



INCLUSIÓN FINANCIERA DE PERSONAS JÓVENES

EN CONDICIÓN DE INFORMALIDAD EN ECUADOR
CON ENFOQUE DE GÉNERO



INCLUSIÓN FINANCIERA DE PERSONAS JÓVENES EN CONDICIÓN DE INFORMALIDAD EN ECUADOR CON ENFOQUE DE GÉNERO

Entidad de las Naciones Unidas para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres

Este documento fue desarrollado en el marco del Proyecto “Expandiendo el sistema de protección social para hombres y mujeres en la informalidad”, una iniciativa interagencial de Organización Internacional del Trabajo – OIT, ONU Mujeres y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo -PNUD y financiado por el Fondo de las Naciones Unidas para los Objetivos de Desarrollo Sostenible (SDG Fund)

ONU Mujeres

Ana Elena Badilla

Representante. ONU Mujeres Ecuador

Equipo coordinador ONU Mujeres

Paola Gutiérrez

Coordinadora técnica

Hugo Morán

Apoyo técnico territorial

Equipo investigador:

Red de Instituciones Financieras de Desarrollo

Equipo nacional:

Rossana Bonilla, *Coordinadora Técnica del Proyecto*

Verónica Marcial, *Especialista Técnica Operativa*

Cristina Rosero, *Especialista en Género*

Marcela Vizuite, *Especialista Técnica y Manejo de Información*

Personal técnico y facilitador territorial:

Paulette Chamorro (Loja), Joffre Pincay (Guayaquil) y Lisseth Patiño (Machala)

Diagramación

AID arte i diseño – www.arteidiseno.com

Primera edición | 2021

Copyright © 2021

Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida, almacenada en un sistema de recuperación o transmitida de ninguna forma ni por ningún medio, electrónico, mecánico, fotocopiado, grabación o de otro tipo, sin la autorización previa de ONU Mujeres.

CONTENIDO

1. INTRODUCCIÓN	4
2. BREVE REVISIÓN CONCEPTUAL: INCLUSIÓN FINANCIERA Y CONCEPTOS ASOCIADOS	7
3. METODOLOGÍA	10
Diagnóstico	11
Mapeo de actores	18
Revisión documental	21
Experiencias internacionales	22
Experiencias ecuatorianas	31
Diseño de mecanismos de inclusión financiera	36
Validación de las propuestas con actores clave	38
4. RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y CONCLUSIONES	39
Barreras de acceso de demanda y oferta de servicios y productos de inclusión financiera	40
Buenas prácticas que aportan a la inclusión financiera	41
Productos financieros propuestos para la inclusión de jóvenes en informalidad	43
Producto: crédito	43
Producto: grupos solidarios.	45
Producto: Fondo de Garantía	47
Propuesta: cash back o recompensa	49
5. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	51
ANEXOS	54
Anexo 1: Instrumento de levantamiento de información – mesa de diálogo	54
Anexo 2: Instrumento de levantamiento de información – encuesta	56
Anexo 3: Actores de los talleres de definición de mecanismos en las cuatro ciudades.	60



1



INTRODUCCIÓN



La entidad para la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU Mujeres), en coordinación con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), implementan, desde enero de 2020, el programa “Expandiendo el sistema de protección social para mujeres y hombres jóvenes en economía informal”. El objetivo del programa es “incorporar a la población joven en condiciones de informalidad económica en el sistema de protección social contributivo y no contributivo promoviendo el empleo decente”. Una de las líneas de trabajo del programa es la inclusión financiera, cuya implementación estuvo a cargo de la Red de Instituciones Financieras para el Desarrollo (RFD). La población objetivo del programa es la población joven entre 18 y 29 años que cumpla una o varias de las siguientes condiciones: esté ocupada en el sector informal; o no cuente con un trabajo estable o afiliación a la seguridad social; sufra la vulneración de sus derechos laborales; no tenga acceso a la protección social; perciba salarios menores al salario básico unificado, entre otras. Además, se consideró a personas en situación de vulnerabilidad, especialmente mujeres, usuarias de los servicios de transferencia monetarias no contributivas del Ministerio de Inclusión Económica y Social (MIES).

La inclusión financiera es una herramienta eficaz en la lucha contra la pobreza y la desigualdad. La falta de acceso a los servicios financieros, *per se*, refleja inequidad social, y refuerza las condiciones de vulnerabilidad de las personas de menores ingresos. Diversos estudios demuestran que el acceso a productos financieros básicos, como las cuentas de ahorro, tienen como efecto, no solo el aumento del nivel de ahorro, sino también el aumento del empoderamiento de la mujer, de inversiones productivas, del consumo y de los ingresos. Los datos sobre inclusión financiera a nivel nacional muestran que un 49% de los ecuatorianos no posee cuentas en instituciones formales (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021). La distribución por sexo muestra que un 43% de las mujeres tienen una cuenta en el sistema financiero, frente al 60% de los hombres. Solamente el 8% de las mujeres han obtenido un préstamo del sistema financiero, frente a un 16% de los hombres. Los datos dan cuenta de la urgencia de promover la inclusión financiera de la población a nivel nacional. Al observar a la población en vulnerabilidad, solo 1.5 de cada 10 personas que participan en el programa Bono de Desarrollo Humano (BDH) reciben sus pagos en cuentas¹. La población que no puede acceder a servicios y productos financieros tiene mayor dependencia de terceras personas, a quienes requieren para ahorrar y para solicitar créditos. Las mujeres son, particularmente, quienes dependen de

los padres o de la pareja para acceder a productos o servicios financieros.

Con estos antecedentes, el proyecto para la inclusión financiera de la población joven en situación de informalidad inició con la recopilación de información de base e identificar los actores relevantes para la generación de compromisos y alianzas. Para este primer paso, el presente documento parte del diagnóstico situacional que identifica las barreras y las necesidades específicas para la inclusión financiera de las y los jóvenes que se encuentran en informalidad. Posteriormente, se presenta un análisis de mapeo de actores nacionales y locales relevantes que trabajan en temas de inclusión financiera, con énfasis en jóvenes, en las ciudades² de Quito, Guayaquil, Machala y Loja. También, se sistematizaron las experiencias, programas e iniciativas que tienen que ver con los distintos ámbitos de la inclusión financiera, enfocadas prioritariamente en la población joven y en mujeres, tanto a nivel nacional como internacional, con el objetivo de identificar buenas prácticas y su impacto.

Posteriormente, en el documento se propone un diseño de mecanismos innovadores de inclusión financiera para jóvenes, que recoge sus necesidades y reconoce las barreras de acceso a servicios financieros y no financieros. Asimismo,

1. Ver apéndice “Insumos para la política pública de inclusión financiera en el marco del proyecto expandiendo la protección social para jóvenes en informalidad”.
2. Para la ejecución del proyecto piloto del diseño de estos mecanismos, se seleccionaron cuatro ciudades: Quito, Guayaquil, Machala y Loja. Los criterios de selección fueron principalmente la concentración poblacional, la prevalencia del sector económico informal y/o la migración.

estos mecanismos han pasado un proceso de testeo participativo para su validación. Finalmente, se presenta una propuesta de política pública de inclusión financiera para jóvenes hombres y mujeres en condición de informalidad, validada y escalable a nivel territorial y nacional, que se alinea con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Entre los soportes bibliográficos más destacados utilizados para esta investigación se encuentra la propuesta de “Estrategia Nacional de Inclusión Financiera del Ecuador”³ (que ha sido presentada por el Banco Central de Ecuador, en el marco del trabajo desarrollado con el Banco Mundial), la normativa aplicable y el marco programático nacional. Además, se han considerado tres

elementos u ópticas comúnmente utilizadas en la medición y evaluación de la inclusión financiera: acceso, uso y calidad. Estas perspectivas se basan en el documento “La medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas” (Alliance for Financial Inclusion, 2010).

La estructura de este documento inicia con la revisión conceptual, seguida por la metodología utilizada en cada paso de la investigación; posteriormente, se presentan los resultados y las principales conclusiones. El documento finaliza con las recomendaciones para la inclusión financiera de la población joven que se encuentra en condiciones de informalidad.



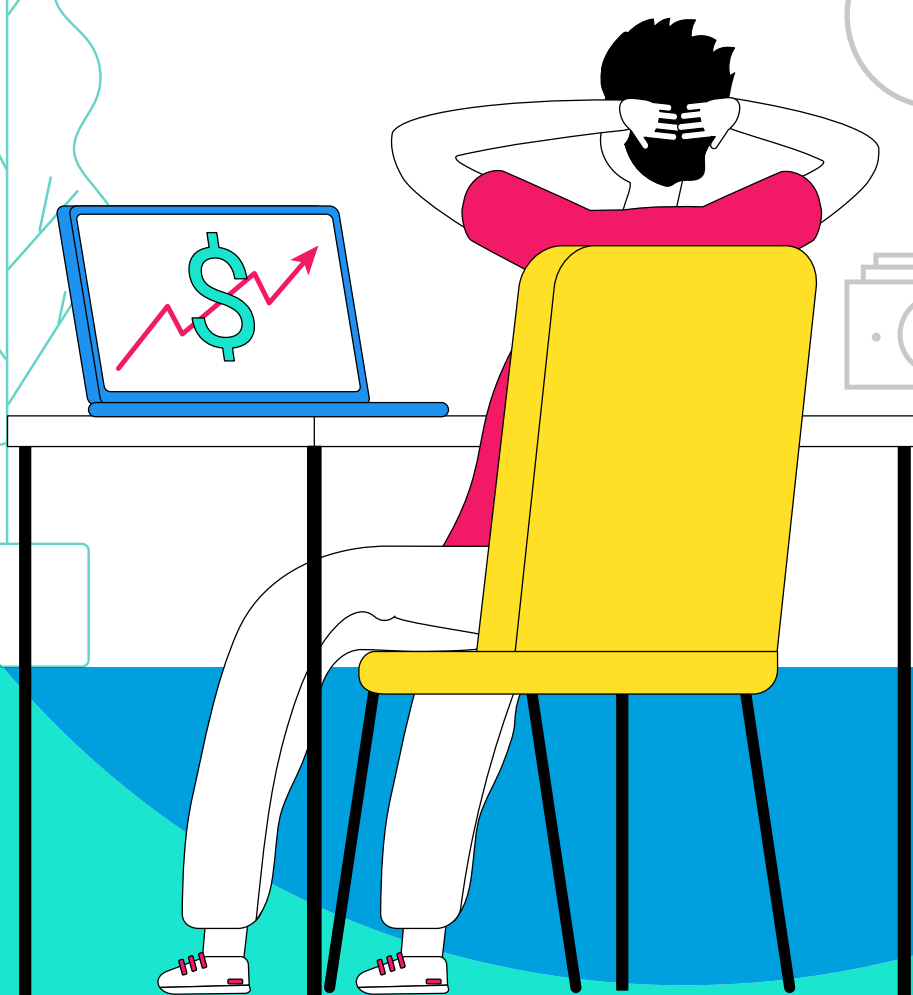
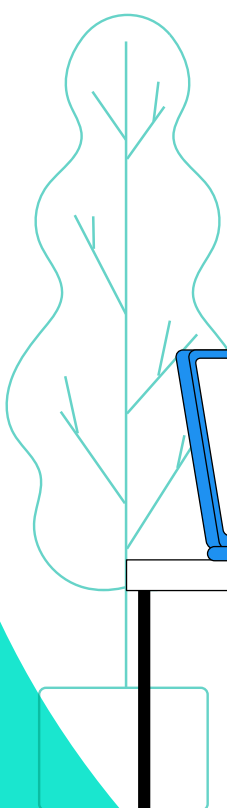
3. (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021)



2



BREVE REVISIÓN CONCEPTUAL: INCLUSIÓN FINANCIERA Y CONCEPTOS ASOCIADOS



La definición de inclusión financiera es particularmente relevante para entregar una orientación útil a los objetivos de las propuestas de política pública. De esta manera, y partiendo del “Documento sobre políticas: La medición de la inclusión financiera para entes reguladores” (Alliance for Financial Inclusion, 2010), es importante no sólo al guiar el tipo de variables a medir, sino también, identificar los criterios de referencia en función de los cuales se medirá el éxito o el fracaso del programa de inclusión financiera.

En este sentido, la Estrategia Nacional de Inclusión Financiera de Ecuador (ENIF) define a la inclusión financiera como el: “Acceso y uso de servicios financieros de calidad por parte de individuos y empresas capaces de elegir de manera informada. Los productos y servicios financieros deben ofrecerse de forma transparente, responsable y sostenible, y deben responder a las necesidades de la población” (Banco Central del Ecuador (BCE), 2021).

Es importante señalar, que en el documento de Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020–2024, no se identifica a las y los jóvenes como una población prioritaria a atender. A la vez, los datos que se presentan dan cuenta que se requiere tomar acciones específicas que visibilicen a la población joven en informalidad y su inclusión financiera a partir de necesidades específicas.

Por otra parte, el concepto de bienestar financiero está ligado a la inclusión financiera. Dentro de este

hay algunos elementos y factores que también se asocian al concepto de inclusión. A continuación, se exponen sucintamente.

Bienestar financiero. El Consumer Financial Protection Bureau (CFPB), “define el bienestar financiero como el estado en el cual una persona puede satisfacer plenamente sus obligaciones financieras actuales y en curso, puede sentirse segura de su futuro financiero y es capaz de tomar decisiones que le permitan disfrutar de la vida” (Cárdenas, Cuadros, Estrada, & Mejía, 2020). Los elementos del bienestar financiero propuestos por el CFPB son: control de las finanzas diarias y mensuales, capacidad de absorber un choque financiero, libertad financiera de tomar decisiones que permitan disfrutar de la vida y cumplimiento de las metas financieras” (Cárdenas, Cuadros, Estrada, & Mejía, 2020). Los elementos del bienestar financiero se conceptualizan de la siguiente manera:



a. Control sobre las finanzas diarias se refiere a que las personas poseen habilidades para controlar sus finanzas. Es decir, los individuos son capaces de cubrir a tiempo sus gastos y deudas, sin preocuparse por no tener suficiente dinero para subsistir.



b. Tener capacidad para absorber choques financieros muestra si la persona es capaz de sobrellevar retos financieros inesperados (por ejemplo, una emergencia doméstica). Las personas con esta capacidad tienen comúnmente un sistema de apoyo basado en familiares y amigos, ahorros personales o seguros.



c. Libertad financiera para tomar decisiones que permitan disfrutar de la vida, mide la libertad de un individuo para gastar de más en otros aspectos diferentes a las obligaciones habituales: salir a cenar, tomarse unas vacaciones o ser generoso con sus familiares, amigos o su comunidad, por ejemplo.

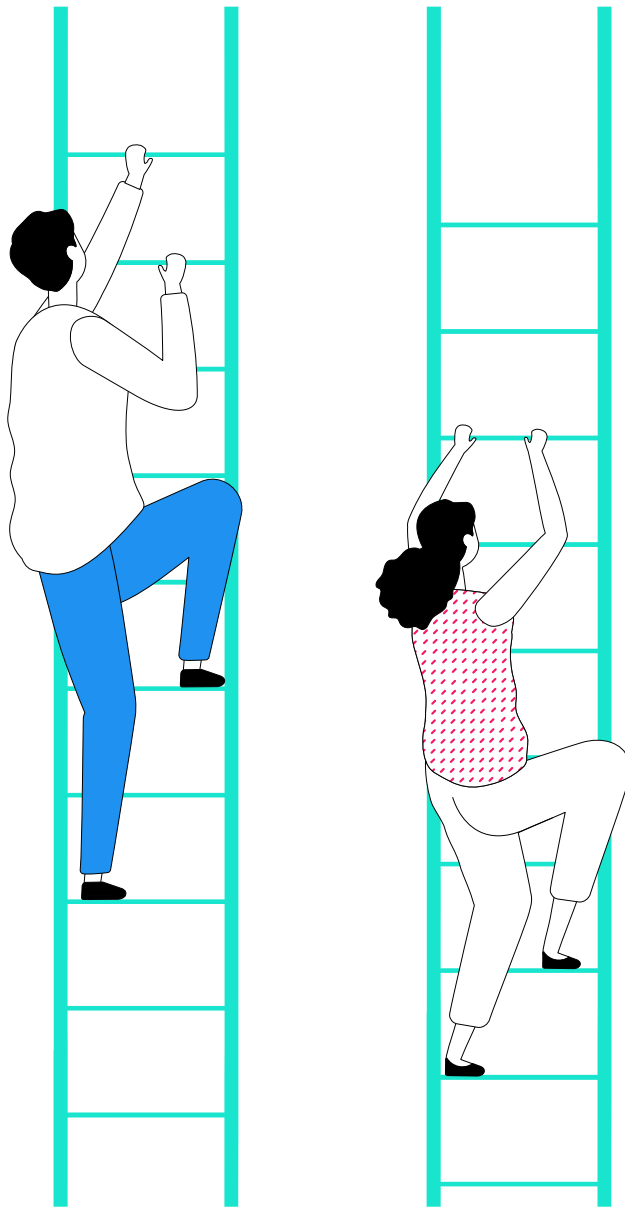


d. Cumplimiento de metas financieras indica si la persona percibe que se encuentra en el camino correcto para cumplir su meta financiera, tal como comprar un carro o una casa, o pagar sus créditos. En este sentido, las personas poseen un plan financiero formal (o informal) y trabajan activamente para alcanzarlo.

La CFPB también identificó factores que influyen sobre el bienestar financiero: factores fijos (por ejemplo, el entorno económico y social), mientras que otros son maleables (por ejemplo, el comportamiento). Además, hay algunos factores que la persona puede controlar (conocimientos y habilidades) y otros que no (oportunidades disponibles).

Finalmente, el producto puede definirse “como el servicio que satisface la demanda de financiación externa de las empresas y que representa la oferta

de las instituciones financieras”⁴. Estos pueden ser, por ejemplo, los fondos de inversión, acciones o planes de pensiones, depósitos a plazo fijo, cuentas de ahorro, hipotecas o crédito. Los servicios financieros por su parte son las actividades inherentes al giro del negocio, ejecutadas por las entidades financieras para satisfacer las necesidades de los clientes y/o usuarios (personas naturales o jurídicas), sujetas a regulación y control financiero⁵. Es importante mencionar que es muy común que los conceptos productos y servicios financieros se usen juntos o como sinónimos.



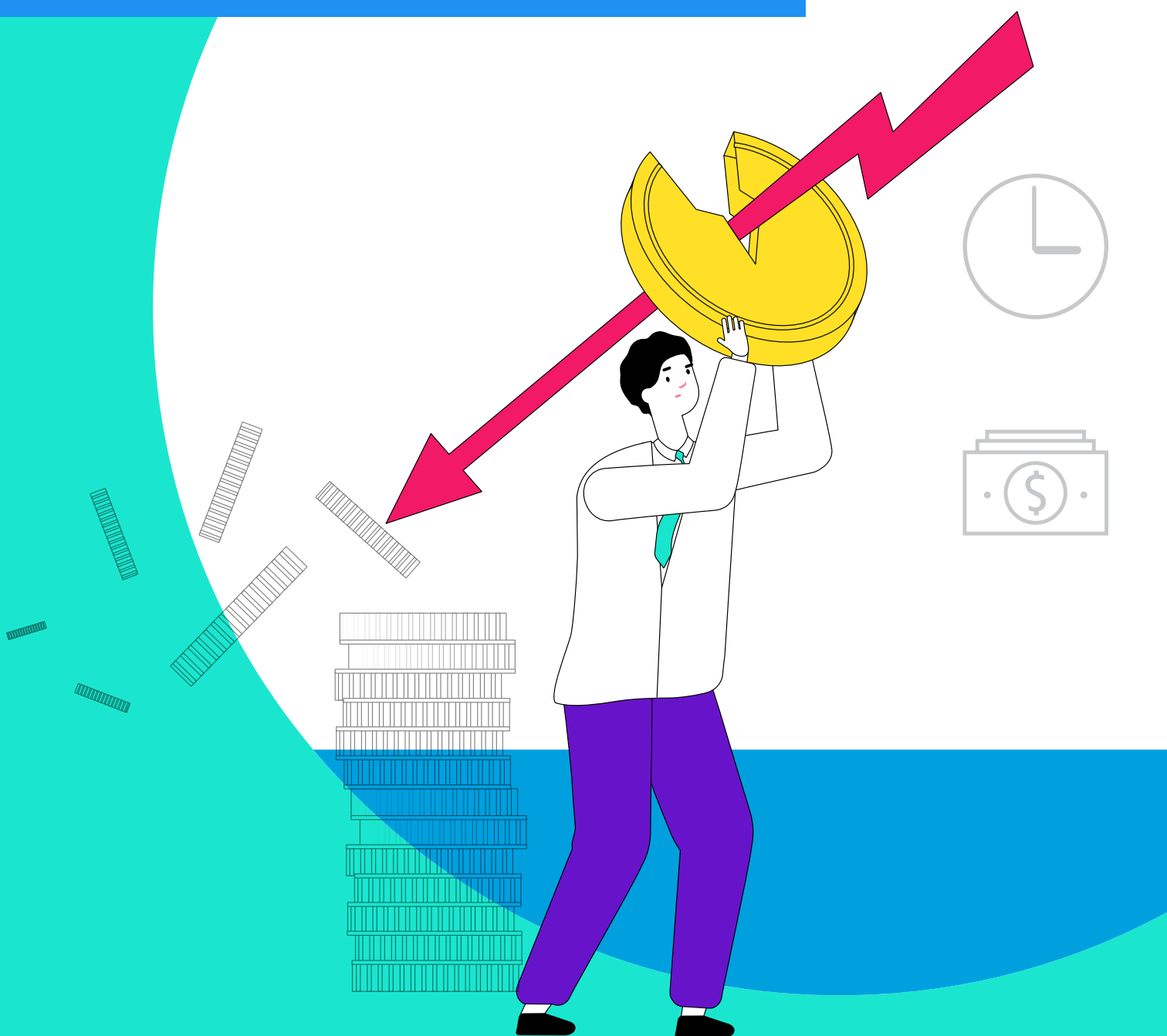
4. (Asociación de Jóvenes Empresarios. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza. Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Ayuntamiento de Zaragoza, Área de Fomento y Deportes, 2009)
5. (EAE Business School, 2021)



3



METODOLOGÍA



Este estudio utilizó una metodología cualitativa, cuantitativa y descriptiva para el análisis de la inclusión financiera de los jóvenes en informalidad. Por un lado, se emplearon métodos cuantitativos y cualitativos la etapa de diagnóstico que incluyó el levantamiento de información y la construcción de los indicadores para la medición de la inclusión financiera, considerando fuentes primarias y secundarias. De esta manera, se realizaron encuestas en línea en cada ciudad de intervención y, además, se levantó información secundaria sobre estadísticas a nivel nacional.

Para el levantamiento de información cualitativa, se aplicaron dos técnicas: grupos focales en los que participaron personas jóvenes, hombres y mujeres; y, mesas de diálogo a las que asistieron actores clave analizados a través de la metodología de mapeo de actores y entre los cuales estuvieron instituciones públicas, instituciones financieras, academia, organizaciones de la sociedad civil, líderes de organizaciones de jóvenes. Tanto los grupos focales como las mesas de diálogo se ejecutaron en cada una de las ciudades de intervención del programa.

El análisis documental fue utilizado en tres objetivos: el primero fue caracterizar a los actores clave o aliados para el programa; el segundo, determinar los elementos de análisis de la inclusión financiera: el acceso, uso y calidad; el tercer objetivo fue aplicar la metodología levantada documentalmente en el

proceso de construcción lúdica participativa de los mecanismos financieros de inclusión. Finalmente, y con el propósito de sistematizar la metodología empleada, a continuación, se detallan algunas consideraciones metodológicas del proceso de investigación.

DIAGNÓSTICO

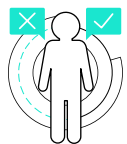
Para el diagnóstico sobre la situación inclusión financiera se han considerado también tres elementos u ópticas comúnmente utilizadas en la medición de la inclusión financiera. Las definiciones de los tres elementos se presentan en el documento “La medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas” (Alliance for Financial Inclusion, 2010).



1. Acceso: se refiere, principalmente, a las capacidades existentes para utilizar los productos y servicios disponibles ofrecidos por instituciones financieras formales, por lo que, para el análisis de esta variable se deben considerar aspectos relacionados con las barreras que puedan existir para conseguirlo.



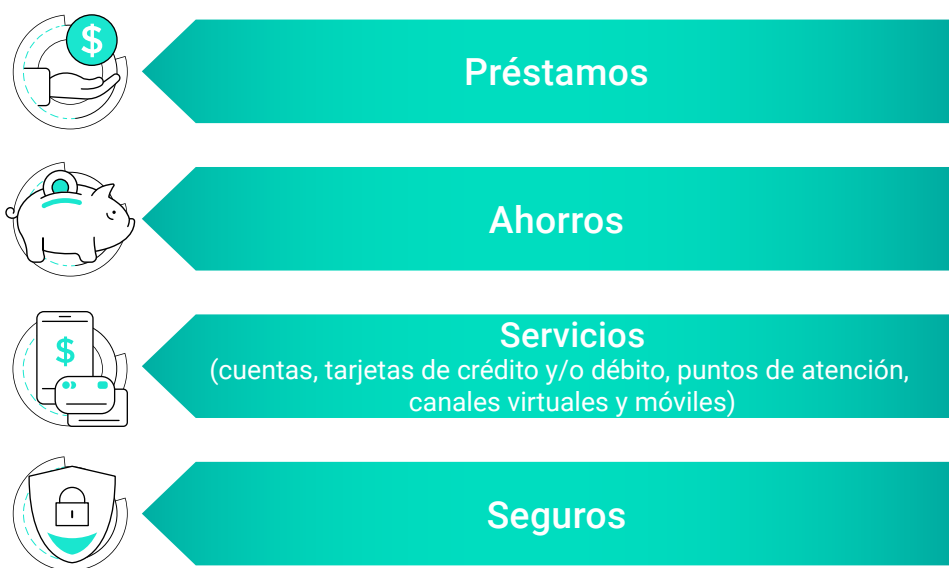
2. Uso: hace referencia en la permanencia y profundidad del uso de los productos y servicios financieros, es decir, lo que debemos determinar es la regularidad y frecuencia de la utilización a lo largo del tiempo.



3. Calidad: esta nos muestra la relevancia del producto o servicio financiero en la vida de las personas esto a través de la experiencia que ha tenido el usuario, es decir, lo que obtenemos son las opiniones acerca de la experiencia.

Los productos o servicios financieros identificados en esta investigación como un parámetro adicional sobre los cuales levantar información son los siguientes:

Gráfico 1: productos o servicios financieros identificados para medición



Bajo estas definiciones previas, se utilizó el siguiente listado de indicadores para la medición y análisis de la inclusión financiera tanto en el diagnóstico de la situación de las y los jóvenes en informalidad, así como, determinar las necesidades específicas de esta población.

Tabla 1: indicadores para la medición y análisis de la inclusión financiera de las personas jóvenes en informalidad

Elementos	Indicador	Variable	Tipo	Fuente
Características de la población	Demográficos	Edad	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
		Area (urbano, rural)	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Sexo	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Etnia	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Ciudad	Variable estadística cualitativa	Encuesta
	Socioeconómicos	Ingreso mensual según rangos (bajo línea de pobreza, sobre línea de pobreza, bajo SBU, sobre SBU)	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Condición de empleo (trabaja o no)	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Sectorización de los empleados (informal o no)	Variable estadística cualitativa	Encuesta
	Composicion familiar	Relación de parentesco (si es jefe de hogar o no)	Variable estadística cualitativa	Encuesta
		Dependientes (hijos menores de 5 años, mayores a 5 años y menores a 15 años, adultos mayores, personas con discapacidad)	Variable estadística cualitativa	Encuesta

Elementos	Indicador	Variable	Tipo	Fuente
Inclusión financiera				
Acceso	Proximidad física	Puntos de atención (oficinas, ventanillas, corresponsales y cajeros) por cada 1,000 Km ²	Variable estadística cuantitativa	BCE, SB, SEPS
		Porcentaje de jóvenes en la informalidad según percepción de distancia (cerca, lejos o muy lejos de sus hogares o lugares de trabajo) de puntos de atención (oficinas, ventanillas, corresponsales y cajeros)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
	Cobertura demográfica	Puntos de atención (oficinas, ventanillas, corresponsales y cajeros) por cada 10,000 habitantes adultos jóvenes (18 a 29 años)	Variable estadística cuantitativa	BCE, INEC, SB, SEPS
		Porcentaje de jóvenes en la informalidad según percepción de disponibilidad (1 a 2, 3 a 5, más de cinco cerca de su hogar o lugar de trabajo) de puntos de atención (oficinas, ventanillas, corresponsales y cajeros)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
	Asequibilidad	Porcentaje de jóvenes en la informalidad que no tienen un producto financiero desglosado por razones (desglosado edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
	Tecnologías de la información	Porcentaje de jóvenes en la informalidad que utilizan internet (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
		Porcentaje de jóvenes en la informalidad que utilizan teléfonos smartphone (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
		Porcentaje de jóvenes en la informalidad que cuentan con un computador (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
	Conocimiento	Conoce cómo está conformado el sistema financiero nacional.	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Conoce cuáles son los productos y servicios financieros que ofrecen las entidades financieras.	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Cuántos productos y servicios financieros conoce y sus costos	Variable estadística cualitativa / cuantitativa	Grupos focales / encuesta
		Qué conoce de las entidades financieras y sus productos y servicios.	Variable estadística cualitativa	Grupos focales

Elementos	Indicador	Variable	Tipo	Fuente	
Uso	Tenencia	Porcentaje de socios/clientes jóvenes de una entidad financiera en relación a la población de jóvenes total	Variable estadística cuantitativa	BCE, INEC	
		Porcentaje de jóvenes en informalidad con algún tipo de producto financiero desglosado por producto (cuenta, tarjetas, banca virtual, app) (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta	
	Frecuencia	Frecuencia con la que los jóvenes en situación de informalidad utilizan servicios financieros (cajeros,corresponsales, POS, app) (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta	
		Frecuencia con la que los jóvenes en situación de informalidad utilizan los productos financieros que poseen (cuenta, tarjeta) (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta	
	Intensidad	Número de operaciones por cada 10,000 habitantes adultos jóvenes	Variable estadística cuantitativa	BCE, INEC, SB, SEPS	
		Porcentaje de productos financieros de los socios/clientes jóvenes sobre el total de productos financieros de la población (desagregación por producto)	Variable estadística cuantitativa	BCE	
		Número de clientes jóvenes por rangos de tenencia de productos financieros (de 1 a 2, de 3 a 5, más de 5 productos)	Variable estadística cuantitativa	BCE	
		Número de clientes jóvenes en informalidad por rangos de tenencia de productos financieros (de 1 a 2, de 3 a 5, más de 5 productos) (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta	
	Calidad	Atributos del producto	Porcentaje de jóvenes en informalidad según calificación de los servicios en los puntos de atención y productos financieros (bueno, malo, muy bueno) (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cuantitativa	Encuesta
			Razones por las cuales no desea productos financieros (desglosado por sexo, edad, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
Razones por las cuales escogería productos financieros (desglosado por edad, sexo, etnia, área)			Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta	
Razones por las cuales no desea productos financieros digitales (desglosado por edad, sexo, etnia, área)			Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta	

Elementos	Indicador	Variable	Tipo	Fuente
Calidad	Atributos del producto	Razones por las cuales escogería productos financieros digitales (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Cuáles productos financieros prefiere (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Necesidad de capacitaciones o educación financiera (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
	Satisfacción	Satisfacción con productos y servicios financieros (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Satisfacción con costos de productos y servicios financieros (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Satisfacción con productos y servicios financieros digitales (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta
		Satisfacción con costos de productos y servicios financieros digitales (desglosado por edad, sexo, etnia, área)	Variable estadística cualitativa	Grupos focales / encuesta

De esta manera, para la información cuantitativa se realizaron encuestas en línea. Para el levantamiento de información cualitativa, se realizaron dos técnicas: grupos focales en los que participaron personas jóvenes, hombres y mujeres; y, mesas de diálogo a las que asistieron actores clave. Tanto las encuestas, los grupos focales, así como las mesas de diálogo se ejecutaron en cada una de las ciudades de intervención del programa. La metodología utilizada para el levantamiento con estas tres técnicas se detalla a continuación: grupos focales virtuales, mesas de diálogo virtuales y encuestas.

El objetivo de estos instrumentos es levantar información para realizar el diagnóstico, y analizar las principales barreras que tienen las y los jóvenes para su inclusión financiera. Estos instrumentos de investigación permiten vincular a los beneficiarios/ usuarios del programa para que ellos puedan recolectar y analizar las posibles soluciones a los problemas encontrados en sus propias vidas y en su comunidad. Además, permite que los resultados sean procesados y validados en el momento que la

información es recolectada, en este caso, los y las jóvenes y actores clave serán quienes proporcionen soluciones que serán tratadas en un foro abierto. Este aprendizaje colaborativo en ambientes virtuales abre la posibilidad de generar procesos colectivos de construcción del conocimiento y soluciones a los problemas, desarrollando habilidades comunicativas e interacción entre las y los jóvenes.

El enfoque de las discusiones a nivel de los talleres pretende construir de forma colectiva soluciones a los problemas identificados, los y las participantes comparten entre sí el resultado o la solución a dicho problema, destacando la participación de todos los miembros de manera cooperativa y abierta con respecto al intercambio de ideas.

Grupos focales virtuales

Se realizaron dos grupos focales por cada ciudad de intervención (en total ocho). En cada ciudad se conformó un grupo focal mixto (50% participantes hombres y 50% mujeres), y un grupo focal de

mujeres jóvenes. El número de participantes de cada grupo fue entre 5 a 7 personas y en total participaron 56 personas. La duración fue de una hora y media como máximo, y el medio utilizado fueron sesiones en plataforma ZOOM debido a las restricciones en el contexto de la pandemia por la COVID-19.

Para la selección de participantes de cada grupo se utilizaron los siguientes criterios:

- Personas jóvenes que trabajan en unidades económicas de menos de 100 trabajadores y que no poseen RUC.
- Personas jóvenes que trabajan y no tienen afiliación a la seguridad social.
- Personas jóvenes que se auto identifican como trabajadores o trabajadoras del sector informal.
- Al menos tres participantes en cada grupo en el rango de edad de 18 a 24 años.
- Al menos tres participantes en cada grupo en el rango de edad de 25 a 29 años.
- Al menos 50% de participantes en cada grupo tienen acceso a productos financieros.
- Al menos 50% de participantes no tienen experiencia en uso de productos financieros.

Además, en el grupo focal mixto los participantes debían cumplir con los siguientes criterios:

- Todos los participantes: ingresos del hogar no superan los 500 dólares mensuales.
- Al menos un hombre o mujer tienen un hijo/a menor a 5 años.

Y en el grupo focal de mujeres, las participantes debían cumplir con los siguientes criterios:

- Todas las participantes: cuentan con ingresos del hogar que no superan los 400 dólares mensuales.
- Al menos dos mujeres, con hijos o hijas menores de 5 años.
- Al menos dos mujeres jefas de hogar.

Debido a los criterios de selección establecidos para el perfil de las y los participantes, su identificación fue un proceso arduo que requirió la articulación de algunos actores. De esta manera, las personas jóvenes participantes fueron identificadas a partir de información entregada por: municipios, organizaciones de la sociedad civil y universidades. Se utilizó la misma guía de preguntas en todas las ciudades.

Mesas de diálogo virtuales

Se realizaron mesas de diálogo virtuales con el objetivo de dialogar y analizar con los actores clave sobre las necesidades, barreras, aspiración de las y los jóvenes en situación de informalidad, de los servicios y productos de inclusión financiera en la localidad (ver Anexo 1 Instrumento de levantamiento – Mesa de diálogo). También se buscó identificar los problemas o barreras de acceso, el uso y calidad de los servicios financieros. Se realizó una mesa de diálogo por cada ciudad, con la participación de 12 personas que fueron delegados de 34 entidades entre organizaciones de la sociedad civil, instituciones públicas, academia e instituciones financieras. Cada mesa duró en promedio dos horas y media, a través de una sesión virtual.






Los participantes cumplieron con el siguiente perfil:

- Dos delegados de organizaciones sociales: directivos o personal técnico con poder de decisión que trabajan temas de emprendimientos, créditos y otros relacionados con la inclusión financiera de las y los jóvenes.
- Dos delegados del MIES: personal técnico que trabaja los temas de inclusión financiera de las y los jóvenes, su presencia es relevante por ser el ente rector de las políticas públicas de inclusión económica y social.
- Dos delegados del Ministerio de Trabajo.
- Dos delegados de universidades: docentes que trabajan en temas relacionados a la inclusión financiera.
- Dos delegados de instituciones financieras: personal que trabaja en entidades financieras responsables de generar productos financieros, de las entidades que han indicado su interés de participar.

- Dos delegados del municipio, de áreas con las que se han articulado acciones para el programa de inclusión financiera.

En las mesas de diálogo se recoge la percepción que tienen los actores clave de cada localidad, en relación con los problemas y barreras que enfrentan, las y los

jóvenes en situación de informalidad al momento de buscar acceder a productos y servicios financieros. En cada mesa se dio la opción, a las y los participantes, de escoger el problema que consideran es el más relevante, con relación a la inclusión financiera de las y los jóvenes, en situación de informalidad, los cinco problemas propuestos fueron:

	1. Restricciones para el acceso (falta de garantías físicas para acceder a créditos y falta de justificativos de ingresos laborales fijos).
	2. Estereotipos sobre las y los jóvenes en el no cumplimiento de sus responsabilidades.
	3. Escasa educación financiera dirigida a población joven.
	4. Falta de una oferta de los servicios financieros adecuados a las necesidades de las y los jóvenes.
	5. Dificultad para cumplir con requisitos mínimos para acceder a productos y servicios financieros.

Una vez seleccionado el problema se trabajó con la herramienta del mapa del cliente⁶, para seleccionar el problema más relevante por ciudad:

Tabla 2: Problema más relevante identificado en cada ciudad

Ciudad	Problema más relevante
Quito	Problema 3: Escasa educación financiera dirigida a población joven.
Guayaquil y Machala	Problema 1: Restricciones para el acceso (falta de garantías físicas para acceder a créditos y falta de justificativos de ingresos laborales fijos).
Loja	Problema 4: Falta de una oferta de los servicios financieros adecuados a las necesidades de las y los jóvenes.

Encuestas

Se levantó información a la población objetivo en las cuatro ciudades, y a pesar de que dicha información puede no entregar representatividad de las localidades consultadas, los resultados sí pueden ser comparables entre las ciudades y pueden ofrecer una aproximación a la situación de inclusión

financiera de los jóvenes en informalidad en cada ciudad (ver anexo 2 Instrumento de levantamiento de información - encuesta). Se levantaron un total de 354 encuestas de las cuales el 7% no se consideraron por inconsistencias o errores en información. El total de encuestas válidas y consideradas en el diagnóstico es de 328, divididas por ciudad de la siguiente manera:

^{6.} El mapa del cliente o ruta de servicio del cliente es una herramienta que ayuda a identificar cuál es realmente el problema que el cliente quiere resolver, grafica el estado actual de las cosas, y describe cómo el cliente en la mayoría de los casos soluciona su necesidad a lo largo del trayecto de servicio (Segura-Vargas, Barragán Codina, & Alarcón Martínez, 2018)

Tabla 3: número de encuestas válidas por ciudad

Número de encuestas válidas:	328
Guayaquil	106
Loja	105
Machala	23
Quito	94

Algunas estadísticas descriptivas de la población encuestada sobre información sociodemográfica, empleo, afiliación a la seguridad social, ingreso laboral, entre otras temáticas, se presenta a continuación:

Información sociodemográfica: Un 64% de las personas encuestadas se auto determinaron de sexo femenino y un 36% masculino. El 24,7% de las y los jóvenes encuestados indican que son cabezas de hogar, siendo Guayaquil la ciudad donde existieron más jefes o jefas de hogar jóvenes (37% de las personas encuestadas), y Loja donde el porcentaje de jóvenes cabezas de hogar es menor

(10%). La ciudad de Guayaquil es donde mayor porcentaje de jóvenes tiene a cargo dependientes (63%) y la mayoría son niñas y niños menores de cinco años.

Ingreso laboral: El ingreso monetario promedio mensual, considerando los seis últimos meses, en la mayoría de los casos es menor a \$48 dólares mensuales (38% de jóvenes indica que gana menos), el 28% indican que sus ingresos están entre \$48 y \$85 dólares mensuales, el 26% que sus ingresos se encuentran entre 85 y 400 dólares; apenas el 8% indica que sus ingresos promedio de los últimos seis meses han sido mayores de \$400 dólares.

Empleo: Todas las personas encuestadas pertenecen a la población económicamente activa, es decir, están trabajando o buscando trabajo en el momento del levantamiento de la encuesta. El 84,8% de los jóvenes encuestados indican que son trabajadores independientes o trabajan de manera autónoma y de ellos, el 77% indica que no poseen RUC o RISE para el desarrollo de sus actividades.

Afiliación a seguridad social: El 100% de los jóvenes encuestados indican que no están afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

MAPEO DE ACTORES

El proceso de investigación para el estudio de inclusión financiera de personas jóvenes en condición de informalidad inició con el mapeo de actores. La propuesta metodológica de este mapeo es de carácter descriptivo con el objetivo de mejorar la comprensión de cada uno de los actores respecto de la problemática común que los convoca, entendiendo sus capacidades, posiciones y motivación. De esta manera, se logra identificar personas y organizaciones que se consideran importantes para la planeación, diseño e implementación; al tiempo que permite clarificar con anticipación con quienes se podrá contar para la implementación del programa.

El mapeo de actores/as no solo identifica personas, grupos y organizaciones que participan en un tema o iniciativa, sino que facilita la definición de acciones, objetivos e intereses. También, es un

primer paso para convocar a los actores y asegurar su participación en las fases de la formulación, seguimiento y validación de los lineamientos de política pública.

En una primera fase, el proceso para el levantamiento del mapeo identificó un listado de actores que, desde el análisis técnico y la indagación en territorio, trabajaban los temas de inclusión financiera (organizaciones de la sociedad civil, instituciones del sector público, academia, instituciones financieras). En una segunda fase, se realizó el levantamiento de la matriz de mapeo de actores, con esta información se tomó en cuenta, la relevancia de cada uno de los actores, su alcance e incidencia construyendo la matriz de actores priorizados.

La metodología incluyó la elaboración de herramientas y directrices, como, por ejemplo, la matriz inicial del mapeo de actores. Posteriormente se capacitó al equipo técnico territorial y se levantó la información. Finalmente, para seleccionar a los actores clave, por ciudad y a nivel nacional, se entregó un puntaje a cada actor, a partir de

una batería de ámbitos analizados y criterios de selección. Se estableció un umbral máximo de 16 puntos para la selección de instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y academia; y de 20 puntos, para las instituciones financieras, considerando las particularidades.

Tabla 4: criterios de selección y escala para instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil y academia

Variables	Criterios de selección técnicos	Puntaje
Ámbito: Diseño y evaluación de mecanismos financieros y/o no financieros		
1. Relevancia de las acciones sobre inclusión financiera dirigidas a jóvenes en la localidad.	Trabaja con población joven en los 5 últimos años.	1
	Oferta servicios para la población joven.	1
	Trabaja con grupos de atención prioritaria.	1
	Trabaja en al menos uno de los territorios del proyecto	1
	Trabaja temas de inclusión financiera en la localidad.	1
2. Compromiso con la ejecución del programa de inclusión financiera	Ha participado de las actividades ejecutadas en el marco del programa	1
	Ha indicado su compromiso de ser parte del programa.	2
	Criterio de selección experto.	2
Ámbito: Construcción Política Pública		
3. Incidencia de los actores clave mapeados en relación con la construcción de políticas públicas.	Ente rector de política pública relacionada a la inclusión financiera y a jóvenes	1
	Participa de redes locales	1
	Incidencia en la construcción de la política pública nacional o local de inclusión para jóvenes.	1
	Participa en espacios para la construcción de política pública	1
	Criterio de selección experto.	2

Tabla 5: criterios de selección y escala de puntuación para instituciones financieras

Variables	Criterios de selección técnicos	Puntaje
Ámbito: Diseño y evaluación de mecanismos financieros y/o no financieros		
1. Relevancia de las acciones sobre inclusión financiera dirigidas a jóvenes en la localidad.	Trabaja con población joven en los 5 últimos años.	1
	Oferta de productos y servicios para la población joven.	1
	Trabaja con grupos de atención prioritaria.	1
	Tiene cobertura de atención en uno o más territorios del programa.	1
	Cuenta con una estrategia de inclusión financiera	1
	Cuenta con capacidad técnica y operativa para el diseño y evaluación de mecanismos	1
2. Compromiso y aporte con la ejecución del programa de inclusión financiera	Ha participado de las actividades ejecutadas en el marco del programa	1
	Ha indicado su interés para participar en el diseño y evaluación de mecanismos financieros y/o no financieros	1
	Criterio de selección experto.	2
Ámbito: Construcción Política Pública		
Incidencia de los actores clave mapeados en relación con la construcción de políticas públicas.	Participa en redes locales o espacios para la construcción de política pública relacionada a la inclusión financiera.	1
	Criterio de selección experto.	2
Ámbito: Prototipos/mecanismos de inclusión financiera en IF		
Condiciones para la implementación de mecanismos de inclusión financiera para jóvenes.	Tiene interés de implementar mecanismos de inclusión financiera para jóvenes.	2
	Cuenta con capacidad técnica y operativa para la implementación de mecanismos de inclusión financiera.	2
	Dispone de servicios financieros digitales	1
	Criterio de selección experto.	2

Una vez realizada la calificación de cada actor entre los distintos grupos (instituciones financieras, instituciones públicas, organizaciones de la sociedad civil, academia) se entregó un puntaje en cada variable, según la cual se clasifica la

relevancia del aporte en los siguientes ámbitos: Diseño del mecanismo, prototipo e implementación, identificación de población joven que participa, evaluación y política pública.

La información recogida se presenta como una radiografía de la dinámica que existe en cada ciudad con relación a la inclusión financiera de las y los jóvenes, y particularmente, los que se encuentran en situación de informalidad. Si bien el objetivo central del mapeo fue conocer y reconocer cuáles son los

actores clave que trabajan en el ámbito de estudio, este mapeo permitió generar espacios de encuentro para posicionar y sensibilizar sobre la importancia de abordar el tema de la inclusión financiera de las y los jóvenes. De esta manera se seleccionaron los siguientes actores para participar del programa:

Tabla 6: número de actores a los cuales se levantó la información en el mapeo por ciudad

Actores	Quito	Guayaquil	Machala	Loja	Instituciones Financieras	
Actores identificados	19	18	17	29	15	
Actores con información levantada en el mapeo	8	13	7	17	15	
Organizaciones de la sociedad civil	6	6	4	9	Inst. de la Banca Pública	2
Instituciones públicas	2	5	3	6	Inst. de la Banca Privada	5
Universidades	0	2	0	2	Sistema Financiero de la Economía Popular y Solidaria (Cooperativas de Ahorro y Crédito)	8

Como resultado del mapeo se logran identificar a algunos actores clave, así como el momento en el que se planifica su participación para la construcción de la propuesta de Inclusión Financiera del programa para personas jóvenes en condición de informalidad. Los momentos en los que estos actores podrían participar corresponden a las siguientes:

- a. diseño (36 actores),
- b. prototipo e implementación (15 actores),
- c. apoyo en la identificación de población objetivo que participará (3 actores),
- d. valuación (34 actores) y,
- e. construcción de la política pública (12 actores).

REVISIÓN DOCUMENTAL

Para complementar el análisis de caracterización y trabajo participativo para el diseño de los mecanismos para la inclusión financiera de la población objetivo, se realizó una revisión documental de los programas o iniciativas más relevantes a nivel internacional y nacional sobre inclusión financiera, con énfasis en la población de jóvenes y mujeres.

En la metodología elaborada para la sistematización de experiencias significativas se establecieron criterios mínimos y criterios de selección, a partir de la revisión documental digital; de esta manera, se identificaron 20 experiencias y finalmente, se escogieron 8 que cumplieran con los criterios de selección. El levantamiento de información se realizó utilizando un método bibliográfico e información secundaria que se encontraba disponible en medios electrónicos.

Experiencias internacionales

“TI MANMAN CHERI” – BANCO CENTRAL DE HAITÍ

Es una experiencia generada a través de la alianza entre el Estado, la empresa privada y la cooperación internacional en Haití. Se generó una Estrategia Nacional para promover la inclusión financiera; uno de los aspectos relevante fue la implementación de un diagnóstico que permitió identificar las necesidades de la población, incluidos los grupos excluidos y en vulnerabilidad, como son las mujeres en situación de pobreza. Uno de los mecanismos

de inclusión financiera fue la implementación de un sistema de pagos de billetera móvil (no se requiere de una cuenta), utilizado por las madres de hogares vulnerables que recibían una transferencia monetaria condicionada por el Estado. La Estrategia Nacional también incluyó otros productos financieros como son el microcrédito y el pago móvil y servicios como la educación financiera.

Tabla 7: información del programa TI MANMAN CHERI

Nombre del programa: “TI MANMAN CHERI” Haití													
Descripción de contenidos:	La política pública nacional de Haití busca facilitar el desarrollo de productos y servicios que respondan a las necesidades de la población, para lo cual se ha formulado un programa que define las actividades de microfinanzas como la oferta de servicios financieros a personas que generalmente no tienen acceso al sistema bancario tradicional (ahorro y crédito) que permita promover actividades generadoras de ingresos para mejorar el nivel de vida, una mejor integración social y acceso a un desarrollo humano sostenible.												
Objetivo del programa:	<ul style="list-style-type: none"> • Lograr que los servicios financieros ocupen una mayor parte en la economía, integrándose en los sectores de agricultura, educación y salud. • Facilitar el desarrollo de productos y servicios que respondan a las necesidades de la población, sobre toda la vulnerable como las mujeres beneficiarias de transferencias monetarias condicionadas. • Promover actividades para que los usuarios comprendan mejor la utilidad, funcionamiento, ventajas y exigencias de los distintos productos y servicios financieros ofrecidos, para lograr una elección y decisión informada en el momento de contratarlos. • Promoción del uso de tecnologías de la información y comunicación para la oferta de servicios financieros, en especial mediante banca y billetera móvil. 												
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	<p>Se ha logrado conseguir los objetivos deseados del programa ya que año a año han ido creciendo el número de beneficiarios y se ha notado la evolución en cuánto a la inclusión financiera. En cierta medida cabe decir que el programa logró aumentar el número de personas bancarizadas; con acceso a productos y servicios financieros; aunque la inclusión financiera es un ámbito más amplio.</p> <p style="text-align: center;">Evolución del número de beneficiarios del programa “Ti Manman Cheri”</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;">Año</th> <th style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;">2012</th> <th style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;">2013</th> <th style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black;">2014</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">Cobertura hogares</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">70 722</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">97 106</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">86 234</td> </tr> <tr> <td style="border-bottom: 1px solid black;">Cobertura personas</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">375 091</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">514 661</td> <td style="border-bottom: 1px solid black;">457 040</td> </tr> </tbody> </table>	Año	2012	2013	2014	Cobertura hogares	70 722	97 106	86 234	Cobertura personas	375 091	514 661	457 040
Año	2012	2013	2014										
Cobertura hogares	70 722	97 106	86 234										
Cobertura personas	375 091	514 661	457 040										

Nombre del programa: "TI MANMAN CHERI" Haití																													
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	<p style="text-align: center;">Indicadores de desempeño de banca y billetera móvil en Haití</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="text-align: left;">Indicador</th> <th style="text-align: center;">2014</th> <th style="text-align: center;">2015</th> <th style="text-align: center;">Crecimiento anual</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nº de nuevos usuarios</td> <td style="text-align: center;">110 198</td> <td style="text-align: center;">233 791</td> <td style="text-align: center;">112 %</td> </tr> <tr> <td>Nº de transacciones realizadas</td> <td style="text-align: center;">1 594 457</td> <td style="text-align: center;">2 813 048</td> <td style="text-align: center;">76 %</td> </tr> <tr> <td>Nº de cuentas activas</td> <td style="text-align: center;">78 673</td> <td style="text-align: center;">210 042</td> <td style="text-align: center;">167 %</td> </tr> <tr> <td>Monto total de transacciones realizadas (no incluye Lajan Cash). En millones de USD</td> <td style="text-align: center;">32</td> <td style="text-align: center;">66</td> <td style="text-align: center;">103 %</td> </tr> <tr> <td>Nº de nuevos puntos de atención (agentes bancarios y no bancarios)</td> <td style="text-align: center;">1 763</td> <td style="text-align: center;">883</td> <td style="text-align: center;">-50 %</td> </tr> <tr> <td>Nº de agentes activos</td> <td style="text-align: center;">972</td> <td style="text-align: center;">863</td> <td style="text-align: center;">-11 %</td> </tr> </tbody> </table>	Indicador	2014	2015	Crecimiento anual	Nº de nuevos usuarios	110 198	233 791	112 %	Nº de transacciones realizadas	1 594 457	2 813 048	76 %	Nº de cuentas activas	78 673	210 042	167 %	Monto total de transacciones realizadas (no incluye Lajan Cash). En millones de USD	32	66	103 %	Nº de nuevos puntos de atención (agentes bancarios y no bancarios)	1 763	883	-50 %	Nº de agentes activos	972	863	-11 %
Indicador	2014	2015	Crecimiento anual																										
Nº de nuevos usuarios	110 198	233 791	112 %																										
Nº de transacciones realizadas	1 594 457	2 813 048	76 %																										
Nº de cuentas activas	78 673	210 042	167 %																										
Monto total de transacciones realizadas (no incluye Lajan Cash). En millones de USD	32	66	103 %																										
Nº de nuevos puntos de atención (agentes bancarios y no bancarios)	1 763	883	-50 %																										
Nº de agentes activos	972	863	-11 %																										
Vigencia del programa	Fue lanzado en el año 2012 y existen datos hasta el 2015																												
Población objetivo	Personas mayores de edad en Haití																												
Población atendida/ cobertura:	<p>Se conocía que solo el tres por ciento de los más de 11 millones de haitianos se beneficia de créditos, y el 54 por ciento, del sistema financiero en general.</p> <p>Este programa ha logrado una cobertura de 457040 beneficiarios en el año 2014 y una cobertura de 86234 hogares.</p> <p>Mujeres con hijos en situación de vulnerabilidad</p>																												
Actores involucrados:	<p>El gobierno nacional de Haití en conjunto con el Banco mundial de Haití y la ENIF, quienes ofertan servicios financieros para personas de escasos recursos y microempresarios se realiza a partir de distintos tipos de instituciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ventanillas de microcrédito dependientes de Bancos • Sociedades anónimas • Organizaciones no Gubernamentales • Cooperativas de ahorro y crédito o Cajas populares • Empresas de pago móvil y empresas de telecomunicación • Empresas de remesas • Aseguradoras 																												
Mecanismos o productos financieros digitales y/o tecnológicos	<p>Microcrédito</p> <p>Pago móvil (se realiza desde una cuenta a través de un dispositivo móvil)</p> <p>Billetera móvil (no se requiere cuenta, uso de un teléfono inteligente)</p> <p>Educación financiera</p>																												
Impacto en la construcción de políticas públicas:	<p>La política pública de Haití ha formulado un proyecto de ley que define las actividades de microfinanzas como la oferta de servicios financieros a personas que generalmente no tienen acceso al sistema bancario tradicional (ahorro y crédito) que permita promover actividades generadoras de ingresos para mejorar el nivel de vida, una mejor integración social y acceso a un desarrollo humano sostenible. El programa es parte de la STRATÉGIE NATIONALE D'ASSISTANCE SOCIALE, sin embargo, la Banque de la Republique d'Haiti (BRH, el Banco Central) tiene redactada una Estrategia Nacional de Inclusión Financiera (ENIF) que, sin embargo, no ha logrado materializarse en actividades concretas (CAF, 2020).</p>																												

Fuente de información: (Calvo, 2019)

RETAIL FINANCIERO A.G- CHILE

Es un ente asociativo, un gremio que se ha organizado para brindar servicios de compra y venta en el que funcionan tarjetas de crédito y seguros propios de las empresas, esto promueve el acceso y uso de servicios y productos financieros, que transforma la oferta tradicional a una basada en modelos digitales y más accesible a los que brindan la mayoría de las instituciones financieras. Entre

la población beneficiada se encuentran: mujeres, migrantes y trabajadores informales, este sistema les permite acceder a servicios bancarios de forma segura. Se implementan mecanismos asociados a la tecnología, logra el incremento de usuarios y la transformación de actividades tradicionales en el sistema financiero.

Tabla 8: información del programa Retail Financiero a. g.

Nombre del programa/experiencia: Retail Financiero a.g Chile	
Descripción de contenidos:	<p>Este trabajo describe cómo se puede promover la inclusión financiera a través del desarrollo de aplicaciones que permitan a las mujeres, migrantes y a trabajadores informales acceder a servicios bancarios, de forma ordenada y segura.</p> <p>Para lograr el efecto deseado se requiere desarrollar servicios financieros que se adapten a las necesidades de los grupos desatendidos, que privilegien el uso de tecnologías digitales (como telefonía celular e internet), y que operen bajo el paraguas de un sistema de pagos sólido en materia de infraestructura, regulación y protección al consumidor.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open Banking permitirá mejorar la entrega de servicios o productos financieros para el usuario según sus necesidades, siendo el usuario dueño de sus datos y a través de diversos servicios y proveedores, puedan tomar de manera informada mejores decisiones sobre su salud financiera, actual y futura. • Las Fintech - de la combinación Finance & Technology – (industria financiera mundial) son empresas que apalancadas en la tecnología y con el foco puesto en las necesidades específicas de los clientes, empezaron desde hace algo más de una década a transformar la manera cómo los servicios financieros se diseñan, se distribuyen y se consumen a nivel mundial.
Objetivos del programa:	<ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la calidad de vida de las personas • Apoyar el crecimiento económico y el desarrollo de las compañías. • Ofrecer productos financieros a terceros tales como retailers o fintechs y expandir su alcance a nuevos clientes. • Brindar acceso a los servicios financieros formales a quienes carecen actualmente de él, entregando estrategias de mejora y perfeccionamiento del uso del sistema financiero. • Optimizar los flujos de caja y ayudar al control financiero.
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	<p>Se realizaron entrevistas a más de 60 organizaciones, incluyendo a más de 75 profesionales y representantes de todas las esferas de la industria financiera (bancos, cajas de compensación, cooperativas de ahorro y crédito, organizaciones gremiales, Fintech, entes estatales, entre otros). 97% de la población chilena ya tiene acceso a un producto financiero, no obstante, sólo una tercera parte de este porcentaje tiene acceso simultáneo al crédito, al ahorro y a los distintos servicios de administración del dinero.</p> <p>En este sentido, el país ha avanzado mucho en el acceso de las personas a los productos y servicios financieros, pero todavía queda camino por recorrer.</p>

Nombre del programa/experiencia: Retail Financiero a.g Chile	
Vigencia del programa	2007-2020
Población objetivo	Las personas sobre endeudadas, mujeres, migrantes, adultos mayores con bajos ingresos, MYPIMES
Población atendida/ cobertura:	La cobertura poblacional y territorial de la infraestructura financiera ha crecido considerablemente durante la última década, como resultado de la expansión de la red de pagos y de las corresponsalías. Los componentes tradicionales de la infraestructura, como sucursales y cajeros automáticos, han reducido su importancia relativa, exhibiendo niveles similares a los registrados en 2007. El grueso de la población adulta (97%) tiene acceso a algún producto financiero. No obstante, sólo un tercio tiene acceso simultáneo a productos de crédito, ahorro y administración del efectivo. En general, en materia de acceso no se advierten diferencias significativas entre hombre y mujeres, salvo en los productos de ahorro, categoría en que la cobertura de las mujeres supera en 11 puntos porcentuales la de los hombres.
Actores involucrados:	<p>Un actor del programa es el gobierno nacional para brindar apoyo a personas sobre endeudadas, mujeres, migrantes, adultos mayores y microempresas.</p> <p>Instituciones financieras: La educación o alfabetización financiera en el manejo de las finanzas empresariales: actores del mundo financiero que pueden contribuir en la construcción de información y conocimiento financiero para las empresas y sus trabajadores.</p> <p>Gobierno: Múltiples programas gubernamentales de financiamiento para empresas: programas como el Subsidio Semilla de Asignación Flexible.</p> <p>Alianzas público-privadas y colaboración entre industria financiera tradicional y Fintechs.</p> <p>Gremio Retail Financiero: Es un ente asociativo, que agrupa al sector de la industria relacionada con acceso a productos financieros, como por ejemplo a las entidades emisoras de crédito y corredoras de seguros.</p>
Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:	<p>Aplicaciones financieras:</p> <p>Fintech</p> <p>Open Banking</p>
Impacto en la construcción de políticas públicas:	Chile prepara una nueva normativa que regulará al sector Fintech y el open banking, presentando nuevos retos de seguridad y arquitectura bancaria. El consejo de los expertos es claro: aprender de la experiencia ajena. El proyecto sigue la promulgación de la Ley de Portabilidad Financiera para facilitar que las personas y las micro y pequeñas empresas se cambien por conveniencia de un proveedor de servicios financieros a otro, o de un producto contratado a uno nuevo. Chile cuenta con una estrategia de educación financiera de 2017.

Fuente: (Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras Chile, 2019) y (Fundación País Digital, 2020)

FINANCIAR MALAWI - BANCO MUNDIAL - GENDER INNOVATION LAB – MALAWI

El programa implementó asistencia técnica para regularizar a pequeñas empresas de un solo propietario o de dos personas trabajando; solo el registro de empresas por sí solo no tiene ningún impacto para hombres o mujeres en el uso de cuentas bancarias, ahorros o crédito. Sin embargo, la combinación de la asistencia para la formalización y la sesión de información bancaria (educación

financiera) tienen como resultado un impacto significativo para el uso de cuentas bancarias comerciales, prácticas financieras, ahorros y uso de productos financieros complementarios. Para la implementación se realizaron acciones articuladas con el gobierno local, uno de los fines fue evitar prácticas corruptas para el acceso de registros.

Tabla 9: información del programa Financiar Malawi

Nombre del programa: Financiar Malawi Malawi	
Descripción de contenidos:	<p>A pesar de los esfuerzos regulatorios diseñados para facilitar la formalización de las empresas, la informalidad sigue siendo extremadamente alta entre las empresas del África subsahariana; interpretada como exclusión financiera de las empresas, aspecto que lacera las posibilidades de fomentar un trabajo digno.</p> <p>Un experimento en Malawi que asignó empresas al azar a un grupo de control y tres grupos de tratamiento</p> <p>a. Un grupo ofreció asistencia para el registro de empresas sin costo;</p> <p>b. Un grupo ofreció asistencia con el registro de empresas sin costo y el registro de impuestos (por separado); y</p> <p>c. Un grupo ofreció asistencia para el registro de empresas sin costo junto con una sesión informativa en un banco que finalizó con la oferta de cuentas bancarias comerciales.</p> <p>La evidencia del programa se centra en medir los impactos a corto plazo de la formalización en el acceso y uso financiero de las empresas. El registro de empresas por sí solo no tiene ningún impacto para hombres o mujeres en el uso de cuentas bancarias, ahorros o crédito. Sin embargo, la combinación de la asistencia para la formalización y la sesión de información bancaria tienen como resultado el impacto significativo en tener una cuenta bancaria comercial, prácticas financieras, ahorros y uso de productos financieros complementarios.</p> <p>Considerando además que la informalidad de las empresas también radica en que el 78,5% del circulante generado por la actividad empresarial es tomada por sus dueños para resolver temas coyunturales; aspecto que no permite tener claridad sobre la sostenibilidad de la empresa.</p>
Objetivo del programa:	Medir los impactos a corto plazo de la formalización en el acceso y uso financiero de las empresas.
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	La evaluación de impacto cumplió con el objetivo planteado del programa, que fue el de medir los impactos a corto plazo de la formalización en el acceso y uso financiero de las empresas.
Vigencia del programa	2010 – 2015
Población objetivo	Micro y pequeñas empresas informales del hogar
Población atendida/ cobertura:	<p>Grupo de control. 757 firmas</p> <p>Grupo de tratamiento 1. 745 empresas</p> <p>Grupo de tratamiento 2. 293 empresas</p> <p>Grupo de tratamiento 3. 1.207 empresas</p>
Actores involucrados:	Unidades de todo el Banco Mundial, agencias de ayuda y donantes, gobiernos, organizaciones no gubernamentales, cooperativas de ahorro, empresas del sector privado e investigadores quienes realizan sus aportes.

Nombre del programa: Financiar Malawi Malawi	
Mecanismos o productos financieros digitales y/o tecnológicos	Capital para formalización de las empresas Educación financiera
Impacto en la construcción de políticas públicas:	Gender Innovation lab proporciona a los responsables de la formulación de políticas públicas y a los especialistas en desarrollo los conocimientos necesarios para promover la igualdad de género de forma eficiente y para impulsar cambios en la región. Como parte del Proyecto de Asistencia Técnica para el Fortalecimiento del Entorno Empresarial (BESTAP) apoyado por el Banco Mundial, el gobierno presentó un nuevo Proyecto de Ley de Registro de Empresas que busca hacer cumplir el registro de empresas informales; redactó un nuevo proyecto de ley de licencias comerciales; y pasó a un sistema electrónico de registro de empresas en línea, lo que reduce el tiempo para registrar empresas

Fuente: (Campos, Goldstein, & Mckenzie, How Should the Government Bring Small Firms into the Formal System? Experimental Evidence from Malawi., 2018) y (Campos, Goldstein, & McKenzie, Making it easier for women in Malawi to formalize their firms and access financial services, 2019)

PROGRAMA DE INCLUSIÓN FINANCIERA/URUGUAY NATURAL – ESTADO

El programa de inclusión financiera constituye un elemento central en la agenda de inclusión social del gobierno. Se trata de una política pública destinada a permitir el acceso y uso de los servicios financieros para la población y las empresas, en particular, hogares de menores ingresos, las micro y pequeñas empresas.

Entre los mecanismos utilizados se encuentran: cuentas bancarias e instrumentos de dinero electrónico gratuitos, programa de ahorro joven para vivienda. El programa fue reconocido por el uso que hicieron los usuarios durante la pandemia. Uno de sus principios es universalización de derechos y democratización del sistema financiero.

Tabla 10: información del programa URUGUAY NATURAL

Nombre del programa/experiencia: Programa de Inclusión Financiera/ URUGUAY NATURAL – Estado Uruguay	
Descripción de contenidos:	El Programa de Inclusión Financiera constituye un elemento central de la agenda de inclusión social del gobierno. Se trata de una política pública destinada a permitir el acceso y uso de los servicios financieros por parte de toda la población y las empresas, en particular de aquellos que no podían acceder a los mismos o que lo hacían en muy malas condiciones: fundamentalmente los hogares de menores ingresos y las micro y pequeñas empresas. El Programa también procura atacar las desigualdades existentes en materia territorial, ya que tradicionalmente las condiciones para el acceso a los servicios financieros en el Interior del país y en la periferia de Montevideo han sido menos favorables que en otras zonas urbanas.
Objetivos del programa:	Universalización de derechos y democratización del sistema financiero. Mejorar la eficiencia del sistema de pagos Fomento de la competencia en el sistema financiero.

Nombre del programa/experiencia: Programa de Inclusión Financiera/ URUGUAY NATURAL – Estado Uruguay	
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	<p>La política de inclusión financiera plantea:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rebaja del IVA para compras con medios de pago electrónico: • Rebaja permanente de 2 puntos de IVA para operaciones con tarjeta de débito, instrumentos de dinero electrónico e instrumentos análogos (débitos automáticos, etc.). • Reducción adicional de 2 puntos de IVA el primer año (1/8/2014 - 31/7/2015) y 1 punto el segundo (1/8/2015 - 31/7/2016) para compras de menos de UI 4000 con tarjeta de débito e instrumento de dinero electrónico (llevando la reducción a 4 y 3 puntos respectivamente). • Reducción de 2 puntos de IVA el primer año (1/8/2014 - 31/7/2015) y 1 punto el segundo (1/8/2015 - 31/7/2016) para compras de hasta UI 4000 con tarjetas de crédito. • Rebaja de 9 puntos de IVA para actividades vinculadas con turismo. • Rebaja de la totalidad de IVA para tarjeta BPS Prestaciones para pago de asignaciones familiares y Tarjeta Uruguay Social. • Reducción de las retenciones de impuestos a las pequeñas empresas (eliminándolas para 2017 y 2018) • Reducción por parte de los emisores de los aranceles cobrado a comercios y el plazo de pago a los mismos • Transformaciones en el mercado de las transferencias: prohibición de cobrar por transferencias recibidas en remuneraciones y arrendamientos, regulación de precio de transferencias para pago de remuneraciones. Promoción de una nueva situación con interoperabilidad total entre las instituciones y una reducción significativa del costo de las transferencias para todos los usuarios, junto a las ocho transferencias gratuitas previstas para las cuentas para pago de remuneraciones • Libertad para que los trabajadores, pasivos y beneficiarios de prestaciones sociales puedan elegir dónde cobrar sus retribuciones, redireccionando el foco de la competencia hacia el usuario de servicios financieros. • También duplicó el beneficio pagado con la Tarjeta Uruguay Social y el Plan de Equidad, mediante los cuales los pagos electrónicos llegan a 88.000 y 130.000 beneficiarios, respectivamente".
Vigencia	2014-2020
Población objetivo	Población en general de Uruguay
Población atendida/ cobertura:	<p>El Programa de Inclusión Financiera de Uruguay constituye un elemento central de la agenda de inclusión social del gobierno uruguayo. Se trata de una política pública destinada a permitir el acceso y uso de los servicios financieros por parte de toda la población uruguaya y las empresas, en particular de aquellos que no podían acceder a los mismos o que lo hacían en muy malas condiciones: fundamentalmente los hogares de menores ingresos y las micro y pequeñas empresas.</p> <p>El Programa también procura atacar las desigualdades existentes en materia territorial, ya que tradicionalmente las condiciones para el acceso a los servicios financieros en el Interior del país y en la periferia de Montevideo han sido menos favorables que en otras zonas urbanas.</p>
Actores involucrados:	El gobierno nacional quienes adoptaron medidas en beneficio de la nación con instrumentos de inclusión y las instituciones financieras.

Nombre del programa/experiencia: Programa de Inclusión Financiera/ URUGUAY NATURAL – Estado Uruguay

Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:

Universalización de derechos y democratización del sistema financiero

Cuentas bancarias e instrumentos de dinero electrónico gratuitos para trabajadores, pasivos y beneficiarios de planes sociales, con un conjunto de servicios básicos asociados sin ningún tipo de costo (tarjeta de débito, consultas de saldos, extracción de efectivo y transferencias electrónicas).

Crédito de nómina: nuevo instrumento que tiene como objetivo facilitar y mejorar las condiciones de acceso al financiamiento por parte de todos los trabajadores y pasivos.

Programa de ahorro joven para vivienda: para alentar y estimular la conducta de ahorro y facilitar el acceso a soluciones de vivienda para los trabajadores formales jóvenes (compra de un inmueble; firma de un contrato formal de alquiler o acceso a los planes del Ministerio de Vivienda Ordenamiento Territorial y Medio Ambiente o la Agencia Nacional de Vivienda).

Cuentas bancarias gratuitas para empresas de reducida dimensión económica, con un conjunto de servicios básicos asociados sin ningún tipo de costo (tarjeta de débito, consultas de saldos, extracción de efectivo y transferencias electrónicas).

2- Mejorar la eficiencia del sistema de pagos

Rebaja del IVA para compras con medios de pago electrónico:

Rebaja permanente de 2 puntos de IVA para operaciones con tarjeta de débito, instrumentos de dinero electrónico e instrumentos análogos (débitos automáticos, etc.).

Reducción adicional de 2 puntos de IVA el primer año (1/8/2014 - 31/7/2015) y 1 punto el segundo (1/8/2015 - 31/7/2016) para compras de menos de UI 4000 con tarjeta de débito e instrumento de dinero electrónico (llevando la reducción a 4 y 3 puntos respectivamente).

Reducción de 2 puntos de IVA el primer año (1/8/2014 - 31/7/2015) y 1 punto el segundo (1/8/2015 - 31/7/2016) para compras de hasta UI 4000 con tarjetas de crédito.

Rebaja de 9 puntos de IVA para actividades vinculadas con turismo.

Rebaja de la totalidad de IVA para tarjeta BPS Prestaciones para pago de asignaciones familiares y Tarjeta Uruguay Social.

Promoción de inversiones en terminales de Punto de Venta (POS por su sigla en inglés), sistemas de facturación y dispositivos que habiliten la extracción de efectivo.

Mejora en las condiciones de acceso al uso de medios de pago electrónico por parte de los comercios:

Subsidio al arrendamiento de terminales POS

3- Fomento de la competencia en el sistema financiero

Creación de una nueva figura regulada por el Banco Central del Uruguay (BCU), las Instituciones Emisoras de Dinero Electrónico, que ofrece servicios de pago, incluidos instrumentos para el cobro de sueldos, jubilaciones y beneficios sociales.

Transformaciones en el mercado de las transferencias: prohibición de cobrar por transferencias recibidas en remuneraciones y arrendamientos, regulación de precio de transferencias para pago de remuneraciones. Promoción de una nueva situación con interoperabilidad total entre las instituciones y una reducción significativa del costo de las transferencias para todos los usuarios, junto a las ocho transferencias gratuitas previstas para las cuentas para pago de remuneraciones.

Libertad para que los trabajadores, pasivos y beneficiarios de prestaciones sociales puedan elegir dónde cobrar sus retribuciones, redireccionando el foco de la competencia hacia el usuario de servicios financieros.

Limitación de algunas prácticas no competitivas, generando condiciones que permitan la interoperabilidad de las redes de cajeros automáticos y un adecuado funcionamiento de las transferencias interbancarias, junto a la interoperabilidad de las redes de POS logrando así la apertura de los sistemas de pagos para todos los operadores del sistema.

Nombre del programa/experiencia: Programa de Inclusión Financiera/ URUGUAY NATURAL – Estado Uruguay	
Impacto en la construcción de políticas públicas:	Para la inclusión financiera el gobierno nacional ha lanzado como política pública URUGUAY NATURAL con distintos objetivos e instrumentos en beneficio de toda la población. Uruguay cuenta con Estrategias Nacionales de IF desde el 2014.

Fuente: (Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay, 2020), (Uruguay Marca País, 2020), (Portal Fin Dev, 2020)

VERIZA – BRASIL

Veriza es una plataforma de préstamos grupales que usa la tecnología para promover el acceso a créditos. Trabaja con la metodología de crédito grupal: 3 o 5 personas que se conocen, se conectan y juntos solicitan crédito de forma virtual. De esta manera Veriza trabaja con las mejores tarifas, análisis crediticio flexible, no se necesitan garantías reales.

Veriza es una plataforma digital que ofrece crédito simple a personas que lo necesitan, sus servicios están dirigidos principalmente a emprendedores. Opera con instituciones financieras que emiten el contrato de préstamo a su solicitud, los montos que se aprueban son bajos; no da seguimiento a sus clientes, su único fin es procurar que los clientes paguen su crédito, que está atado a un emprendimiento nuevo o en marcha; no se hacen mediciones del impacto del crédito en la vida de los clientes.

Tabla 11: información del programa VERIZA

Nombre del programa/experiencia: VERIZA Brasil	
Descripción de contenidos:	Veriza es una plataforma de préstamos revolucionaria que usa la tecnología a su favor. Trabaja con crédito grupal: se conecta con algunos amigos más y juntos solicitan crédito. De esta forma, Veriza puede trabajar con mejores tarifas, análisis crediticio flexible y todo sin la necesidad de su propiedad o vehículo como garantía. Veriza no es un banco, es una plataforma digital que ofrece crédito simple a personas necesitadas. Opera con instituciones financieras que emiten el contrato de préstamo a su solicitud. Por tanto, Veriza se define como corresponsal bancario, (establecimiento o entidad legal que puede atender a los clientes en nombre de un banco, ofreciendo algunos servicios bancarios específicos) El producto financiero ofertado al público es el crédito grupal, formando grupos de 3 a 5 personas podrás solicitar crédito y así obtener mejores tarifas, estas personas serán corresponsables del préstamo, si alguien no paga, las demás personas se encargarán de pagar las cuotas restantes. El monto máximo asignado es 1.500 reales (293,88 dólares) por cada individuo; el plazo mayor es a seis meses, y una tasa mensual del 2,9%
Objetivos del programa:	Otorgar soluciones financieras grupales a personas marginadas del sistema bancario tradicional
Vigencia del programa	2020
Población objetivo	Primordialmente son emprendedores

Nombre del programa/experiencia: VERIZA Brasil	
Población atendida/ cobertura:	Veriza se asienta en la capital de Brasil, Brasilia, desde donde ejerce sus actividades empresariales
Síntesis/resumen de la experiencia	Esta experiencia es usual en Brasil, donde se han conformado una serie de empresas para ejercer una actividad de corresponsal bancario, y a través de aquello, lograr mayor bancarización de emprendedores y personas que deseen impulsar alguna actividad productiva lícita.
Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:	Créditos grupales
Impacto en la construcción de políticas públicas:	La experiencia se inició en el año 2020, por lo que al momento no se han podido evidenciar aportes que ayuden a la construcción de política pública en Brasil

Fuente: (Veriza, 2020)

Experiencias ecuatorianas

COOPERNET

Coopernet es una *Startup* ecuatoriana que funciona como una cooperativa de vivienda, crédito y consumo (Aplicación móvil). Actualmente está anclada a los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda.; a través de la cual se pueden realizar pagos de tarjetas de crédito, transferencias

interbancarias, y el pago de más de 400 servicios a nivel nacional; por medio de cualquier red auxiliar de pagos. Este mecanismo de inclusión financiera resultó estratégico para prevenir el contagio del COVID-19, funcionaron bien sus canales electrónicos, productos rápidos y transacciones.

Tabla 12: información del programa COOPERNET

Nombre del programa/experiencia: COOPERNET	
Descripción de contenidos:	Coopernet es una <i>Startup</i> ecuatoriana que funciona como una cooperativa de vivienda, crédito y consumo. Cuenta con los permisos legales y estándares de seguridad internacional para salvaguardar la información de usuarios. Actualmente está anclada a los servicios financieros de la Cooperativa de Ahorro y Crédito Tulcán Ltda; a través de la cual se pueden realizar pagos de tarjetas de crédito, transferencias interbancarias, y el pago de más de 400 servicios a nivel nacional por medio de cualquier red auxiliar de pagos.
Objetivos del programa:	Fomentar la inclusión financiera Capacidad de ofrecer canales electrónicos en cooperativas. Ofrecer rapidez de transacciones y estándares internacionales de seguridad.

Nombre del programa/experiencia: COOPERNET	
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	Se cumplieron los objetivos de ofrecer a los usuarios de cooperativas, canales electrónicos con rapidez de transacciones y seguridad, la cual puede ser utilizada por todas las generaciones, viviendo una experiencia gratificante tanto para la banca como para el usuario. Actualmente todos los socios de la Cooperativa Tulcán tienen acceso a descargar esta aplicación para poder usarla y optimizar tiempo en las transacciones que deseen realizar.
Vigencia del programa	2020
Población objetivo	Usuarios de las cooperativas a nivel nacional
Población atendida/ cobertura:	Actualmente la cooperativa TULCAN cuenta con esta aplicación para realizar varios tipos de transacciones.
Actores involucrados:	Creadores de la aplicación móvil, las cooperativas, los socios, usuarios que usan la aplicación.
Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:	Aplicación móvil
Impacto en la construcción de políticas públicas:	Su implementación no responde al cumplimiento de una política pública.

Fuente: (Cando Salas, 2020) , (Digital Bank and Insurance, 2020) , (Digital Bank Latam, 2020).

MUJERES WOW

Mujeres WOW es un *startup* Fintech comprometida para promover la inclusión financiera y brindar acceso a servicios financieros para pequeñas y medianas empresas que son propiedad de mujeres. Las mujeres se inscriben para puntuar sus atributos, a través de un algoritmo se crea una calificación crediticia, esta calificación brinda la posibilidad de acceder a un crédito. MUJERES WOW está trabajando en diálogos con bancos y

cooperativas de Ecuador para la colocación del capital de los créditos. Su mecanismo de inclusión es el uso de la tecnología para llegar a préstamos digitales con el uso de una aplicación móvil. Al usar una calificación entre pares y por méritos relacionados a sus propios emprendimientos, se promueve el empoderamiento económico y la sororidad entre mujeres.

Tabla 13: información del programa MUJERES WOW

Nombre del programa/experiencia: MUJERES WOW	
Descripción de contenidos:	<p>Mujeres WOW es un startup Fintech comprometida con promover la inclusión financiera y brindar acceso a servicios financieros para pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres.</p> <p>Para emprender, las fundadoras analizaron diferentes retos como: falta de liquidez, debido a la escasez de oportunidades para obtener los anticipos en producciones y tiempo de paga (de tres a cuatro meses), la escasez de servicios financieros dedicados a las mujeres en base a sus necesidades y el modelo de calificación de crédito tradicional, que no es inclusivo.</p> <p>Las personas que se inscriban en Mujeres Wow pueden puntuar sus atributos para que un algoritmo cree una calificación crediticia. En la aplicación, las mujeres califican a las demás, según su rol como compañeras de trabajo, de estudios, clientas o proveedoras. Gracias a esta calificación, la comunidad se encuentra en constante expansión y obtiene una retroalimentación completa.</p> <p>Asimismo, la incorporación de la reputación digital, en el mundo del blockchain, es un atractivo innovador. La identidad, en la nueva era tecnológica, está relacionada con las redes sociales y la contratación de personal.</p> <p>Mujeres Wow entrega créditos directos de forma digital e instantánea a mujeres emprendedoras con montos de hasta \$10000 generando inclusión financiera y crecimiento empresarial (están en la fase previa a la entrega de créditos).</p> <p>Mujeres Wow está trabajando en el lanzamiento de la versión beta y en diálogos con bancos y cooperativas de Ecuador para la colocación del capital de los créditos.</p>
Objetivos del programa:	<p>El objetivo principal del <i>startup</i> es otorgar préstamos, digitalmente, de forma instantánea, y sin la necesidad de aval ni garantía, con un monto máximo a otorgar de USD 10.000. La plataforma usa un algoritmo que analiza principalmente el prestigio social y digital que tengan las aplicantes y crea una calificación crediticia basada en parámetros relacionados con la confianza.</p> <p>Motivar a las mujeres a calificarse unas a otras y de esta manera construir perfiles crediticios para su impulso empresarial". Generar un cambio positivo en la vida de las mujeres acelerando sus emprendimientos.</p>
Cumplimiento de los objetivos y resultados del programa:	<p>Este mecanismo ya tiene casos de éxito. Empresas como Lenddo (opera en Colombia y Filipinas) o Lending Club (EE. UU.), utilizan la reputación digital y la actividad en redes para determinar una calificación de crédito.</p> <p>Actualmente, la comunidad, cómo le llama Ana María Monteverde Directora Ejecutiva de WOW, ya cuenta con un grupo de 400 mujeres interesadas que constantemente le dan la retroalimentación necesaria para saber qué necesita un emprendedor y así repuntar en el mercado local.</p>
Vigencia del programa	2020
Población objetivo	Mujeres
Población atendida/ cobertura:	Según datos del año 2019 se encuentran 400 mujeres del Ecuador interesadas en la iniciativa de calificación crediticia. En la plataforma de mujeres WOW se invita a las mujeres a registrarse en esta primera fase.
Actores involucrados:	<p>El <i>startup</i> nace desde un grupo de emprendedores, según cuenta su CEO, Ana María Monteverde. Ella junto a sus hermanos Gabriela y Carlos, más un especialista en productos tecno financieros o 'Fintech', idearon una solución creativa para mejorar el acceso a financiamiento y apoyar a las empresarias del país.</p> <p>En la información recabada no constan las entidades financieras con las que articularían acciones.</p>

Nombre del programa/experiencia: MUJERES WOW	
Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:	Aplicaciones financieras: Startup Fintech (Mujeres wow) plataforma virtual
Impacto en la construcción de políticas públicas:	La aplicación lanzada no responde a una política pública

Fuente: (Mujeres Wow MW, 2020), (Revista Líderes, 2019), (Mujeres Wow MW, 2020)

CACMU – ATENCIÓN PRINCIPALMENTE A MUJERES – ECUADOR

La cooperativa CACMU viene desarrollando estrategias, metodologías y productos financieros que contribuyen a la sostenibilidad económica y social, la equidad de género y la protección del medio ambiente; a través de los recursos obtenidos por un fondo no reembolsable iniciaron el proyecto CACMU Verde, en el que se incluyen acciones como: estrategias educativas sobre salud sexual y reproductiva para las socias y con especial énfasis en colectivos jóvenes y vulnerables; oferta

de servicios financieros sostenibles inclusivos, como son el crédito para personas en movilidad humana, personas con discapacidad y víctimas de violencia intrafamiliar, crédito para jóvenes y ahorro para bachilleres, red de socias emprendedoras. Otras acciones relevantes son: investigaciones y capacitaciones implementadas con el enfoque de género; incubadora de emprendimientos sociales, catálogo en línea para emprendedores socios y capacitación a líderes.

Tabla 14: información de la cooperativa CACMU

Nombre del programa/experiencia: CACMU – atención principalmente a mujeres	
Descripción de contenidos:	<p>La Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas CACMU, nace como una iniciativa para apoyar a las mujeres. Presta sus productos financieros en Quito, Tulcán, Ibarra.</p> <p>A partir del año 2000, CACMU viene desarrollando estrategias, metodologías y productos financieros que contribuyan a la sostenibilidad económica y social, la equidad de género y la protección del medio ambiente; que fomenten cadenas de valor, reducción de la brecha tecnológica y educativa para promover el acceso a educación e inclusión financiera estudiantil, dando prioridad a la demanda de productos y servicios financieros de sectores vulnerables por pobreza, movilidad humana, refugio, víctimas de violencia de género y personas con discapacidad, entre otros.</p> <p>En cuanto al proyecto CACMU Verde, se consolida a raíz de la certificación ambiental internacional EDGE otorgada a su edificio matriz de la ciudad de Ibarra (Ecuador), la cual promueve el desarrollo medioambiental sostenible y responsable manteniendo su valor patrimonial histórico; y sobre el cual CACMU obtuvo fondos parcialmente reembolsables para colocación en el mercado financiero bajo cuatro ejes de actuación:</p>

Nombre del programa/experiencia: CACMU – atención principalmente a mujeres	
Descripción de contenidos:	<p>1.- Salud y Aseguramiento. Fomenta la salud preventiva mediante campañas móviles para atender a mujeres microempresarias y sus familias, realizamos, campañas de asistencia ambulatoria en zonas rurales de influencia de la cooperativa, promovemos estrategias educativas sobre salud sexual y reproductiva de nuestras socias y con especial énfasis en colectivos jóvenes y vulnerables, ofrecemos servicios de Medicina General, Odontología, y además contamos con seguros que van en beneficio de las personas y sus familias.</p> <p>2.- Finanzas Sostenibles e Inclusivas: Oferta servicios financieros sostenibles inclusivos, como son el crédito para personas en movilidad humana, personas con discapacidad y víctimas de violencia intrafamiliar, crédito para jóvenes y ahorro para bachilleres; ejemplos al respecto se encuentran disponibles en el Reporte de impacto y resultados de proyectos sociales y ambientales (2020), algunos de estos son redes de mujeres emprendedoras, ferias virtuales de emprendedores nacionales y extranjeros, seguros desde un dólar para personas migrantes. Este componente también fortalece los emprendimientos sean individuales o asociativos introduciendo cadenas de valor, incentivamos las viviendas populares, incluyendo en todos los campos a los colectivos vulnerables. Protege y cuida el medio ambiente mediante el consumo eficiente y responsable de energía y recurso hídrico, poseemos dentro de nuestras instalaciones jardines con especies vegetales paisajísticas endémicas.</p> <p>3.- Investigación y Capacitación con enfoque de género: Cuenta con un Centro de Investigación en Emprendimiento, Género, y Desarrollo en el Ecuador, el cual permite generar estadísticas de género, personas en movilidad humana, sectores vulnerables para emprender, mercado laboral, emprendimientos como fuente de empleo, gestión y mejora. Realiza actividades de capacitación y formación para el fomento de capacidades y destrezas, para la promoción de igualdad de género y empoderamiento de la mujer, educación financiera, derechos y responsabilidades de las personas en movilidad humana mediante el Proyecto de capacitación CACMUeduca. También cuenta con proyectos conjuntos con diversas instituciones para contribuir al desarrollo sostenible de las economías locales.</p> <p>4.- Incubadora de emprendimientos sociales, CACMUemprende. Apoya a bachilleres y universitarios con sus proyectos para promover el desarrollo local, territorial y comunitario. Fomenta la empresa social en la Economía Popular y Solidaria, el espíritu y la cultura emprendedora en la comunidad educativa. Cuenta con un concurso anual de emprendimientos sociales y ferias para universitarios y bachilleres.</p>
Objetivos del programa:	Fomentar la inclusión financiera de la población vulnerable.
Indicadores de resultado del programa:	<p>El rol emprendido por CACMU para la inclusión financiera ha tenido los siguientes resultados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 143 personas capacitadas dentro del programa de educación financiera y autosuficiencia económica. • 91 personas capacitadas dentro de la estrategia de sensibilización de derechos y responsabilidades de las personas en situación de movilidad humana. • 3 ferias virtuales de apoyo a emprendedores • 11 videos promocionales de los socios de la RED CACMU – Emprende • 72 créditos entregados a migrantes, por un monto total de 69.770 dólares en lo que va del año 2020 • Historias de vida relatadas por personas en situación de movilidad humana, jóvenes y víctimas de violencia, que cuentan con créditos para sus emprendimientos.
Vigencia del programa	2000- 2020

Nombre del programa/experiencia: CACMU – atención principalmente a mujeres	
Población objetivo	Población en situación de vulnerabilidad
Población atendida/ cobertura:	La cobertura geográfica de CACMU inició en Quito Tulcán e Ibarra, como ciudades principales; pero desde su creación, hasta la fecha presente CACMU ha aperturado agencias en Atuntaqui, Gonzáles Suárez (Quito), y las parroquias Cahuasquí y Lita, pertenecientes a los cantones Urcuquí e Ibarra.
Actores involucrados:	Triodos Bank. Financista del proyecto CACMU Verde
Mecanismo utilizado para la inclusión financiera:	Créditos Educación a emprendedores. Curso virtual Catálogo virtual de productos de emprendedores
Impacto en la construcción de políticas públicas:	La experiencia se inició en el año 2020, por lo que al momento no se han podido evidenciar aportes específicos que ayuden a la construcción de política pública; sin embargo, en la propuesta se articulan varias acciones que se implementan desde hace 10 años aproximadamente. En Ecuador existe la propuesta de Estrategia Nacional de Inclusión Financiera que en el 2020 se sigue trabajando, esta ha sido impulsada por la Red de Instituciones Financieras de Desarrollo de la cual CACMU es parte.

Fuente: (Red de Instituciones Financieras de Desarrollo, 2019), (Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas CACMU, 2020)

DISEÑO DE MECANISMOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Para la definición y el diseño de los mecanismos de inclusión financiera para la población joven en informalidad, se realizó un trabajo conjunto de los equipos de ONU Mujeres y del PNUD, a partir de una metodología lúdica participativa. La metodología utilizó el *Design Thinking*, que busca generar ideas innovadoras a través de identificación de las necesidades y barreras de las y los jóvenes en situación de informalidad. “El Design Thinking, que tiene como objetivo proporcionar una innovación en la forma de la creación de productos y servicios, es compuesto por un ciclo de etapas que comprenden la inspiración, idealización y concretización” (Toledo, Garber, & Madeira, 2017).

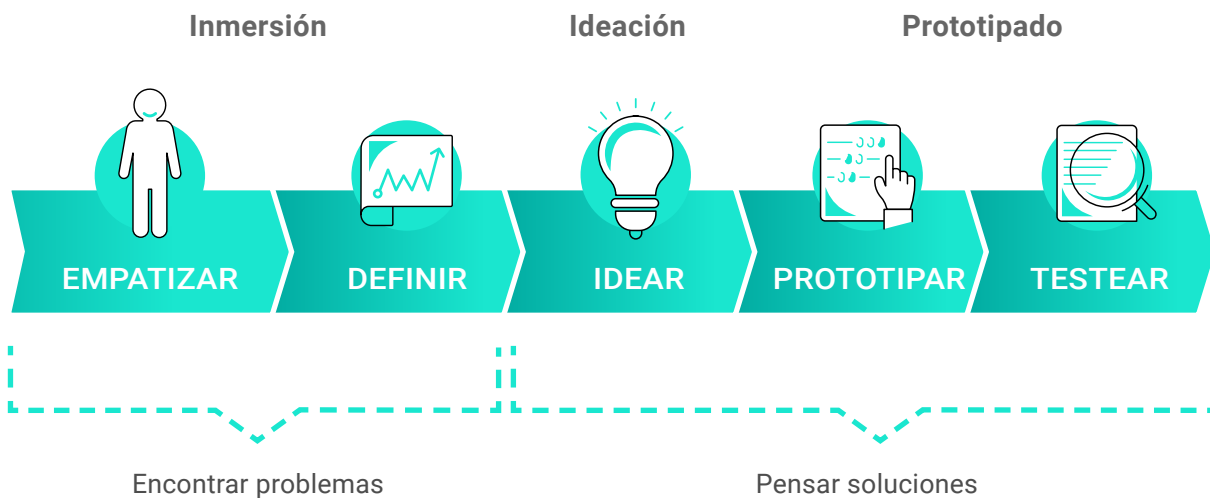
Se consideró como punto de partida las barreras identificadas y potenciales soluciones predefinidas que fueron el resultado del levantamiento de información. Esta construcción colectiva de propuestas de solución o mecanismos de inclusión concluye en cada taller con la validación colectiva de una propuesta que los participantes consideren

más viable o pertinente. Sin embargo, se recogen todas las propuestas desarrolladas en cada uno de los talleres realizados.

Se desarrollaron 11 talleres de definición de mecanismos en las cuatro ciudades: Machala (2 talleres), Guayaquil (3 talleres), Quito (3 talleres) y Loja (3 talleres). El objetivo de los talleres fue diseñar mecanismos de inclusión financiera y no financiera, dirigidos a jóvenes en situación de informalidad, que se adapten a sus necesidades, tomando en cuenta la identificación de las barreras que se les presentan al momento de acceder a servicios y productos financieros.

La metodología de *Design Thinking* tuvo un enfoque cualitativo y alcance descriptivo, que busca generar ideas innovadoras a través de identificación de las necesidades y barreras para la inclusión financiera de las y los jóvenes en situación de informalidad. En el proceso involucraba cinco etapas: empatizar, definir, idear, prototipar, testear.

Gráfico 2: etapas del proceso de definición y diseño de los mecanismos de inclusión financiera



Primera etapa: empatizar. En esta etapa se identificó los distintos actores (sector público y privado, entidades financieras y no financieras, relevantes para la construcción de política pública) que trabajan en temas de inclusión financiera, con énfasis en jóvenes, en las ciudades de Quito, Guayaquil, Machala, Loja. Los actores que van a participar en el proceso de diseño fueron seleccionados en el Mapeo de Actores, y, además, participaron las y los jóvenes en informalidad objeto de estudio.

Segunda etapa: definir. En esta etapa se elaboró el diagnóstico, en el cual se identificó la situación actual, barreras y necesidades de los y las jóvenes en situación de informalidad para acceder a productos y servicios financieros. La metodología de investigación utilizada fue mixta con el uso de técnicas cualitativas y cuantitativas, que se detallaron en el apartado **Diagnóstico** (página 11). A partir de los resultados obtenidos en el diagnóstico, se identificaron los problemas y principales barreras de acceso a los productos y servicios del sistema financiero (los resultados desde el punto de vista de la demanda y oferta de este proceso se pueden revisar en el apartado **Conclusiones o Resultados** (página 39). El proceso metodológico continúa con la identificación de soluciones que permitan cubrir las necesidades de los jóvenes a través del proceso de ideación y diseño de mecanismos de inclusión financiera.

Tercera etapa: idear y diseñar. El diseño de los mecanismos parte de un enfoque centrado en el ser humano para impacto social. *Human centered design* o el diseño centrado en el ser humano es un marco creativo para la resolución de problemas. La principal y más importante característica de este proceso es que inicia con las personas para las que se diseña y definen soluciones que se ajustan a sus necesidades. El diseñador es una persona empática con las circunstancias de las personas para las que trabaja. El proceso de diseño toma en cuenta las siguientes etapas:

- Generar un sinnúmero de ideas
- Elaborar prototipos
- Compartir con las personas para quienes se diseña
- Poner a disposición de la sociedad / mercado las soluciones diseñadas

Human centered design puede ser usado en diferentes industrias y para diferentes propósitos. En el ámbito de desarrollo social, se pueden diseñar productos, servicios, espacios y sistemas de manera que puedan servir a los propósitos sociales establecidos. En innovación social los productos correctamente diseñados son aquellos que responden a retos en contextos de recursos escasos, por lo tanto, estos productos son el reflejo de nuevos enfoques y soluciones. Las personas que diseñan para impacto social y se enfocan

en el ser humano en el marco de *design thinking* requieren de un determinado *mindset* y conjunto de valores que se transmiten y motivan a los y las participantes en las diferentes etapas.

Cabe señalar que, para los procesos de ideación, los talleres de diseño permiten obtener diferentes puntos de vista, por lo que los grupos deben estar conformados por perfiles heterogéneos en su conocimiento a las necesidades financieras, las reglas básicas y acuerdos. De esta manera, se debe asegurar de la interacción mutua y participación de todos los y las jóvenes establezcan soluciones innovadoras a los problemas (ver Anexo 3 la lista de participantes de los actores).

Cuarta etapa: prototipar. El prototipado es la construcción y desarrollo de prototipos y/o modelos que facilitan la comprensión de los problemas al materializar las ideas en dispositivos concretos. Es decir, convierte los problemas y sus eventuales soluciones en tangibles y ayudan a visualizar posibles soluciones. Además, favorece la detección de errores potenciales. Este proceso iterativo, permite introducir aspectos que ayudan a refinar y mejorar la propuesta final. Por lo tanto, en el transcurso de la

producción de prototipos también se ponen en juego mecanismos que tienen que ver con la comprensión de conceptos, procedimientos y valores, generando relevantes procesos de interpretación. En este sentido, los prototipos pueden entenderse como ejercicios de interpretación y revisión crítica (Rodríguez-Ortega, 2018).

Quinta etapa: testear. En la fase final de testeo el objetivo es determinar si la idea que hemos pensado y desarrollado finalmente obtiene el *feedback* deseado del público objetivo. También en esta etapa se puede determinar qué cosas del prototipo funcionan y cuáles habría que cambiar. Se trata de testear la propuesta y modificarla para que el producto final esté lo más adaptado posible al target elegido. Los tests tienen que prepararse con tiempo y cuidado pues estos serán los que nos digan si la idea está funcionando o no. Lo que se busca es entender a los usuarios, tanto sus emociones respecto a la idea como sus reacciones más racionales (EUROFORUM, 2018). En esta etapa se desarrollaron talleres de validación con entidades de la sociedad civil, jóvenes e instituciones financieras.

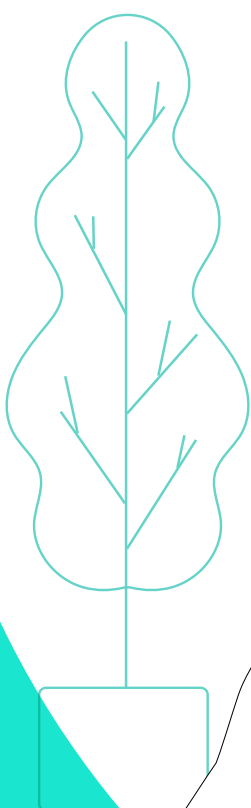
VALIDACIÓN DE LAS PROPUESTAS CON ACTORES CLAVE

Una vez desarrolladas las propuestas de productos, se realizaron reuniones de trabajo con varias entidades financieras entre públicas, privadas y del sector popular y solidario, así como organizaciones de la sociedad civil y jóvenes, para la presentación de dichos productos. Entre las instituciones financieras, siete entidades expresaron su

interés de implementar los productos o ajustar los mismos. En general los productos definidos fueron considerados de utilidad y pueden servir de base para el diseño de mecanismos o se podrían complementar a los productos existentes en las entidades financieras.

4

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN Y CONCLUSIONES



En este apartado, se presentan los principales resultados y conclusiones de la investigación tomando en cuenta la información levantada, en la encuesta, los grupos focales y las mesas de diálogo, de cada ciudad.

BARRERAS DE ACCESO DE DEMANDA Y OFERTA DE SERVICIOS Y PRODUCTOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA

Los hallazgos de esta investigación resultan del diagnóstico y el levantamiento de problemas o barreras para el acceso a productos y servicios financieros que más frecuentemente se presentaron entre las personas jóvenes de las cuatro ciudades, se pueden agrupar en dos categorías: las barreras desde la oferta y las barreras de acceso a la inclusión financiera desde la demanda de servicios y productos.

Barreras de acceso desde la demanda

Limitados ingresos. Más del 77% indica trabajar de forma autónoma y el 66% percibe ingresos laborales menores de \$85 dólares mensuales, es decir, las y los jóvenes no cuentan con una fuente fija de ingresos laborales y sus ingresos son menores al salario básico unificado. Esto provoca que la disponibilidad de ingresos sea limitada y que estos sean destinados a cubrir necesidades inmediatas, en desmedro del ahorro o inversión. La falta de recursos imposibilita la apertura de cuentas de ahorros, y el cumplimiento de obligaciones crediticias.

Conocimiento básico sobre el sistema financiero y algunos productos. Las y los jóvenes indican conocer instituciones financieras como cooperativas de ahorro y crédito y bancos. También están familiarizados con productos financieros como cuentas de ahorro, tarjetas de crédito y débito, productos crediticios. La desconfianza de las entidades financieras y el desconocimiento de la forma de funcionamiento de éstas se debe principalmente a la falta de conocimiento. Esto está vinculado a que las y los jóvenes no reconocen a la educación financiera como un servicio que brinden las instituciones financieras.

Cultura y costumbres. En varios ámbitos en los que se desenvuelven las y los jóvenes, no se considera necesario que accedan de manera directa o formal a productos y servicios financieros. Es decir, pueden acceder a través de terceros o de prestamistas informales. En general, la persistencia de estas

barreras ocasiona que este grupo poblacional no acceda productos y servicios financieros. Esto afecta a la gestión eficiente de sus finanzas y también afecta a la toma de decisiones financieras.

Barreras de acceso desde la oferta

Requisitos del sistema financiero y sus costos. De acuerdo con los datos del Banco Central sobre inclusión financiera, el 25% de los clientes con crédito, se encuentran en el rango de 15 a 20 años. Las principales razones de no uso de los productos y servicios financieros, según la población encuestada, son el no cumplimiento de requisitos y los costos asociados a los productos financieros. En este sentido, las y los jóvenes no poseen garantías (reales o personales), no cuentan con un historial crediticio, no siempre cuentan con recursos para el encaje solicitado por algunas cooperativas de ahorro y crédito, y muchas veces sus emprendimientos no cumplen con los requisitos para obtener financiamiento.

Proximidad de los servicios. El 45% de los y las jóvenes reportaron que los puntos de atención se encuentran lejos de sus hogares o trabajo. Guayaquil es la ciudad donde se reporta mayor percepción de cercanía de los puntos mientras que Machala es la ciudad donde los y las jóvenes perciben que los puntos están más alejados.

Inadecuada atención y trato. Una de las barreras que enfrentan las y los jóvenes tiene que ver con la calidad de información y atención que reciben de parte del personal de las instituciones financieras. Sienten que no reciben adecuada atención o asesoría en dichas instituciones financieras. En algunos casos el personal no se encuentra capacitado y sensibilizado para atender adecuadamente a grupos vulnerables o de atención prioritaria. Persisten algunos patrones socio culturales o prácticas discriminatorias basadas en una visión adulto-céntrica y machista, que afecta el trato al cliente y el acceso a servicios de las y los jóvenes.

BUENAS PRÁCTICAS QUE APORTAN A LA INCLUSIÓN FINANCIERA

A partir de la revisión documental de las experiencias internacionales y nacionales, se rescatan las buenas prácticas de productos y servicios financieros, así como varias temáticas relevantes para el programa de inclusión financiera de jóvenes en condición de informalidad.

Los productos financieros de ahorro y crédito se adaptan a las necesidades de la base de la pirámide de microcrédito, es decir, a los segmentos más empobrecidos o que enfrentan mayores barreras para el acceso. Este es el caso de la experiencia haitiana "TI MANMAN CHERI". En el caso de la población joven en informalidad, esta adaptación de los productos financieros incluye la propuesta de propiciar la construcción del historial crediticio. Es decir, los créditos inician con montos bajos a fin de ir generando un historial crediticio que más adelante les permita acceder a montos más elevados.

Los microcréditos se pueden entregar a través de la banca comunal y/o grupo solidario; estos son mecanismos usados generalmente en la ruralidad pero que pueden ser adaptados para los jóvenes y el área urbana. Dos elementos importantes para el éxito de estos mecanismos son la educación financiera y la confianza. Esta última es particularmente relevante pues las y los participantes se garantizan unos a otros. Otros beneficios de los microcréditos grupales son el obtener mejores tarifas, un análisis crediticio flexible que no esté atado necesariamente a garantías materiales, y se implementan por corresponsales bancarios.

La difusión de productos de tecnología financiera ayuda a agilizar pagos, optimizar el tiempo de las transacciones y evitar traslados, disminuir el riesgo de fraude y acceder al sistema financiero sin tener indispensablemente una cuenta bancaria. Este es el caso de la implementación de la billetera móvil en Haití o el programa de microcrédito grupal Veriza en Brasil. En el año 2020, se estimó que en Ecuador el 89% de la población, es decir, aproximadamente 15.6 millones de personas se encontraron conectados

a través de un móvil⁷, lo cual facilitaría el acceso a productos de este tipo. Para las y los jóvenes que se encuentran más familiarizados con la tecnología, el uso de estos canales puede ser una opción para superar las barreras hacia la inclusión financiera. Sin embargo, no se puede descartar promover el acceso a la apertura de cuentas en entidades bancarias debido a que permite ahorrar y acercar otros productos financieros a la población. Además, incrementa la probabilidad de no utilizar medios informales para acceder a préstamos.

Los programas financieros destinados exclusivamente a la juventud como ahorro joven para vivienda (Uruguay Natural), ahorro para bachilleres, crédito para apoyo a proyectos de emprendimiento (CACMU), créditos grupales a través de plataformas virtuales (Veriza) representan una opción para la inclusión financiera de esta población. Si bien no se han enfocado particularmente en la población en condiciones de informalidad, podrían adaptarse a esas necesidades.

Las buenas prácticas en servicios financieros (transferencia y seguros) identificadas parten de la apertura de cuentas bancarias e instrumentos de dinero electrónico gratuitos para poblaciones en vulnerabilidad o empresas pequeñas. En Uruguay, se entrega un conjunto de servicios sin ningún costo como, por ejemplo: tarjetas de débito, consultas de saldos, extracción de efectivo, transferencias electrónicas (Uruguay Natural). En el caso de la población en condiciones de informalidad se podrían realizar alianzas con las asociaciones de personas como mercados, barrios, entre otras organizaciones. Otros proyectos innovadores de instituciones financieras son la oferta de servicios no financieros como programas de salud o programas de capacitación (CACMU).

Además de los productos y servicios financieros, las siguientes temáticas son relevantes y comunes entre la revisión de buenas prácticas para la inclusión financiera:

7. Esta estimación la presenta el portal BrandEc – hablemos de marcas que combina información levantada por encuestas de hogares del INEC y también información de uso de medios digitales del portal DataReportal (Arboleda Acosta, 2020)

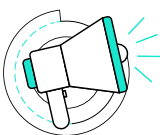
- 1. Avances tecnológicos: canales digitales, información y tecnología financiera.** Este tema se muestra crucial para la inclusión financiera del futuro. El desarrollo de aplicaciones que permitan acceder a servicios bancarios de forma articulada, ordenada y segura, como Open Banking⁸, Retail Financiero A.G en Chile, aportan a la educación financiera y en la toma de decisiones pues las personas naturales o jurídicas, cuentan con toda su información bancaria en un solo lugar, pueden agregar cuentas y gestionar mejor sus finanzas. El uso de este tipo de aplicaciones, que pueden ser ejecutadas en teléfonos inteligentes, tabletas y otros dispositivos móviles (Coopernet), se masificará en la siguiente década. Otro beneficio de la articulación de información del sistema bancario, cooperativo y empresarial en las aplicaciones digitales corresponde a la información adicional que puede entregar sobre riesgo. Por ejemplo, calificar a mujeres emprendedoras por la gestión de sus finanzas para el acceso a créditos sin avales ni garantías (MUJERES WOW). Otros avances tecnológicos corresponden a la incorporación de actores no bancarios que ofertan servicios de pago (por ejemplo, las instituciones emisoras de dinero electrónico), así como el uso de las plataformas para la oferta de productos o servicios en catálogos o ferias virtuales (CACMU).



- 2. Empoderamiento económico a mujeres.** La educación financiera es crucial para que las mujeres que se encuentran gestionando micro y pequeñas empresas puedan separar el manejo financiero de la empresa con el gasto doméstico. Por ello, los programas de capacitación financiera promovidos por el Estado y entidades de cooperación internacional promueven la participación de las mujeres (Financiar Malawi). Por otra parte, la promoción de la inclusión financiera y el acceso a crédito para pequeñas y medianas empresas propiedad de mujeres, busca atender y solventar necesidades estratégicas de recursos. Además, promueve la formalidad al requerir la constitución legal de las unidades económicas (MUJERES WOW). Un último aspecto entre las buenas prácticas que promueven el empoderamiento económico de las mujeres es la conformación de redes, tanto para la oferta de servicios y productos, bolsas de trabajo, a través de plataformas virtuales (CACMU), como para la erradicación de la violencia de género pues se socializan testimonios de sobrevivientes y se articulan campañas para la prevención.



- 3. Articulación institucional.** Para el avance tecnológico, para compartir y mejorar la información financiera, así como para promover la inclusión financiera es necesario el establecimiento de alianzas público-privadas y colaboración entre industria financiera tradicional, Fintech (Retail Financiero a.g), Startup, instituciones educativas como institutos tecnológicos y universidades, entre otros actores.



- 4. Educación financiera.** La educación financiera actual debe incluir el conocimiento y manejo de aplicaciones tecnológicas o medios virtuales, y la vinculación con la educación digital, especialmente en los segmentos poblacionales con empleo informal. Los productos financieros deben ser integrales, es decir, además de la cuenta bancaria, se debe brindar educación financiera y facilidad para el uso de productos financieros complementarios. En algunos programas, se inicia con la sensibilización sobre la importancia de la educación financiera.



8. Banca abierta es un sistema en línea en el que los clientes de las instituciones financieras (desde bancos hasta empresas Fintech, pasando por casas de bolsa, sociedades financieras populares y sociedades de ahorro y préstamo) autorizan compartir su información con otras entidades. Uno de los beneficios concretos del open banking es que los usuarios, como verdaderos propietarios de su información, podrán concentrar, en un solo sistema, información sobre cuentas bancarias y de ahorros, créditos hipotecarios y tarjetas de crédito, aun cuando dichos productos sean de diferentes entidades bancarias, (Deloitte, 2019).



- 5. Medios de pago.** Una buena práctica ha sido la implementación de diversos medios de pago. Uno de ellos es el pago digital a través de dispositivos electrónicos y medios digitales (TI MANMAN CHERI, Retail). Algunos programas sociales estatales utilizan medios de pago electrónico para ampliar su cobertura, optimizar el uso del tiempo y disminuir el uso de recursos para movilización y transporte. En el contexto de la pandemia de COVID-19 se ha impulsado una transformación digital sin precedentes que incluso ha apoyado a los gobiernos a disminuir el contagio (URUGUAY NATURAL). Es decir, la pandemia aceleró el uso masivo de dichas formas de pago, sin embargo, el reto que enfrentan es garantizar la seguridad transaccional.



- 6. Mecanismos alternativos para la calificación crediticia.** De la mano de los avances tecnológicos, se han desarrollado plataformas virtuales y aplicaciones móviles, en la que mujeres empresarias se califican entre sí, reciben una puntuación dependiendo de distintos atributos y a través de un algoritmo se crea su perfil crediticio para lograr acceder a créditos. De esta manera se presenta un concepto innovador que es la reputación digital como un criterio que podría ser tomado en cuenta por las instituciones financieras (MUJERES WOW).

PRODUCTOS FINANCIEROS PROPUESTOS PARA LA INCLUSIÓN DE JÓVENES EN INFORMALIDAD

La propuesta validada de productos financieros para la inclusión financiera de las personas jóvenes en condición de informalidad requiere la conjugación de algunas otras políticas en el ámbito financiero como que se exponen a continuación:

- Educación financiera para las personas jóvenes en situación de informalidad.
- Capacitación y acompañamiento complementario de programas, proyectos e instituciones para las actividades de emprendimiento.
- Claridad en la comunicación sobre el funcionamiento de los productos financieros y las responsabilidades de cada actor.
- Customización o modificación y adaptación de los productos financieros genéricos a las políticas de inclusión financiera de las y los jóvenes en situación de informalidad.
- Espacios de articulación entre CONAFIPS, CFN y otras instituciones financieras que desean ser parte del pilotaje de la propuesta de mecanismos de inclusión financiera de jóvenes.
- Espacios de articulación entre las Organizaciones de la Sociedad Civil y las entidades financieras para definir las acciones y responsabilidades en el ámbito de su competencia, con el objetivo de atender y acompañar a los jóvenes.

- Es necesario establecer un convenio con la CONAFIPS para que las Organizaciones de la Sociedad Civil que desean vincular a jóvenes, ya sea asociados o de manera individual, puedan ser parte del sistema de contacto de manera que accedan a productos y servicios financieros de las entidades que trabajan con CONAFIPS.

A continuación, se presenta la propuesta validada de cuatro productos financieros para la inclusión financiera de jóvenes.

Producto de crédito

Producto de crédito dirigido a población joven en situación de informalidad que se adecúa a las características de la actividad productiva, podría ser con un monto de hasta \$5.000 dólares, con un plazo de hasta 72 meses, con pagos acordes a la actividad, tasas de interés conforme a la normativa vigente y además se incorporan distintas formas de garantía: grupal, quirografaria o aplicar al fondo de garantía. Los requisitos son: cédula de identidad, papeleta de votación un registro de servicio donde se indique la ubicación de la persona y el levantamiento de información de manera conjunta con un oficial de crédito para poder determinar los ingresos y gastos de la actividad que desea implementar o fortalecer.

Tabla 15: propuesta de producto de crédito

Propuesta Producto de Crédito	
Concepto	Descripción
Objetivo	Brindar acceso a crédito a jóvenes 18-29 años en situación de informalidad.
Ámbito de aplicación	Machala, Loja, Quito, Guayaquil
Destinatarios finales	Jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad, sin calificación crediticia, que desarrollan actividades productivas, de comercio o servicios que al momento de solicitar un crédito no cuentan con un colateral.
Destino del crédito	Capital de trabajo, inversión activos
Montos de las operaciones	Hasta 5000 dólares en función de su capacidad de pago
Plazo	Hasta 72 meses en función del monto y actividad
Condiciones del crédito	Forma de pago: adaptada a la realidad de la actividad: mensual, trimestral, semestral, anual
	Tasa de interés acorde a lo estipulado por la norma vigente para el segmento de microcrédito
Garantías	Se valorará que la persona sea parte de un grupo que pueda garantizar su operación. En caso de la entidad ya tenga metodología grupal implementarlo con su política En caso de que la entidad no tenga metodología grupal y no lo pueda hacer de manera directa, complementar su acción con OSC que puedan acompañar a los grupos solidarios y en función del mecanismo descrito en Grupos solidarios definir las responsabilidades de cada actor.
	En caso de que la entidad esté calificada en uno de los fondos de garantía se aplicará dicho fondo de garantía
	Garantía quirografaria pagaré.
Requisitos	Cédula de identidad Papeleta de votación Una planilla de servicio que pueda confirmar domicilio Levantamiento de información junto con el oficial de crédito donde se pueda identificar los ingresos y gastos Cumplir con un programa de Educación Financiera. Este programa puede darse antes y/o durante la operación crediticia

Durante el proceso de validación, las entidades financieras que mostraron disposición positiva en aplicar el producto mencionaron actualmente contar con productos similares que pueden ser ajustados para incorporar a jóvenes en situación de informalidad. La sugerencia por parte de las instituciones financieras fue que los jóvenes deben estar unidos a otros programas que les apoyen en temas de emprendimientos, en los cuales se realice un acompañamiento y tengan seguimiento por un lapso mientras sus actividades se van dinamizando. Las organizaciones de la sociedad civil indicaron que los productos son viables y se ajustan a las necesidades de los jóvenes.

Los jóvenes indican que las ventajas son que no se requiere historial crediticio y que se adecuan en el pago dependiendo de la actividad. Así mismo, consideran que el monto de crédito debe adecuarse a la actividad. Se requiere educación financiera sobre uso del crédito y acompañamiento para desarrollo de las actividades.

Las instituciones financieras explicaron que el costo de trabajar con grupos es elevado por lo que optarían por un producto de crédito individual que utilice

garantías individuales. CONAFIPS actualmente cuenta con líneas de crédito para cooperativas de ahorro y crédito, con tasas competitivas. Las entidades cooperativas ya calificadas con la CONAFIPS podrían acceder a esta línea de crédito o al fondo de garantía.

Productos de grupos solidarios

El objetivo es que las personas jóvenes puedan acceder a créditos y sean garantizados por un grupo de personas, que son solidariamente responsables por las obligaciones crediticias adquiridas por un miembro de su grupo; siendo el "grupo", entendido como una unidad, del sujeto pasivo del crédito. La vinculación puede darse por territorio o localidad, con base en relaciones sociales estrechas en las que persistan los sentimientos de compañerismo y buena voluntad recíproca entre personas de la misma condición e iguales recursos. Los grupos estarían integrados mínimo por 5 personas hasta un máximo de 10 personas. Los grupos pueden ser formados desde las entidades financieras o desde entidades de apoyo públicas o privadas o de la sociedad civil como Organizaciones No Gubernamentales ONG, programas, proyectos, etc.

Tabla 16: propuesta de producto de grupos solidarios

Propuesta Formación Grupos Solidarios – Relaciones Sociales	
Concepto	Descripción
Objetivo	Formar capital social a través de la creación de grupos solidarios para apoyar el acceso a crédito a jóvenes 18-29 años en situación de informalidad.
Ámbito de aplicación	Machala, Loja, Quito, Guayaquil
Destinatarios finales	Jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad, que buscan desarrollar o desarrollan actividades productivas, de comercio o servicios que al momento de solicitar un crédito no cuentan con un colateral.
Vínculos que se pueden generar o fortalecer	<ul style="list-style-type: none"> • Los vínculos pueden darse por: • Territorio o localidad. Los jóvenes para agruparse deben estar unidos o cercanos a un territorio que les permita conocerse y generar relación • Relación social estrecha: que permita sentir afecto y preocupación por el otro, a más de un conocimiento entre sí. • Generación de vinculación: encontrar sentimientos de compañerismo y buena voluntad recíproca que puede existir entre personas de la misma condición e iguales recursos

Propuesta Formación Grupos Solidarios – Relaciones Sociales	
Entidades que pueden apoyar a la creación de grupos	GADs Locales Instituciones educativas: institutos, universidades Fundaciones Entidades financieras
Obligación de la entidad de apoyo (si fuera del caso)	Apoyar la conformación y/o fortalecimiento de los grupos Dar seguimiento al grupo dentro de su ámbito de acción en base a un acuerdo concreto y expreso Brindar información concreta y oportuna a la entidad financiera sobre posibles riesgos o problemas de uno o varios miembros del grupo y de las actividades que se desarrollan. Apoyar a la entidad financiera para el acercamiento y relacionamiento con los grupos y sus integrantes.
Normas o requisitos obligatorios	<p>Grupo de personas, que son solidariamente responsables por las obligaciones crediticias adquiridas, siendo el “grupo”, entendido como un todo, el sujeto pasivo del crédito.</p> <p>Grupos integrados mínimo 5 personas hasta un máximo de 10 personas. Las personas deben estar domiciliadas en un mismo sector o tener contacto en una misma zona geográfica para facilitar seguimiento y contacto.</p> <p>Definir una persona líder de grupo. Esta designación debe cambiar cada cierto tiempo de manera que o se concentre responsabilidad o decisión en una sola persona</p> <p>Cumplir con capacitación en Educación Financiera para todos los miembros del grupo, previo a la obtención del crédito y/o durante el proceso.</p>
Actividades del grupo	<ul style="list-style-type: none"> • Reunirse con una periodicidad que no puede ser mayor al mes • Se debe presentar un informe sencillo de alertas si las hubiera que pudieran ser un riesgo para el tema crediticio • Dentro del grupo se buscará que la entidad financiera pueda brindarles educación financiera y también otras formas de capacitación que puedan aportar a sus actividades y crecimiento personal y grupal • Fomentar esquemas de ahorro.
Requisitos básicos	<ul style="list-style-type: none"> • Nombres y apellidos, domicilio y número de documento de identidad de cada integrante del grupo, precisando quién es la persona responsable; • Domicilio que se asigna al grupo • Los miembros del grupo son garantes de las personas que reciben crédito y son corresponsables del cumplimiento de la obligación. En caso de no pago de una o varias personas, todos los miembros deberán asumir las responsabilidades
Obligación de la entidad financiera	<ul style="list-style-type: none"> • Explicar de manera clara, oportuna y concreta las obligaciones, derechos, riesgos que se tiene como grupo solidario y los procesos. • Esto se deberá explicar nuevamente cada vez que incorpore una nueva persona. • Aplicar esquemas de protección al cliente

En esta propuesta, podrían presentarse varias opciones para la conformación del grupo solidario para acceso a productos o servicios crediticios. Entre las opciones se encuentra la conformación de los grupos a través de una entidad de apoyo o desde la entidad financiera. En todos los casos, es necesaria la articulación con entidades financieras para procesos de inclusión y educación financiera, la promoción y difusión de la conformación de grupos, el seguimiento y fortalecimiento de estos.

La garantía solidaria permite que una persona que no cuenta con patrimonio, bienes, contratos, ahorros pueda acceder a un producto de crédito en base a la confianza que otras personas de su grupo le otorgan. Los jóvenes miembros del grupo solidario actúan como garantía ejerciendo presión para que los pagos del crédito se efectúen de manera completa y oportuna. En caso de que una o varias personas del grupo no cumplan con sus obligaciones crediticias, todas las personas del grupo deberán responder, y no se podrán otorgar nuevos créditos mientras los miembros del grupo no estén al día con sus obligaciones. Las personas que reciben préstamos con garantía solidaria reciben también beneficios intangibles, como la confianza que pone su grupo en ellos que se traduce en autoconfianza y autoestima.

Durante la validación, las entidades financieras sugieren que los grupos solidarios deben ser acompañados desde otras instancias, como, por ejemplo, a través de fundaciones, programas y proyectos para que la atención sea integral. Debido a que el crédito por sí mismo no garantiza que un negocio o emprendimiento sea sostenible.

Asimismo, las organizaciones de la sociedad civil consideran que la conformación de grupos requiere

un compromiso tanto de los jóvenes que son parte del grupo como de las entidades de apoyo para que den soporte o acompañamiento al grupo. Es indispensable que los participantes tengan claridad en las acciones y responsabilidades de cada uno, para que la ejecución sea exitosa. La formación y desarrollo socio organizativo es indispensable en este producto ya que no sólo se buscaría que se unan para acceder a productos financieros, sino para lograr otras metas bajo el mismo sistema de organización.

Finalmente, los jóvenes indican consideran una ventaja no necesitar el récord crediticio y que el formar parte de un grupo, se podrían apoyar y desarrollar más allá del crédito. Consideran existirá apertura para conformar los grupos con otros jóvenes, sobre todo con aquellas personas cercanas. Sin embargo, los grupos solidarios deben basarse en confianza, corresponsabilidad y reglas claras para evitar su ruptura.

Producto de fondo de garantía

Existen dos fondos de garantía públicos uno manejado por la CFN y otro por la CONAFIPS. El objetivo es garantizar a jóvenes 18-29 años en situación de informalidad que no cuentan con el colateral suficiente establecido por las entidades financieras en base a sus políticas internas. Las condiciones del crédito son las indicadas en el producto crediticio. La entidad financiera se califica en los fondos de garantía; la entidad financiera analiza la actividad a ser financiada, si cumple con los parámetros de capacidad de pago con el flujo de la actividad, se requiere la garantía de parte del fondo. Por el uso del fondo de garantía, la persona debe cancelar un valor.

Tabla 17: propuesta de producto de fondo de garantía

Propuesta Fondo de Garantía	
Concepto	Descripción
Objetivo	Garantizar a jóvenes 18-29 años en situación de informalidad que no cuentan con el colateral suficiente establecido por las entidades financieras en base a sus políticas internas.
Ámbito de aplicación	Instituciones financieras con una metodología de análisis directo para concesión de crédito.

Propuesta Fondo de Garantía	
Concepto	Descripción
Destinatarios finales	Jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad, si calificación crediticia, que desarrollan actividades productivas, de comercio o servicios que al momento de solicitar un crédito no cuentan con un colateral.
Destino de la garantía	Capital de trabajo, inversión activos
Montos de las operaciones garantizables	Hasta 5.000 dólares
Plazo	Hasta 72 meses en función del monto y actividad
Condiciones de la garantía	El emisor de la garantía, por el servicio otorgado, tiene derecho a percibir una tarifa única, que se aplica al momento del otorgamiento de la garantía. La garantía se calcula sobre el monto de la operación de crédito garantizada. Esta tasa cubre los costos por el riesgo potencial generado el crédito a ser garantizado.
	La tasa de la garantía se calculará en base al plazo y estará entre 0,80% hasta 2,50%
	El cobro y recaudación de las tarifas será responsabilidad de las entidades financieras, debiendo entregar los montos recaudados al emisor a más tardar en el mes siguiente al cobro. El incumplimiento de esta obligación será causal para que quede sin efecto la garantía otorgada.
	Propuesta Fondo de Garantía
	Hasta 70% en los créditos conforme a normativa del fondo
	Las entidades podrán solicitar a la emisora el pago de la garantía toda vez que se hayan cumplido con las siguientes condiciones previas: <ul style="list-style-type: none"> 1. Haber provisionado el 100% del valor de la cartera en riesgo. 2. Haber cumplido con todas las actividades de la gestión extrajudicial de cobranzas para la cartera vencida; de acuerdo a las políticas internas previamente establecida por la entidad financiera <ul style="list-style-type: none"> a. Original del título ejecutivo o documento en el que se instrumente la obligación garantizada, en el cual el deudor debe ser el suscriptor. b. Expediente del crédito que incluya toda la documentación soporte del análisis, aprobación, desembolso y seguimiento del crédito. c. Documentación que acredite el proceso de cobranza extrajudicial de acuerdo a lo establecido en los correspondientes manuales y/o políticas de crédito de la entidad financiera. Respaldo las actividades de la gestión realizada, sean estas: llamadas telefónicas, notificaciones escritas, visitas, etc. d. Copia de la documentación donde se pueda verificar la provisión realizada por la operación sujeta de reclamo, de acuerdo con lo establecido por los organismos de regulación y control correspondientes.

La metodología de grupos solidarios o el uso de un fondo de garantía son complementos del producto crediticio, para los jóvenes que requieren un crédito y no cuentan con garantías. Es importante crear espacios entre CONAFIPS y las entidades del sistema financiero popular y solidario, y, además, entre CFN y las entidades del sistema financiero, con el objetivo de comunicar el funcionamiento del fondo de garantía para la atención a jóvenes en situación de informalidad.

Durante el proceso de validación, CONAFIPS menciona contar con productos similares en los que no se requiere ni RUC ni RISE como requisito para acceder al fondo. Los fondos están disponibles para las entidades calificadas. Es importante indicar que el fondo de garantía, solo se usa con operaciones de crédito colocadas con recursos propios de las cooperativas de ahorro y crédito y no las colocadas con recursos de crédito CONAFIPS. CFN, tiene líneas similares que pueden ajustarse, sin embargo, en el caso de cooperativas solo se trabajaría con aquellas del segmento 1 y con instituciones financieras bancarias que tengan calificación de acuerdo con el proceso interno.

Las organizaciones de la sociedad civil consideran que este producto puede eliminar la barrera de acceso que, en algunos casos, representa la garantía. Este proceso requiere una capacitación a las entidades financieras y a los usuarios del fondo,

para conocer las limitaciones, los costos de emisión de la garantía y el proceso. Los jóvenes indican que el producto es viable y les permite acceder a crédito sin ser parte de un grupo solidario, sin depender de un tercero o sin tener una garantía real. Sin embargo, consideran que los costos asociados al fondo de garantía no deberían ser demasiado altos.

Producto de cash back o recompensa

Tiene como objetivo apoyar la cultura de ahorro y pago puntual de crédito en jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad. Se puede implementar en dos formas como incentivo al ahorro o incentivo al cumplimiento oportuno del crédito. La forma de ahorro sería mensual en base a un valor mínimo que se acuerde con la persona. Este valor puede ser mayor en función del flujo de los jóvenes. Es un requisito indispensable el pago puntual y completo de cada cuota. Si una cuota no se cumple ya no se podría otorgar la recompensa. Las entidades en función de sus condiciones fijarán un esquema de recompensas a los jóvenes que cumplen las cuotas y ahorran. Las recompensas pueden ser: megas, productos, disminución de un valor del interés que se acredita al joven al final del crédito o del programa de ahorro dentro de su cuenta por cumplimiento. Los valores o tipos de recompensa deben ser definidos por cada institución en base a sus flujos y políticas.

Tabla 18: propuesta de producto de cash back o recompensa

Propuesta Producto CASH BACK o Recompensa	
Concepto	Descripción
Objetivo	Apoyar la cultura de ahorro y pago puntual de crédito en jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad.
Ámbito de aplicación	Machala, Loja, Quito, Guayaquil
Destinatarios finales	Jóvenes de 18-29 años en situación de informalidad, que son socios-clientes de una institución financiera
Tipo de producto	CASH BACK O RECOMPENSA
Plazo	En el caso de estar atado a crédito durante la vigencia de este Si solo es ahorro se fija un tiempo mínimo de ahorro conforme a una meta fijada por el joven (estudios, capital, otros) mínimo deberían ser 6 meses.

Propuesta Producto CASH BACK o Recompensa	
Condiciones	<p>Forma de ahorro: mensual en base a un valor mínimo que se acuerde con la persona. Este valor puede ser mayor en función del flujo de los jóvenes.</p> <p>Pago puntual: se considera el pago puntual y completo de cada cuota. Si una cuota no se cumple ya no se podría otorgar.</p>
Tipos de cash back o recompensa	<p>Las entidades en función de sus condiciones fijarán un esquema de recompensas a los jóvenes que cumplen las cuotas y ahorran.</p> <p>Ahorros:</p> <p>La recompensa puede ser: megas, productos, servicios de capacitación de manera directa o con aliados de manera periódica atado al programa de ahorro.</p> <p>Cash back en función de las políticas y presupuesto de cada entidad.</p> <p>Recompensa por ahorro individual y una recompensa adicional si como grupo solidario cumplen la meta todos.</p> <p>Pago puntual crédito:</p> <p>Disminución en tasa de interés que se convierte en un valor a devolver al finalizar el pago del crédito y se acreditará en la cuenta de ahorros. Esta recompensa deberá analizarse y fijarse de ser el caso en base a las políticas y presupuesto de la entidad financiera.</p> <p>Las recompensas pueden ser: megas, productos que se acredita o entrega al joven al final del crédito por cumplimiento puntual y total.</p> <p>Los valores o tipos de recompensa deben ser definidos por cada institución en base a sus flujos y políticas.</p>
Requisitos	<ul style="list-style-type: none"> Tener una cuenta de ahorros activa Estar ahorrando dentro de un plan que se defina con la institución Cumplir con las cuotas de ahorro Cumplir con las cuotas de pago Cumplir con un programa de educación financiera

Este producto constituye un motivante o recompensa para poder motivar el ahorro y el pago puntual de las obligaciones por parte de los jóvenes.

Durante el proceso de validación, las entidades que están interesadas definirán la forma de cash back o recompensa en términos de los ahorros o pagos puntuales. Estos podrían ser en valores monetarios atados a metas y cumplimientos o con otro tipo de productos o servicios como premios, cursos, asesorías. En el caso de grupos solidarios se pueda

motivar a través de un incentivo por cumplimiento individual de la meta y un incentivo adicional si todo el grupo cumple con la meta. Por su parte, en el proceso de validación con las organizaciones de la sociedad civil, se considera al cash back un motivante para el ahorro y cumplimiento de obligaciones. Los jóvenes consideran este producto, un incentivo para el ahorro y para el cumplimiento del crédito. La educación financiera es fundamental para que los jóvenes puedan manejar sus finanzas y los productos financieros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alliance for Financial Inclusion. (2010). *La medición de la inclusión financiera para entes reguladores: Diseño e implementación de encuestas*. Obtenido de Documento sobre políticas.: [https://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/afi%20policy%20paper-SP%20\(2\).pdf](https://www.afi-global.org/sites/default/files/pdfimages/afi%20policy%20paper-SP%20(2).pdf)

Arboleda Acosta, M. (25 de febrero de 2020). *Estadísticas digitales Ecuador 2020 por Datareportal*. Obtenido de BranEc. Hablemos de marcas: <https://www.hablemosdemarcas.com/estadisticas-digitales-ecuador-2020/>

Asociación de Jóvenes Empresarios. Cámara Oficial de Comercio e Industria de Zaragoza. Confederación Española de Asociaciones de Jóvenes Empresarios. Ayuntamiento de Zaragoza, Área de Fomento y Deportes. (2009). *Productos financieros y alternativas de financiación*. Obtenido de Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza: https://www.camarazaragoza.com/docs/Guia_productos_financieros_y_alternativa_16602.pdf

Banco Central del Ecuador (BCE). (2021). *Estrategia Nacional de Inclusión Financiera 2020-2024*. Obtenido de Red de Instituciones Financieras de Desarrollo (RFD): <http://rfd.org.ec/docs/comunicacion/DocumentoENIF/ENIF-BCE-2021.pdf>

Banco Mundial (2020). Diagnóstico de Inclusión Financiera – Ecuador. Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento. <https://documentos.bancomundial.org/es/publication/documents-reports/documentdetail/463891608200305640/ecuador-diagnostico-de-inclusion-financiera>

Banco de Desarrollo de América Latina – CAF- (2021). Brechas de género en las encuestas de capacidades financieras de CAF: Brasil, Colombia, Ecuador y Perú. https://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1700/Brechas_de_genero_en_las_encuestas_de_capacidades_financieras_de_CAF_Brasil_Colombia_Ecuador_y_Peru.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Banco de Desarrollo de América Latina – CAF- (2020). ¿Cómo se puede medir el bienestar financiero en América Latina? <https://www.caf.com/es/conocimiento/visiones/2020/08/como-se-puede-medir-el-bienestar-financiero-en-america-latina/>

Banco Central del Ecuador (BCE), Estadísticas de inclusión financiera, Información Anual, Boletín No. 4 año 2018, <https://contenido.bce.fin.ec/home1/economia/tasas/indiceINCFIN.htm>

Calvo, L. (10 de 2019). Diagnóstico País: Haití. *Short Cuts*, 8, pág. 8.

Campos, F., Goldstein, M., & Mckenzie, D. J. (4 de octubre de 2018). How Should the Government Bring Small Firms into the Formal System? Experimental Evidence from Malawi. *Experimental Evidence from Malawi, 8601*. Obtenido de <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/30510/WPS8601.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Campos, F., Goldstein, M., & McKenzie, D. J. (enero de 2019). *Making it easier for women in Malawi to formalize their firms and access financial services*. Obtenido de Gender Innovation Lab: <http://saruna.mnu.edu.mv/jspui/bitstream/123456789/10582/1/Making%20it%20Easier%20for%20Women%20in%20Malawi%20to%20Formalize%20Their%20Firms%20and%20Access%20Financial%20Services.pdf>

Cando Salas, E. (2020). *Coopernet*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=uZaiQdAqM9w>

Cárdenas, S., Cuadros, P., Estrada, C., & Mejía, D. (23 de julio de 2020). *Determinantes del bienestar financiero: evidencia para América Latina*. Obtenido de Banco de Desarrollo de América Latina (CAF): <https://scioteca.caf.com/handle/123456789/1617>

Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas CACMU. (2020). Obtenido de <https://www.cacmu.fin.ec/web/>

Deloitte. (1 de octubre de 2019). *¿Qué es el 'open banking' y en qué te beneficia?* Obtenido de Noticias Deloitte: <https://www2.deloitte.com/mx/es/pages/dnoticias/articulos/open-banking-y-sus-beneficios.html>

Digital Bank and Insurance. (febrero de 2020). *Coopernet es la Startup ganadora de la cuarta edición del Digital Quito*. Obtenido de <https://www.digitalbankla.com/noticias/coopernet-es-la-startup-ganadora-de-la-cuarta-edicion-del-digital-quito/>

Digital Bank Latam. (febrero de 2020). *Digital Bank Quito2020 Startup COOPERNET*. Obtenido de <https://www.youtube.com/watch?v=VWKN25HgBuQ>

EAE Business School. (17 de mayo de 2021). *Productos financieros: definición, tipos y tecnología de gestión*. Obtenido de El blog de los Retos para ser Directivos: <https://retos-directivos.eae.es/productos-financieros-definicion-tipos-y-tecnologia-de-gestion/>

EUROFORUM. (25 de abril de 2018). *Design Thinking IV: Testear*. Obtenido de Design Thinking: <https://www.euroforum.es/blog/design-thinking-iv-testear/>

Fundación País Digital. (octubre de 2020). *Inclusión financiera en Chile, Fintech y Open Banking. La oportunidad de avanzar a un país más inclusivo*. Obtenido de <https://paisdigital.s3.amazonaws.com/wp-content/uploads/2020/10/23101804/PPT-Open-Banking-e-Financiera-en-Chile-20-10-2020.pdf>

Ministerio de Economía y Finanzas de Uruguay. (marzo de 2020). *Objetivos e Instrumentos del Programa de Inclusión Financiera*. Obtenido de Inclusión Financiera: <http://inclusionfinanciera.mef.gub.uy/19091/15/areas/objetivos-e-instrumentos-del-programa-de-inclusion-financiera.html>

Mujeres Wow MW. (29 de octubre de 2020). *¡Vamos a mil!* Obtenido de Post Mujeres Wow: <https://www.wowmujeres.com/post/vamos-a-mil>

Mujeres Wow MW. (2020). *Convierte tu negocio, en un negocio WOW*. Obtenido de Mujeres Wow: <https://www.wowmujeres.com/>

Portal Fin Dev. (octubre de 2020). *Transformación digital para la inclusión financiera durante la pandemia de COVID-19*. Obtenido de <https://www.findevgateway.org/es/seminario-portal-findev/transformacion-digital-para-la-inclusion-financiera-durante-la-pandemia-de>

Red de Instituciones Financieras de Desarrollo. (Diciembre de 2019). *Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas CACMU Verde: servicios financieros sostenibles e inclusivos que promueven la inclusión financiera*. *Micro Finanzas*, 28, 4-6.

Revista Líderes. (26 de noviembre de 2019). *Los créditos se califican usando 'blockchain'*. Obtenido de Calificación de créditos a emprendedores con aplicación tecnológica: <https://www.revistalideres.ec/lideres/creditos-calificacion-emprendedores-aplicacion-tecnologia.html>

Rodríguez-Ortega, N. (2018). *Design thinking y metodologías de prototipado para repensar procesos de crítica y acción en el ámbito artístico-cultural. Nuevas tecnologías e interdisciplinariedad en la comunicación del patrimonio cultural*, 46-75.

Secretaría Técnica Planifica Ecuador (2019) <https://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2019/08/Documento-Enfoques-de-Igualdad-final.pdf>

Segura-Vargas, M., Barragán Codina, J., & Alarcón Martínez, G. (abril de 2018). *La Ruta de Servicio del Cliente, una herramienta alternativa para iniciar la Mejora en el Servicio e Innovación*. *Daena: International Journal of Good Conscience*, 13(1), 14-27.

Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras Chile. (2019). *Informe de inclusión financiera en Chile*.

Toledo, L. A., Garber, M. F., & Madeira, A. B. (2017). *Consideraciones acerca del Design Thinking y Procesos*. *Revista Gestão & Tecnologia*, 17(3), 312-332.

Uruguay Marca País. (noviembre de 2020). *Uruguay en el podio de los mejores países en inclusión financiera según The Economist*. Obtenido de <https://marcapaisuruguay.gub.uy/uruguay-en-el-podio-de-los-mejores-paises-en-inclusion-financiera-segun-the-economist/>

Veriza. (2020). *Crédito en grupo por el celular*. Obtenido de <https://www.veriza.com.br/>

ANEXOS

Anexo 1: Instrumento de levantamiento de información – mesa de diálogo

En la fase de diagnóstico, las mesas de diálogo se diferencian de los grupos focales, porque no solo se utiliza un formato de pregunta respuesta, también se ponen en práctica técnicas para generar el diálogo y análisis colectivo, en este caso especializado, de las temáticas planteadas, así este espacio también corresponde a una fuente de información.

Las mesas de diálogo son espacios en los que se va a invitar a personas delegadas de distintas entidades, tienen el objetivo de generar el diálogo entre los actores clave y buscan identificar, cuáles son las opiniones con respecto a las necesidades, barreras,

aspiración de las y los jóvenes en relación con los servicios de inclusión financiera, a la vez, también analizar razones por las que se limita el acceso.

Se ejecuta una mesa de diálogo por cada ciudad, tienen una duración de dos horas y media, se realizan a través de medios virtuales, participan 12 personas.

Objetivo: Recoger información especializada de actores clave para la elaboración de un diagnóstico de la situación de inclusión financiera de las y los jóvenes en las ciudades de intervención.

Tiempo (minutos)	Actividad	Descripción de actividad	Resultado	Materiales
10	Registro de participantes	El link de registro se colocará en el chat de la plataforma zoom.	Registro de participantes (medio de verificación)	Registro.
5	Bienvenida	Presentación de facilitadoras, socialización del objetivo y metodología de la mesa de diálogo. Énfasis en la confidencialidad.	Contextualización	Presentación
10	Presentación de participantes	Solicitar la presentación de participantes, momento de presentarse cada participante indica su nombre completo, la entidad que representa y una palabra o frase corta sobre inclusión financiera. A partir de las palabras mencionadas por las y los socializar el concepto de inclusión financiera.	Interacción en el grupo de participantes	
25	Priorización de problemas	Desde la facilitación comparte el link que permite ingresar a la aplicación de Miro.com, las y los participantes se registran para ingresar, en la aplicación se encuentran identificados cinco problemas; <ol style="list-style-type: none"> 1. Restricciones para el acceso (falta de garantías físicas para acceder a créditos y falta de justificativos de ingresos laborales fijos. 2. Estereotipos sobre los/as jóvenes sobre el no cumplimiento de sus responsabilidades. 3. Escasa educación financiera dirigida a población joven. 4. Falta de una oferta de los servicios financieros adecuados a las necesidades de los jóvenes. 5. Dificultad para cumplir con requisitos mínimos para acceder a productos y servicios. 	Contar con 3 situaciones-problemas prioritarios como resultado de votación	Información de 5 problemas que limitan la inclusión financiera. https://miro.com/app/board/o9J_IdYQrws=/ Matriz de priorización Herramientas de votación Experiencias que representen el problema

Tiempo (minutos)	Actividad	Descripción de actividad	Resultado	Materiales
		<p>Cada participante tiene tres círculos, colocará sus círculos, considerando: volumen de personas a las que afecta, urgencia)</p> <p>Por votación colectiva se priorizan tres problemas.</p> <p>Los tres problemas seleccionados se expresan a manera de situaciones que viven las y los jóvenes.</p>		
40	Elaboración del Mapa de experiencia de cliente	<p>Indicar a las y los participante que de manera colectiva se va a construir un Mapa de experiencia de cliente o customer journey map, sobre la experiencia que tienen los y las jóvenes para acceder a servicios financieros.</p> <p>Se divide al grupo en tres sub grupos, se les asigna un problema y se les pide llenar la plantilla.</p> <p>Cada grupo trabaja de manera simultánea por 20 minutos. Se presentar los resultados finales de cada grupo.</p>	Reconocer la experiencia del joven en las 3 situaciones	Presentaciones Template mapa de experiencia
15	Formulario individual	<p>Se solicita a cada participante que llene el formulario, se coloca el link en el chat de la plataforma ZOOM, se contestan las siguientes preguntas:</p> <p>¿Considera que existen problemas de inclusión financiera de los jóvenes?</p> <p>¿Qué otros problemas dificultan la inclusión financiera de los jóvenes?</p>	Reconocimiento del acceso a servicios financieros.	Formulario
15	Plenaria para analizar las barreras y necesidades de las y los en relación a servicios financieros.	<p>En plenaria se plantea dar respuesta a las siguientes preguntas, se solicita voluntarios de cada sector invitado, enfatizar que se trata de la población en informalidad:</p> <p>¿Cuáles son las barreras que impiden el acceso a servicios y productos financiero de jóvenes en situación de informalidad?</p> <p>¿Qué debe cambiar en la localidad para promover que las entidades que prestan servicios financieros puedan beneficiar a las y los jóvenes en situación de informalidad?</p> <p>¿Qué podría hacer mejor desde su área de trabajo, rol y competencia para promover la inclusión de los servicios y productos financieros para jóvenes en informalidad?</p>	<p>Identificación de barreras para acceder a servicios financieros</p> <p>Identificación de aspectos que promueven la inclusión de los servicios financieros.</p>	Presentación preguntas
10	Cierre	<p>Socialización de las siguientes actividades a ejecutarse.</p> <p>Agradecimiento por la participación.</p>		

Anexo 2: Instrumento de levantamiento de información – encuesta

Encuesta de inclusión financiera - Jóvenes en informalidad 2020

Encuesta Nro (1 de 384)

Cod. Encuesta: (nro. Encuesta+ciudad)

Bienvenida/o al Sistema de Encuestas de Inclusión Financiera- Jóvenes en informalidad 2020. Solicitamos su colaboración respondiendo todas las preguntas de esta encuesta, cuyo objetivo es recolectar información que permitirá conocer la situación de población en situación de informalidad y su acceso y uso a los servicios y productos financieros. Los datos entregados son estrictamente confidenciales y serán utilizados con fines estadísticos de acuerdo al artículo 21 de la Ley de Estadística. Al finalizar, recibirá un reconocimiento por su aporte. Antes de empezar, por favor conteste las siguientes preguntas:

Identificación

Nombres y apellidos completos:

Cédula:

Sexo:

¿Cómo se identifica según su cultura y costumbres?:

Edad

Socioeconómicos y demográficos

¿Trabajó al menos una hora la semana pasada a cambio de una remuneración, ganancia o beneficios?

¿Aunque no haya trabajado la semana pasada, tiene algún trabajo o negocio al cual seguro va a volver?

¿Está afiliada/o o cubierta/o por la seguridad social? (IESS)

¿Mantiene relación de dependencia laboral?

¿Es independiente o trabaja de manera autónoma?

¿Usted o su negocio posee?

Sección 1: Datos del informante y su hogar

Demográficos

Ciudad en la que vive:

Área en la que vive:

Socioeconómicos y composición del hogar

¿Es la/el jefe/a del hogar?

Considerando los últimos seis meses, ¿cuál fue su ingreso monetario promedio mensual?, teniendo en cuenta salarios, ganancias, intereses (cuentas o préstamos), bonos (de desarrollo humano, por discapacidad, o de protección familiar), arriendos, pensiones (jubilación, orfandad, viudez, invalidez, cesantía, etc.), regalos, donaciones o enviado del extranjero.

¿Dependen económicamente de usted: (Si no tiene dependientes, dejar vacío)

1. Hijos menores de 5 años?
2. Hijos de entre 5 y 15 años?
3. Adultos mayores?
4. Personas con discapacidad?

Tecnologías de la información

¿Ha usado el Internet, desde cualquier lugar en los últimos 12 meses?

¿Utiliza teléfonos SMARTPHONE (teléfono Inteligente, se puede comunicar a través de Wi-Fi, e-mails, red de datos, etc.)?

¿Tiene un computador/laptop en su hogar o trabajo?

Sección 2: Inclusión financiera

Acceso y uso

Proximidad física

¿Usted considera que los cajeros, oficinas de entidades financieras o corresponsales (ejem. Mi vecino, banco del barrio) se encuentran...

Conocimiento

¿Conoce sobre la existencia de: (Si no conoce, dejar vacío)

Bancos (públicos y privados)

Cooperativas de ahorro y crédito

Mutualistas

Cajas de ahorros y bancos comunales

¿Conoce cuáles son los productos y/o servicios que ofrecen las entidades financieras?

¿Conoce cuáles son las características (para que sirven, beneficios) y/o costos (tasas de interés, cuotas de mantenimiento, seguros) de los siguientes productos y/o servicios? (Si no conoce, dejar vacío)

1. Cuenta de ahorro
2. Cuenta corriente
3. Depósito a plazo
4. Cuenta básica
5. Crédito (no incluye tarjeta de crédito)
6. Tarjeta de crédito
7. Tarjeta de débito
8. Seguros (vida, médicos, de bienes)
9. Banca electrónica (web o app)
10. Corresponsales (mi vecino, banco del barrio)
11. Puntos de pago en supermercados y tiendas (POS)
12. Pagos via celular
13. Cajeros

Tenencia, frecuencia e intensidad

¿Posee usted algún producto financiero? (cuentas, tarjetas, créditos)

¿Cuántos productos financieros posee?

¿Cuáles y con cuanta frecuencia los utiliza?: (Marcar al menos una casilla)

1. Cuenta de ahorro
2. Cuenta corriente
3. Depósito a plazo
4. Cuenta básica
5. Crédito (no incluye tarjeta de crédito)
6. Tarjeta de crédito
7. Tarjeta de débito

¿Utiliza o ha utilizado algún servicio financiero en los últimos 6 meses? (cajero, corresponsales, puntos de pago en supermercados, banca electrónica, app, seguros)

¿Cuáles y con cuanta frecuencia los utiliza?: (Marcar al menos una casilla)

1. Cajeros
2. Corresponsales (mi vecino, banco del barrio)
3. Puntos de pago en supermercados y tiendas (POS)
4. Banca electrónica (web o app)
5. Pagos via celular
6. Seguros (vida, médicos, de bienes)

Atributos del producto y satisfacción

¿Cómo califica los productos y/o servicios financieros antes mencionados?

¿Se encuentra satisfecho/a con: (Si no está satisfecho/a, dejar vacío)

1. Cuentas (ahorro, corrientes, básica), depósitos, créditos y tarjetas
2. Servicios digitales (banca electrónica web, aplicaciones, puntos de pago en tiendas)
3. Servicios físicos (cajeros, corresponsales (mi vecino, banco del barrio), agencias de entidades financieras y seguros)

Asequibilidad

¿Por qué no posee/utiliza algún producto y/o servicio financiero? (Marcar al menos una casilla)

1. No le interesa
2. Es difícil adquirir uno (no cumple con requisitos)
3. Sin puntos de atención cerca
4. Tiene costos muy altos
5. No los necesita (tiene otras formas de ahorro o acude a personas que pagan o cobran intereses)
6. No tiene dinero para ahorrar
7. No sabe como funcionan
8. Desconfía de las entidades financieras
9. No recibió una atención y asesoría adecuada
10. No tiene un ingreso fijo

Para servicios digitales (banca electrónica web y app, aplicaciones, puntos de pago en tiendas)

1. No tiene acceso a internet
2. No los conoce
3. Desconfía de los servicios
4. Tienen el mismo costo que los servicios tradicionales

Calidad

Atributos del producto

¿Le gustaría tener algún producto/servicio financiero?

¿Por qué no le gustaría? (Marcar al menos una casilla)

Para productos y servicios físicos (cuentas, créditos, depósitos, tarjetas, cajeros, corresponsales (mi vecino, banco del barrio), agencias de entidades financieras y seguros de vida, médicos, de bienes)

1. No le interesa
2. Es difícil adquirir uno (muchos requisitos)
3. Sin puntos de atención cerca
4. Tiene costos muy altos
5. No los necesita (tiene otras formas de ahorro o acude a personas que pagan o cobran intereses)
6. No tiene dinero para ahorrar
7. No sabe como funcionan
8. Desconfía de las entidades financieras
9. Falta de atención y asesoría adecuada
10. No tiene un ingreso fijo

Para servicios digitales (banca electrónica web y app, aplicaciones, puntos de pago en tiendas)

11. No le interesa
12. Es difícil adquirir uno (muchos requisitos)
13. No tiene acceso a internet o tarjetas (crédito, débito)
14. Tiene costos muy altos
15. No los necesita (utiliza solo dinero en efectivo)
16. No tiene dinero para ahorrar
17. No sabe como funcionan
18. No confía en los servicios
19. Falta de atención y asesoría adecuada

¿Qué productos escogería? (Marcar al menos una casilla)

1. Cuenta de ahorro
2. Cuenta corriente
3. Depósito a plazo
4. Cuenta básica
5. Crédito (no incluye tarjeta de crédito)
6. Tarjeta de crédito
7. Tarjeta de débito

¿Qué considera importante para tener un producto o utilizar un servicio financiero? (Marcar al menos una casilla)

Para productos y servicios físicos (cuentas, créditos, depósitos, tarjetas, cajeros, corresponsales (mi vecino, banco del barrio), agencias de entidades financieras y seguros de vida, médicos, de bienes)

1. Buena tasa de interés
2. Pocos requisitos
3. Acceso a más servicios
4. Entidad o puntos de atención cercanos
5. Atención y asesoría personalizada y adecuada
6. Bajos costos de mantenimiento
7. Tener un ingreso fijo o dinero para ahorrar
8. Buena imagen de las entidades financieras

Para servicios digitales (banca electrónica web y app, aplicaciones, puntos de pago en tiendas)

9. Acceso a internet
10. Capacitaciones
11. Seguridad en su utilización
12. Mayor aceptación en establecimientos

¿Ha recibido capacitaciones o educación financiera en los últimos 6 meses?

¿Le gustaría recibir capacitación o educación financiera?

¿Por qué no le gustaría? (Marcar al menos una casilla)

1. No le interesa
2. No sabe para que sirve
3. No sabe donde buscarlas
4. Cree que son costosas
5. Son solo para personas que tienen productos o servicios financieros

Muchas gracias por contestar nuestra encuesta. Te encuentras participando en el sorteo de 4 tablets. Quedate atento a nuestras redes sociales.

Anexo 3: Actores de los talleres de definición de mecanismos en las cuatro ciudades.

Tipo de actor	Actores clave seleccionados
Quito	
OSC	Aldea Infantiles SOS
Público	Patronato San José Municipio de Quito
Público	Ministerio de Trabajo
Público	MIES
Público	CONQUITO
Público	Agencia de Coordinación Distrital del Comercio – ACDC
OSC	Alas de Colibrí
Público	Secretaría Coordinación Territorial
Academia	Universidad Católica
Academia	Universidad Andina Simón Bolívar
Guayaquil	
OSC	Children International Guayaquil
Público/ Privado	Épico
OSC	Aldeas SOS
Público	Municipio de Guayaquil – Dirección de la Mujer
OSC	Hogar de Cristo
Fintech	Crece Ecuador
Machala	
OSC	Colectivo Yo Joven
Público	Municipio – Acción Social y Productividad
OSC	Desarrollo Humano
Público	Municipio de Machala
OSC	Red Mundial de Jóvenes Políticos Machala
OSC	Colectivo Creando Juntas
Academia	Universidad Técnica de Machala
Fintech	ID Payer
Loja	
Público	Municipio de Loja- Dirección de Gestión Económica
Público	Municipio de Loja- Unidad de Desarrollo Productivo
Público	Ministerio de Trabajo
OSC	Red de Jóvenes Ambientales del Sur del Ecuador
OSC	Red Emprende Ecuador
OSC	Red Interquorun Ecuador
OSC	Nuevas Ideas
Academia	Universidad Nacional de Loja. Coworking
Academia	Universidad Técnica Particular de Loja
Público	Centro de Apoyo Social y Municipal de Loja
Fintech	Luz Verde

De las instituciones financieras se trabajaron con los siguientes actores durante los talleres de diseño:

Localidad	Actores clave seleccionados - Instituciones Financieras
Quito	Cooperativa de Ahorro y Crédito Cooprogreso
Guayaquil	
Machala	
Loja	Banco Finca
Guayaquil	
Quito	
Loja	Banco de Loja
Machala	
Loja	
Machala	Cooperativa de Ahorro y Crédito Jardín Azuayo
Guayaquil	
Quito	
Loja	Banco Solidario
Machala	
Guayaquil	
Quito	
Guayaquil	Cooperativa Nueva Huancavilca
Loja	Cooperativa 29 de Octubre
Machala	
Guayaquil	
Quito	Cooperativa de Ahorro y Crédito Padre Julián Lorente
Loja	
Loja	Cooperativa de Ahorro y Crédito Crea
Guayaquil	Banco Dmiro
Machala	
Machala	Cooperativa de Ahorro y Crédito Santa Rosa
Quito	CACMU Cooperativa de Ahorro y Crédito Mujeres Unidas
Quito	Mutualista Pichincha
Loja	Banco Pacífico
Machala	
Guayaquil	
Quito	
Loja	Banecuador
Machala	
Guayaquil	
Quito	



NACIONES UNIDAS
ECUADOR
.....



JOINT SDG FUND
FONDO CONJUNTO PARA LOS ODS

 @onumujeresecuador

 @onumujeresEcu

 **ONU** 
MUJERES