niveles de Inclusión Financiera siguen siendo bajos!

308 millones en AL  
Banco Mundial



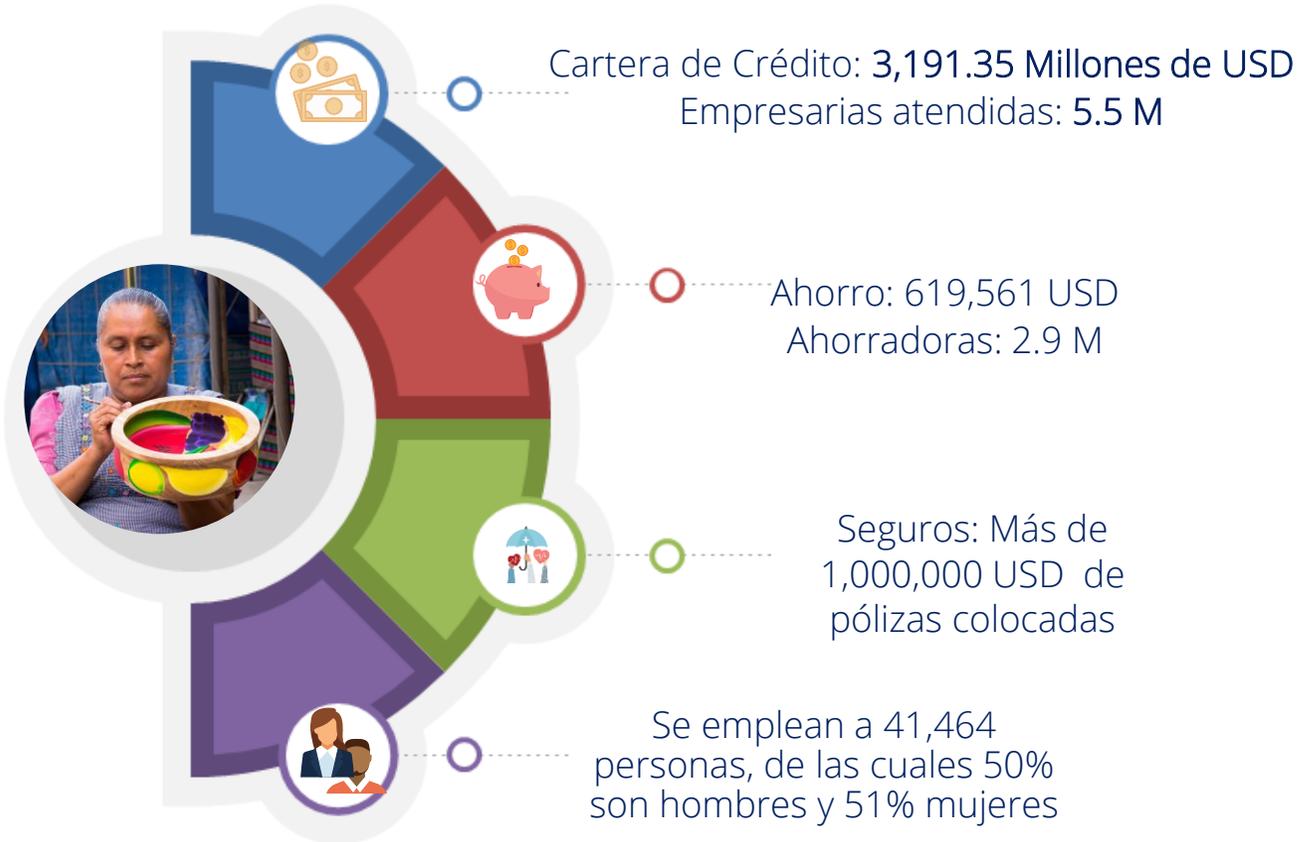
Transformando vidas a través de la inclusión financiera



**ProDesarrollo**  
Finanzas y Microempresa, A.C.



# MICROFINANZAS MEXICO



Crédito promedio por metodología:  
Grupal: \$620 USD  
Individual: \$1,420 USD

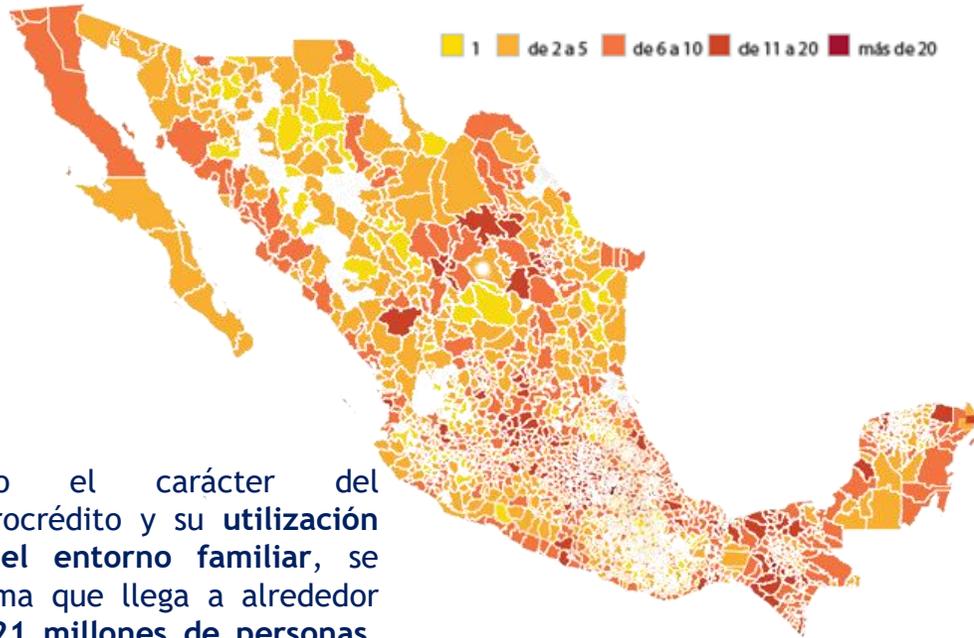


Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# MICROFINANZAS MEXICO

2,898 sucursales,  
con presencia en el 91% de municipios



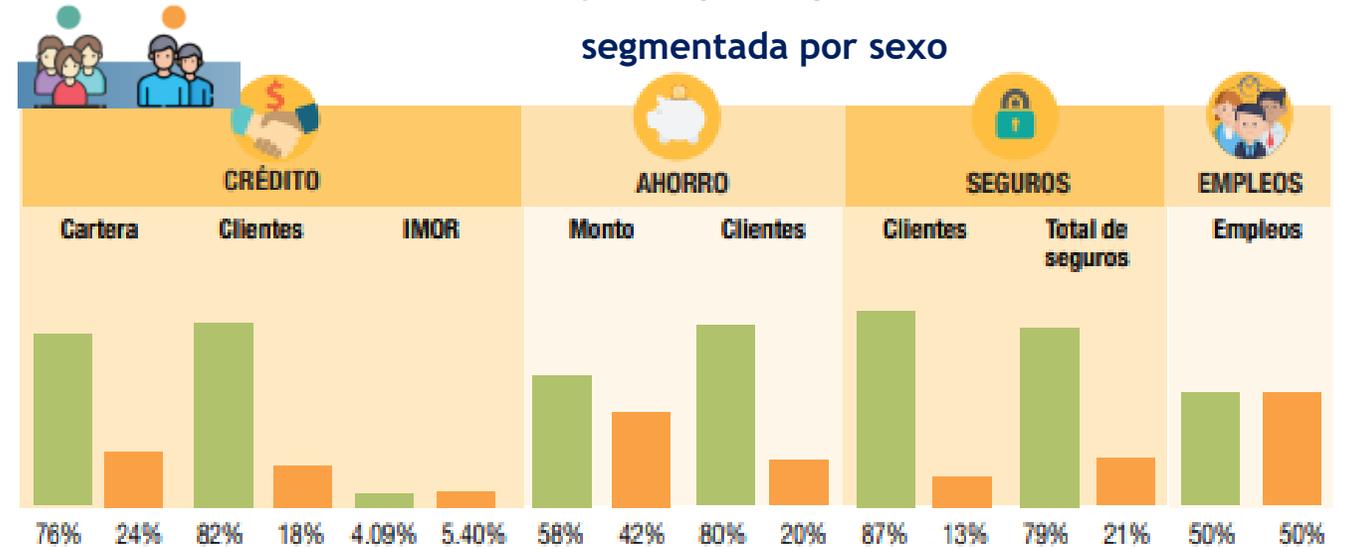
1 de 2 a 5 de 6 a 10 de 11 a 20 más de 20

Dado el carácter del microcrédito y su utilización en el entorno familiar, se estima que llega a alrededor de 21 millones de personas. Esto equivale a una séptima parte de la población del país.



<sup>1</sup> Los municipios clasificados como rurales son aquellos que cuentan con 50 mil habitantes o menos; los municipios clasificados como urbanos cuentan con más de 50 mil habitantes.

Porcentajes de participación Nacional,  
segmentada por sexo



URBANO RURAL

Participación por actividad

	Comercio	Servicio	Agricultura	Turismo	Artesanías	Otros
<b>Rural</b>	2,139,291	272,411	23,031	13,617	5,782	100,938
Mujeres	1,988,014	210,562	19,443	13,114	5,100	100,808
Hombres	151,277	61,849	3,588	503	682	130
<b>Urbano</b>	1,651,894	708,969		14,759		525,670
Mujeres	1,346,602	414,110		12,840		372,153
Hombres	305,292	294,860		1,919		153,517

Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# MICROFINANZAS MEXICO

## Mapa comparativo de atención de Finanzas Inklusivas y Hogares con Jefatura Femenina



Estados censales con mayor porcentaje de jefatura femenina

Guanajuato, Puebla, Jalisco, Veracruz, CDMX y México.

Cobertura Finanzas Inklusivas en los 6 Estados



1,232 sucursales



36% del total de hogares con jefatura femenina



20% de mujeres ahorradoras, del total de hogares con jefatura femenina



24% en cobertura de seguros, del total de hogares con jefatura femenina

Fuente: INEGI, Censo de Población y Vivienda 2020



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# MICROFINANZAS MEXICO

## Mapa comparativo de atención de Finanzas Inclusivas vs Porcentaje de población vulnerable por ingreso

Estados con mayor % de población vulnerable por ingreso



Alta cobertura por parte de las Instituciones de Finanzas Inclusivas.



Guerrero, Oaxaca y Chiapas

Fuente: CONEVAL 2015



Las Microfinanzas se sitúan en un mismo gradual de penetración en aquellas regiones que se destacan por contar con un porcentaje más alto de población vulnerable por ingreso.



El 36% de las Instituciones de ProDesarrollo brindan servicios financieros en los Estados con mayor grado de vulnerabilidad por ingreso



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# MICROFINANZAS MEXICO

## Mapa comparativo de atención de Finanzas Inclusivas vs Violencia Familiar



El mayor índice de Violencia Familiar se presenta principalmente en las grandes urbes, por lo que es de suponerse que el porcentaje de las Finanzas Inclusivas es menor en las mismas, pues no se caracterizan por el foco de la exclusión propio de la vocación de este sector.



Las Finanzas Inclusivas pueden ser un catalizador del empoderamiento de las mujeres al propiciar su independencia económica y por ende pueden contribuir en el combate de la violencia familiar.

La violencia familiar repercute en el desempeño de las mujeres frente a sus negocios y su desarrollo, coadyuvar en el empoderamiento económico es un beneficio que genera círculos virtuosos en la mujer, en la familia y en la sociedad.



Municipios:  
San Luis Potosí, SLP; Gustavo A. Madero e Iztapalapa, CDMX; Tijuana, BC; Juárez, Chih.



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



Fuente: Secretariado Ejecutivo del Sistema Nacional de Seguridad Pública (SESNSP). Delitos 2020: Violencia familiar (SESNSP)



# Conocer las necesidades de las microempresarias desde una perspectiva de género y contribuir a eliminar las brechas de género



Economía Circular



Economía Digital



Economía del Cuidado



Bioeconomía



Autonomía Económica

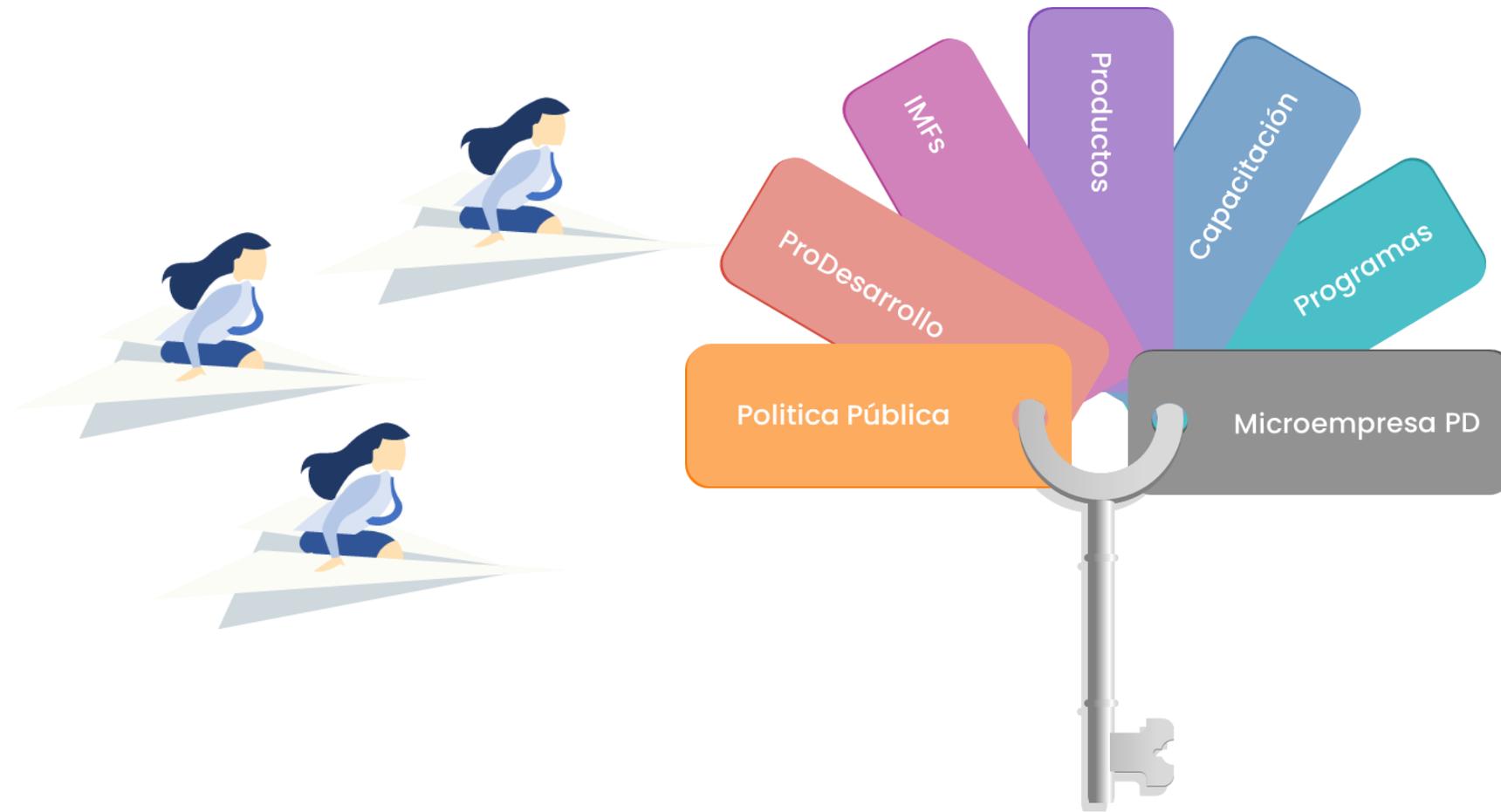


Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# ProDesarrollo: Eliminar brechas de Género

## Tarea de todas y todos



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# ENFOQUE DE LA INCUSION FINANCIERA

Un enfoque transformativo en la inclusión financiera debe tener como objetivo, tres dimensiones de cambio:

2. Fortalecer las relaciones de la gente, en el hogar, en la comunidad, instituciones y organizaciones

1. Empoderamiento colectivo e individual de la mujer (elecciones, habilidades, conocimiento, identidad y acceso y control de recursos);

3. Generar reglas y practicas más propicias (cambios en los sistemas regulatorios y normas sociales).

Capacitación



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# Programas Efectivos



## Capacitación

- Protección al Cliente
  - MEGIM
  - Mentoría
- Digitalización



## Inclusión Financiera

- Productos y Servicios Financieros rigidos (INMUJERES –BANCA DE DESARROLLO)
  - Bono de Género
  - Digitalización



## Regulación

- CNBV
- SHCP
- RPP
- Laboral
  - SAT
- Usos y Costumbres



## Programas Gubernamentales

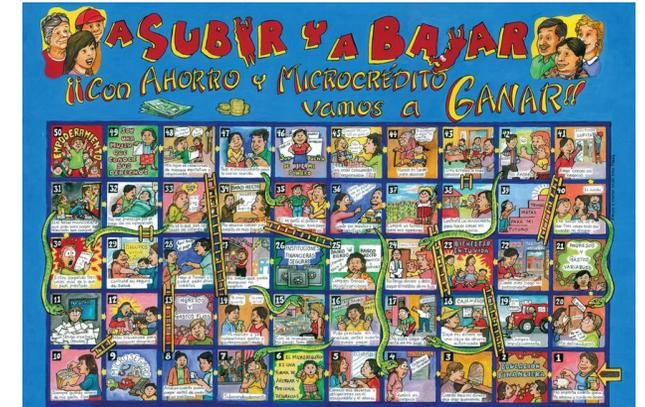
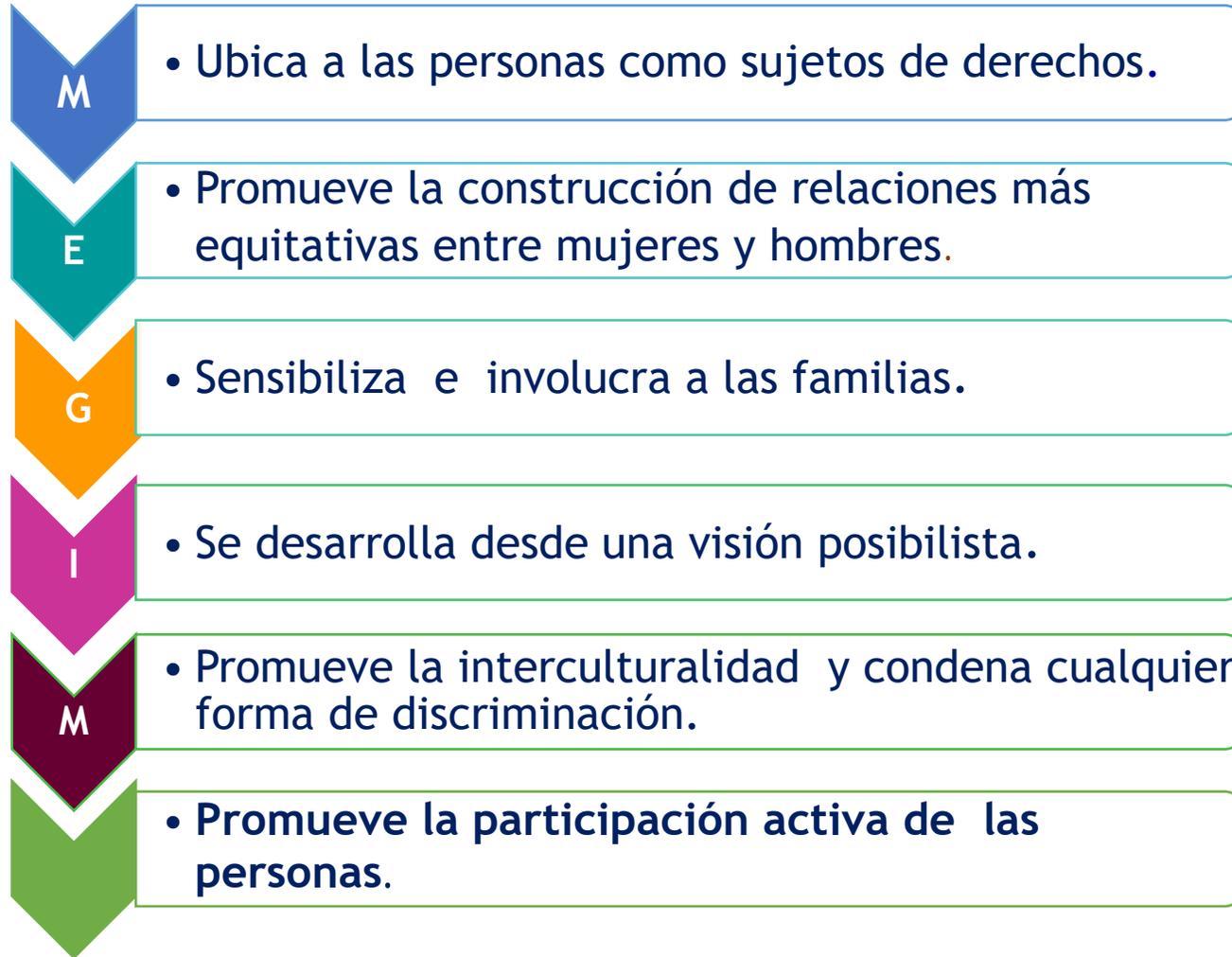
- Tandas
- Madres Solteras
- Cadenas de Cuidado
  - Otros



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# MEGIM



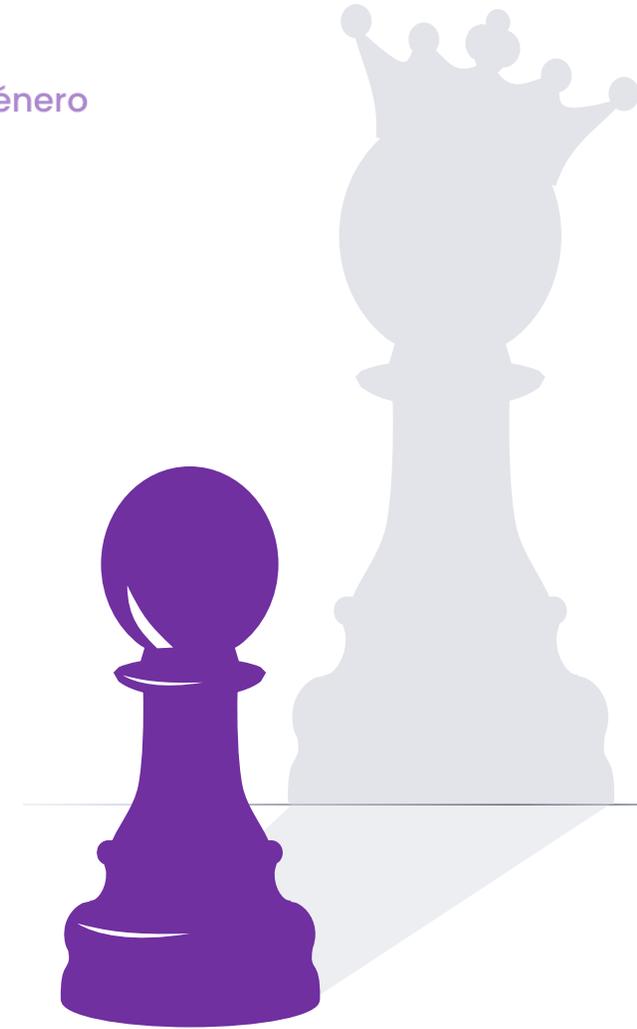
**Biológicamente diferentes,  
social y jurídicamente  
iguales.**



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# Mentoría ProDesarrollo



Transformando vidas a través de la inclusión financiera

# CONCLUSIONES

- La falta de Inclusión financiera y su impacto en el empoderamiento de las mujeres no solo se debe a la falta de acceso al crédito, sino también al rol de las normas sociales
- La discriminación se debe a que las mujeres parten con una desventaja en ciertas dimensiones socioeconómicas (educación, ingreso, trabajo formal, jefe del hogar) fuertemente relacionadas con el acceso a servicios formales y con normas de género ligadas a roles en la sociedad y en la economía.
- Los programas de Microfinanzas, en su mayor parte, fueron diseñados originalmente para incrementar la productividad y los ingresos de los pobres, sin tener en cuenta el componente de género.
- Es necesario incluir componentes que incrementen el autocontrol y la autosuficiencia, así como promover la práctica de pedir prestado pequeñas cantidades para aumentar la experiencia en su uso y por ende la toma de riesgos y la capacidad de elección.
- Es necesario incluir programas de capacitación para el manejo del negocio, pero que también atiendan a la carga de la mujer en el hogar



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# CONCLUSIONES



Es necesario cambiar marcos legales y normativos de igualdad de género, como aquellos que exijan la igualdad de derechos de propiedad, el derecho a trabajar, así como establecer regímenes de propiedad más igualitarios en el matrimonio.



La digitalización financiera es una herramienta poderosa para promover la inclusión financiera de la mujer y evitar ciertas normas sociales, como las limitaciones de movilidad e interacción social.



Las instituciones financieras deberían liderar la bandera para la inclusión financiera de la mujer y la eliminación de las normas sociales discriminatorias



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



**ProDesarrollo**  
Finanzas y Microempresa, A.C.



# GRACIAS



CLAUDIA REVILLA OSTOS



Transformando vidas a través de la inclusión financiera



# Preguntas y respuestas



**Gabriela Zapata**  
Representante de país, CGAP

MODERADORA



**Laura Méndez**  
Asesora Dirección General  
Banco Azteca



**Norma Castro**  
Directora Ejecutiva Inclusión Financiera,  
Banco Santander



**Claudia Revilla**  
Directora General, ProDesarrollo



**Laura Rubio**  
Directora de Capacitación y Tarjetización,  
Banco Azteca



Foto: Perter Jacobson. Concurso de Fotografía CGAP, 2016.

# ¡Muchas gracias!

## CONÉCTATE CON NOSOTROS:



<https://www.findevgateway.org/es/finequityalc>



<https://uncdf.dgroups.io/g/finequity.alc>



[mmartinez8@worldbank.org](mailto:mmartinez8@worldbank.org)



FinEquity ALC - Comunidad de Práctica