



Sistematización MuJER

México

 **Fundación Capital**

 **FIDA**
Invertir en la población rural

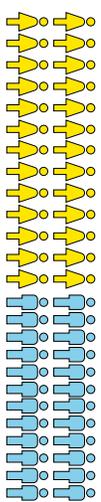


MuJeR es una iniciativa de Fundación Capital financiada por el Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola. Tiene como objetivo facilitar el acceso y uso de servicios financieros a mujeres jóvenes rurales adecuados a sus necesidades, capacidades y características, los cuales les permitan construir, mejorar y proteger sus activos, generando así un círculo virtuoso que les permita salir de la pobreza.



¿Por qué mujeres jóvenes rurales?

MÉXICO



- 119 millones de habitantes, de los cuales el **51% son Mujeres.**

- % de la población que vive en zona rural: **22.20%**

- % de pobreza **60%** de los habitantes de zonas rurales viven en condición de pobreza en zona rural: México: la tasa de pobreza extrema en zonas rurales es del 17.4%

- % de pobreza de mujeres **62.1%** vive en condición de pobreza.

- Se estima que en 2012, 8.5 millones de mujeres rurales vivían en condiciones de pobreza multidimensional.

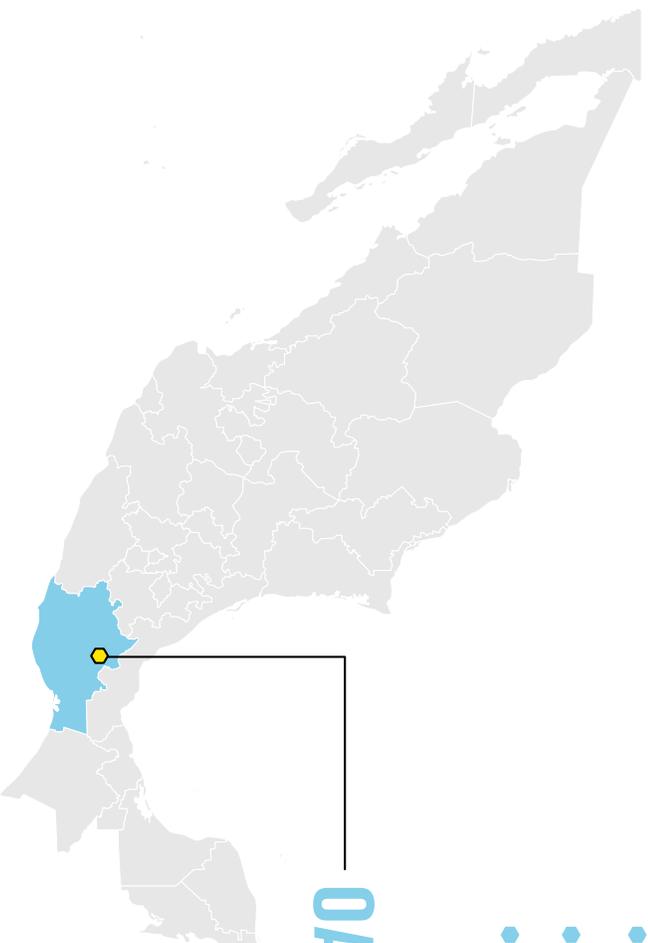
- En México residen 14 millones de mujeres en localidades rurales; lo que equivale al 22.8% de la población femenina del país.

Según la ENOE, una de cada tres mujeres rurales reside en los estados de Veracruz, Chiapas, **Oaxaca** y México.

OAXACA

Oaxaca es uno de los estados más pobres del país: el 66.4% de la población vive en situación de pobreza.

- El 7.7% de las mujeres rurales mexicanas, vive en Oaxaca.
- Oaxaca cuenta con 3.9 millones de habitantes y el 23% de su población vive en zonas rurales; el 52.3% de las mujeres oaxaqueñas viven en localidades rurales menores a 2,500 habitantes.
- En Oaxaca, la población de 15 a 29 años asciende a 989,020 habitantes; lo que representa el 24.9% de la población total del estado. El 52.4% de la población de 15 a 29 años en Oaxaca son mujeres (518,548)



Las mujeres jóvenes rurales del estado de OAXACA



1. Los principales ingresos que reciben las mujeres jóvenes están diferenciados por su ciclo de vida, su independencia económica y el sector en el que desarrollen sus actividades productivas. Las mujeres sin hijos que viven con sus padres no reciben ingresos constantes, muchas trabajan en negocios familiares sin ninguna remuneración económica y otras reciben una pequeña asignación semanal de sus padres. Algunas consiguen empleos por medio tiempo para poder estudiar, pero aunque eso les permite percibir un ingreso más estable, las ofertas laborales en la región son escasas.
2. Algunas mujeres reciben remesas desde el extranjero, las cuales representan gran parte de sus ingresos. Estos recursos son utilizados principalmente para manutención, pero también para inversión y mejoramiento y/o construcción de vivienda.
3. Las mujeres con negocios pequeños tienen ingresos diarios pero irregulares, que deben utilizar para reinvertir en el negocio y para cubrir sus necesidades.
4. Muchas mujeres jóvenes se vinculan a grupos de crédito motivadas por familiares mayores. En algunos casos, padres de familia que tienen mal historial crediticio, les piden a sus hijas que soliciten los créditos a su nombre, ya que a ellos les puede ser negado.
5. Las jóvenes que adquieren créditos obtienen una cuenta de ahorro y en muchos casos las entidades financieras, en particular las cooperativas de ahorro y préstamo, les imponen una cuota de ahorro obligatorio. Sin embargo no son conscientes de tener esta cuenta y aún menos de estar ahorrando en ella (confunden el ahorro con el pago de la cuota del crédito). Por eso generalmente la cuenta queda inactiva después de terminado el crédito.
6. El ahorro informal es más común, pero generalmente se realiza para tener dinero para el consumo, más que como una medida de prevención.



¿Qué hicimos en México?

En México el proyecto MuJeR se implementó en alianza con la Cooperativa de Ahorro y Crédito ACREMEX, una entidad financiera reconocida por su solidez financiera y su fuerte compromiso social, con amplia cobertura en Oaxaca, uno de los Estados más pobres del país. Esta alianza se generó por el marcado interés que tenía ACREMEX en incorporar a mujeres jóvenes en condición de vulnerabilidad como socias, y en fidelizar a las jóvenes que ya eran socias.

Con esta sinergia se buscó desarrollar una estrategia para promover un mayor y mejor acceso a productos financieros de parte de mujeres jóvenes rurales y mejorar su salud financiera, que al mismo tiempo resultara viable operativa y comercialmente para ACREMEX.

NÚMERO DE MUNICIPIOS:

13 municipios de Oaxaca y 1 de Puebla: Huajuapán de León, Taxiacó, Tlacolula, Zimatlán, Ocoitán, Miahuatlán, Pochutla, Huatulco, Zaachila, Etla, Salina Cruz, Comitancillo, Juchitán en Oaxaca y Tehuacán, Puebla.

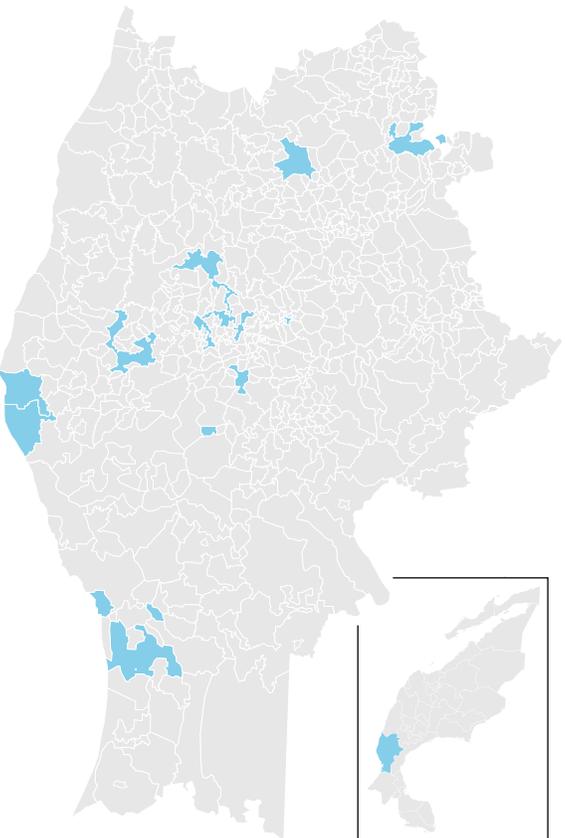
ALCANCE:

Participantes (incluyendo estudiantes): 863 participantes

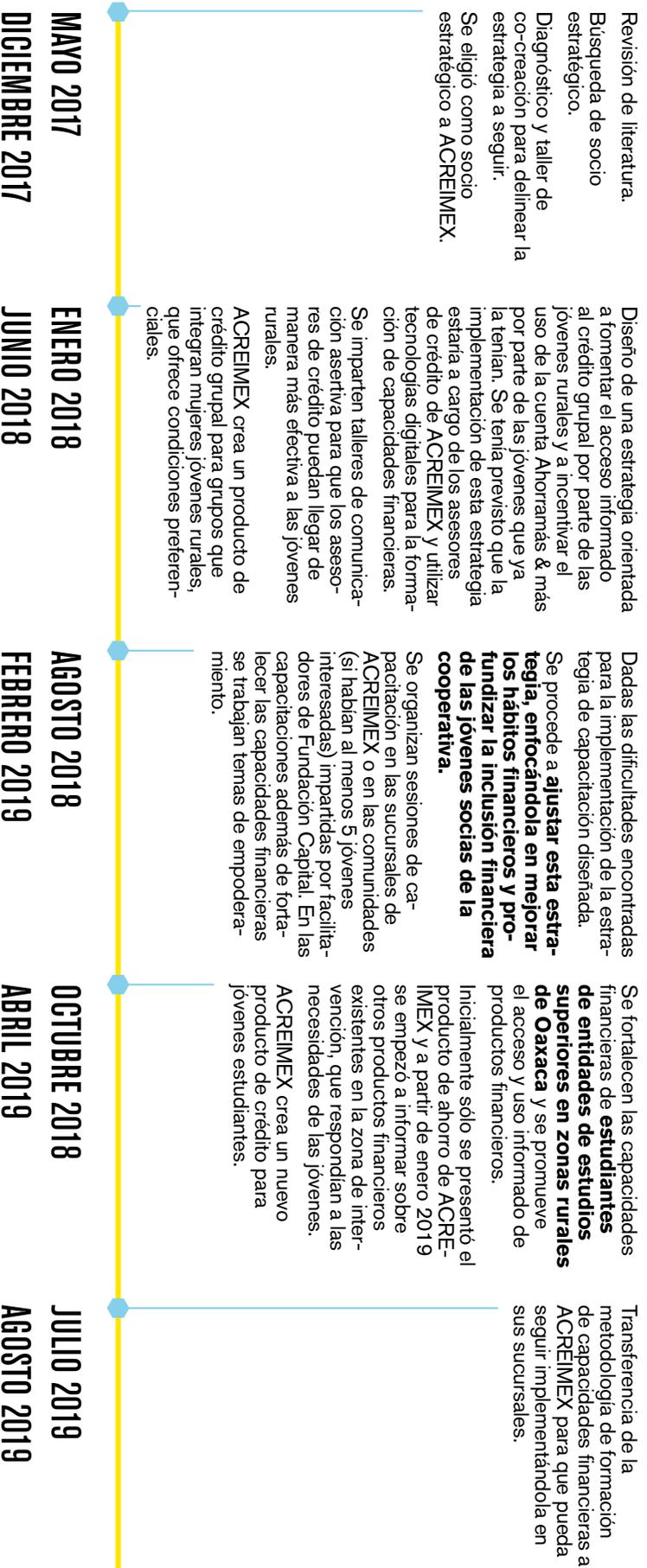
DATOS DEMOGRÁFICOS:

Edades de participantes: Las participantes del proyecto tenían entre 18 y 29 años de edad. La edad promedio de las participantes es de 22 años.

Tipos de actividades económicas: El 80 % de las participantes eran estudiantes de nivel medio superior y el 20% restantes, eran amas de casa y/o microempresarias.



Fases del Proyecto



Metodología

1. DURANTE LA PRIMERA SESIÓN

- Se hacen dinámicas orientadas al reconocimiento de las jóvenes de sus capacidades, y su empoderamiento.
- Se habla sobre la importancia del ahorro y se motiva a las jóvenes a establecer metas de ahorro y se las visualiza en el árbol de metas. Luego se las orienta en el establecimiento de un plan de ahorro para alcanzar las metas.
- Se explica cómo funciona la cuenta de ahorro Ahorramás & Más (que todas las socias de ACREMEX tienen) y los beneficios de utilizarla.
- Finalmente se entrega una tableta a cada socia para que pueda completar LISTA Express en su hogar y devolverla unos días después, cuando fuera a depositar su ahorro en su cuenta.

2. DURANTE LA SEGUNDA SESIÓN:

- Se revisa el avance en el cumplimiento de las metas de ahorro de las participantes y quienes llevan el dinero, pueden realizar el depósito en su cuenta.
- Se informa sobre el funcionamiento de las aplicaciones "Tus cuentas" y "Tu ahorro", desarrolladas por Fundación Capital para que las jóvenes puedan llevar un mejor control de sus ingresos y gastos, y cumplir metas de ahorro, y las orienta para que las descarguen en sus teléfonos celulares.

PARA SOCIAS DE ACREMEX

Se establecieron dos sesiones de capacitación presenciales ofrecidas por un facilitador en las oficinas de ACREMEX, o en las comunidades, si habian al menos 5 jóvenes interesadas. El contenido de estas capacitaciones fue el siguiente:



PARA ESTUDIANTES DE LICENCIATURA

Se estableció relación con 6 instituciones de educación superior (universidades e institutos tecnológicos) interesados en que se fortalecieran las capacidades financieras de sus alumnas. En este contexto, se ofrecieron talleres de capacitación a los que las alumnas interesadas podían asistir. Los temas y metodologías utilizados en estas sesiones de capacitación fueron similares a los de la capacitación para las socias de ACREIMEX, con las siguientes diferencias:

1. DURANTE LA PRIMERA SESIÓN

- Se presentan las características de la cuenta Ahorramás & Más de ACREIMEX, y 2 billeteras electrónicas/cuentas digitales (Transfer Banamex y Cuenta Digital Bancomer) que ofrecen condiciones favorables a las jóvenes, ya que permiten hacer varias transacciones desde el celular y a bajo costo. También se indica cómo acceder a estos productos y las ventajas de usarlos. En caso que las jóvenes estuvieran interesadas en aperturar Transfer Banamex o la Cuenta Digital Bancomer, se las ayuda a hacerlo. Si las jóvenes ya tienen una cuenta de ahorros en otra entidad financiera, se les explica los usos que pueden darle (ahorro, pago de servicio, etc). Se abre un concurso entre las participantes de cada grupo de capacitación para incentivar el uso de las cuentas de ahorro.

2. DURANTE LA SEGUNDA SESIÓN:

- Se intercambian experiencias sobre el cumplimiento de las metas de ahorro o el uso de las cuentas. Las jóvenes presentan evidencias de la apertura de la cuenta de ahorros/billetera electrónica y/o los movimientos realizados.

Inicialmente sólo se presentaba a las estudiantes la cuenta Ahorramás & Más de ACREIMEX. Sin embargo, si bien muchas participantes manifestaron interés en abrir esa cuenta para ahorrar, siendo ACREIMEX una cooperativa de ahorro y crédito, solicita una cuota de membresía equivalente aproximadamente a USD 25, monto que resulta muy elevado para jóvenes estudiantes del área rural. Eso desmotivó a muchas jóvenes a abrir la cuenta. Por ello se empezaron a presentar otros productos financieros que responderían a los requerimientos de las estudiantes.



Resultados

EN TÉRMINOS DE INCREMENTO DE CAPACIDADES



699 MUJERES jóvenes rurales fortalecieron sus capacidades financieras (completaron la capacitación).

A partir de una encuesta realizada a 307 participantes se pudo observar que:

<p>El 62% de las participantes encuestadas manifestaron haber aprendido la importancia de ahorrar.</p>	<p>El 22% se trazó y empezó a cumplir una meta de ahorro.</p>	<p>El 37% empezó a llevar un registro de sus gastos.</p>
--	---	--

<p>El 62% empezó a ahorrar en sus casas</p>	<p>El 39% afirma ahorrar entre 5 y 15 USD al mes.</p>
---	---

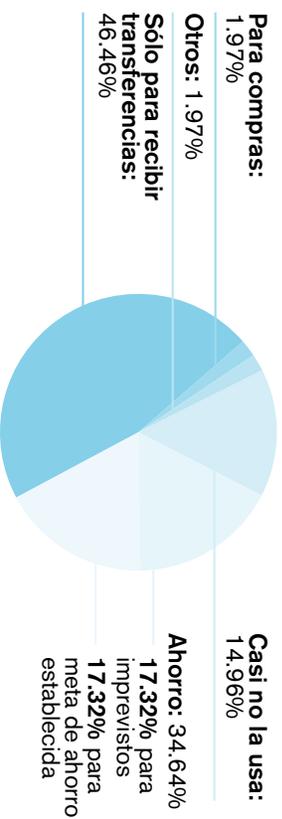
EN TÉRMINOS DE INCLUSIÓN FINANCIERA



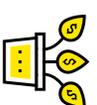
45% de las socias de ACREIMEX que tomaron la capacitación comenzaron a utilizar su cuenta de ahorro.

El 88.6% de las estudiantes encuestadas ya tenían una cuenta de ahorros antes de la capacitación y 1.4% abrieron una cuenta bancaria después de recibir la capacitación.

¿Para qué usan las participantes su cuenta bancaria?



EN TÉRMINOS DE ADECUACIÓN DE PRODUCTOS FINANCIEROS A LAS NECESIDADES DE LAS MUJERES JÓVENES RURALES



ACREIMEX creó dos nuevos productos de crédito, uno grupal para mujeres jóvenes de localidades rurales, que ofrece condiciones preferenciales y AcreiEmprende MJR, dirigido a estudiantes universitarias.



Testimonios de participantes

Te presentamos a

**LEYDI GRECIA
MÉNDEZ JUÁREZ**



Edad

26 años

Estado Civil

Casada

Familia/Hijos

2 hijos menores

Localidad

Santa Cruz Huatulco

Responsabilidades

Cuidar de sus hijos y atender su negocio

Actividad Económica

Venta de comida.

"A partir del curso, aprendí la importancia de ponerme metas de ahorro, ahora deposito el dinero en las cuentas de mis hijos, en promedio ahorro 1 usd a la semana"



Testimonios de participantes

Te presentamos a

**ESPERANZA ISABEL
GÓMEZ RUIZ**



Edad

27 años

Estado Civil

Soltera

Familia/Hijos

2 hijos menores

Localidad

Santa María Huatulco

Responsabilidades

Cuidar de sus hijos y su madre, venta de comida

Actividad Económica

Venta de comida.

"Con el taller aprendí a administrarme, a invertir y hacer buen uso de los créditos, también a ahorrar."



Testimonios de participantes

Te presentamos a

JESSICA

ITZEL GARCÍA



Edad

20 años

Estado Civil

Soltera

Localidad

Santiago Suchilquintongo, Etla

Responsabilidades

Estudiante de Ingeniería en gestión empresarial.
Instituto Tecnológico del Valle de Etla

"Con base en lo que vi en los talleres, implementé una mecánica en mi casa junto con mi mamá y mi hermana; nosotros teníamos una alcancía vacía, primero nos trazamos una meta, que era construir una bardita para que no entrara el agua a mi casa... entonces cada una nos pusimos un monto que pudieramos ahorrar, el monto fue de 10 pesos y mi hermana, por ejemplo es un poco que le gusta llevar el control de las personas, entonces ella se encargaba de registrar cuando y quién daba sus 10 pesos... se logró cumplir, ahorita ya tenemos la bardita en mi casa y fue durante 3 meses que estuvimos trabajando eso".



Aprendizajes de la implementación

Para promover el relevo generacional en una Cooperativa de Ahorro y Crédito, es necesario que la oferta de productos y servicios responda a las necesidades de las mujeres jóvenes que viven en zonas rurales.

A pesar del interés y los esfuerzos de ACREMEX por incluir como socias a mujeres jóvenes de zonas rurales, o fidelizar a las que ya son socias, los resultados no han sido tan buenos como se esperaba. Los motivos de ello son varios:

- I. Tratándose de una cooperativa de ahorro y crédito, es necesario pagar 25 USD de **cuota de asociación**, lo que representa una barrera de acceso para jóvenes que están interesadas en productos de ahorro.
- II. Las jóvenes rurales no sólo necesitan productos financieros para ahorrar, sino que también necesitan un producto que les permitan hacer transacciones fácilmente y a un menor costo. En el caso de las cuentas de ahorro de ACREMEX, las jóvenes deben desplazarse a las sucursales para hacer transacciones o buscar los cajeros automáticos. Tanto las sucursales como los cajeros por lo general están sólo en las cabeceras municipales y no todas las cabeceras tienen cajeros. Adicionalmente, pocos comercios aceptan la tarjeta débito de ACREMEX, ya que no tiene la franquicia de VISA o MASTERCARD.
- III. Los trámites para acceder a créditos pueden llegar a ser lentos, lo que desmotiva a potenciales clientes.
- IV. Si bien el nuevo producto de crédito grupal logró atraer a algunas jóvenes rurales, se evidencia que este producto tiene mayor demanda entre mujeres mayores de 30 años, las cuáles es más probable que tengan una iniciativa productiva propia.



Para la implementación de programas de educación financiera se requiere una estrecha relación entre la entidad financiera y sus clientas

A pesar de los esfuerzos de ACREMEX para ayudar a sus socias a mejorar su salud financiera, como parte de una estrategia de fidelización, la respuesta a la convocatoria para las sesiones de capacitación no fue la esperada. Esto se debe en gran parte a que en la mayoría de las sucursales no existe una relación personalizada entre los asesores de crédito y sus clientas, y prácticamente todas las actividades se realizan desde la sucursal. La relación es aún más débil con las socias jóvenes, ya que son socias relativamente nuevas. Este hecho, unido a las múltiples ocupaciones de las jóvenes (cuidado de los niños, tareas del hogar y actividades productivas) dificultó la asistencia a los talleres.

La combinación de soluciones digitales con capacitación presencial favorece un mayor desarrollo de capacidades financieras

La combinación de talleres presenciales con el uso de soluciones digitales, brinda mayor posibilidad de recordación de los temas tratados y genera confianza entre las participantes para compartir dudas, comentarios y retroalimentación. La mayoría de mujeres jóvenes que participaron en las diferentes fases del proyecto declararon que las capacitaciones les fueron de gran utilidad, sobre todo para llevar el control de sus ingresos y gastos, para hacer un presupuesto, y para darse cuenta de la importancia del ahorro y del uso de productos financieros en alcanzar sus metas.

Existe una oportunidad de promover o profundizar la inclusión financiera de las estudiantes de instituciones de educación superior

Tanto las instituciones de educación superior como sus alumnas mostraron un amplio interés por los talleres de formación de capacidades financieras. Si bien el nivel de asistencia a los talleres fue elevado y las apreciaciones de las participantes fueron muy positivas, se observan oportunidades de mejora para trabajar con este segmento de la población. En primer lugar es necesario tener en cuenta que los niveles de educación de estas jóvenes son generalmente superiores a los de las clientas de ACREMEX y están mucho más familiarizadas con la tecnología. Por eso se requirieron estrategias de capacitación dinámicas, interactivas y participativas. Por otra parte, el momento de vida de las estudiantes es diferente al de la mayoría de las clientas de ACREMEX. Estas jóvenes tienen otras necesidades, intereses y aspiraciones. Además, muchas de ellas ya tienen algún producto financiero, ya sea para recibir becas del gobierno o para recibir remesas de sus padres. Por este motivo, el tipo de información que requieren es diferente. Si bien en este caso también es importante incentivar un mayor y mejor uso de estas cuentas, ya que la mayoría de las jóvenes retira todo el dinero cuando recibe la transferencia, también es importante mostrar a las jóvenes otros productos financieros y de banca móvil que les permiten hacer transacciones a un menor costo.



Las jóvenes prefieren productos financieros que no relacionan con entidades financieras.

Entre las jóvenes de las instituciones de educación superior se encontró que varias utilizaban cuentas de ahorro de Elektra o Coppel para la recepción de los giros enviados por sus familiares (especialmente padres) para su sostenimiento. Tanto Elektra como Coppel son tiendas departamentales que ofrecen créditos para la adquisición de mercancías y cuentas de ahorro administradas por sus respectivos bancos: Banco Azteca y Bancoppel. Muchas jóvenes adquieren esos productos por la facilidad en los trámites de apertura, comparado con los procesos de otras instituciones financieras, y además porque se pueden realizar retiros y depósitos en todas las localidades donde las tiendas tienen presencia, brindando así una atención ágil y un amplio horario de atención. Además, muchas jóvenes comienzan a utilizar estos productos porque no lo asocian con entidades financieras.



Recomendaciones para escalamientos y futuras implementaciones de MuJeR



1. La oportunidad de trabajar con instituciones de educación superior

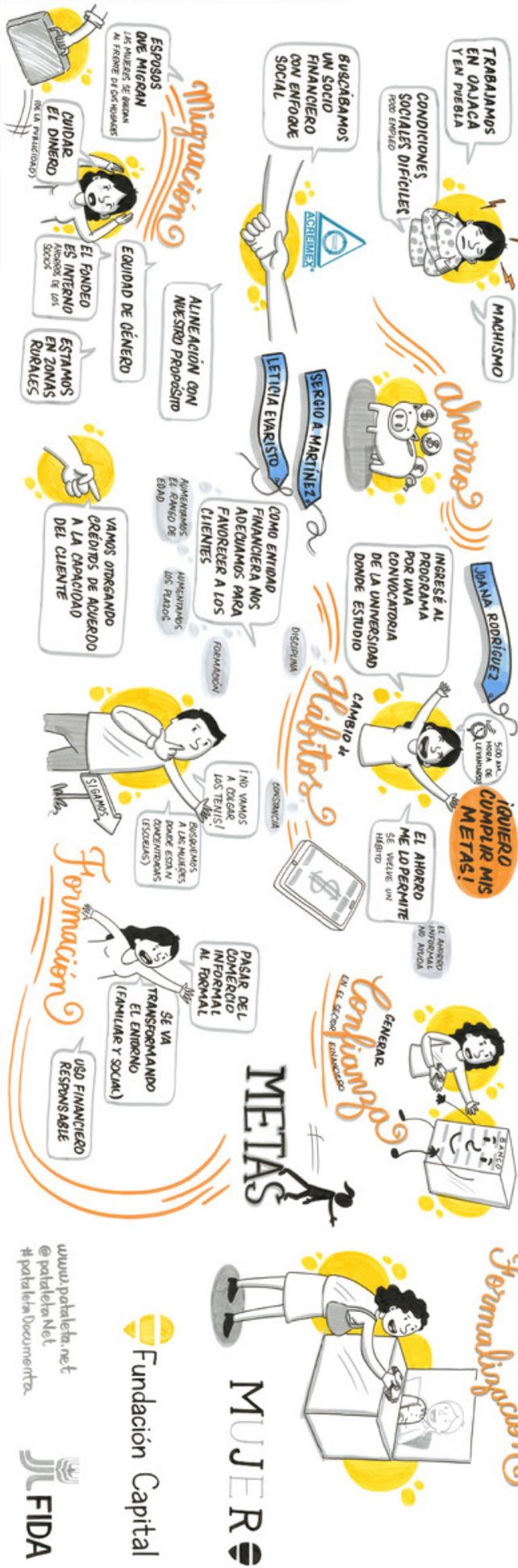
Existe un gran potencial para trabajar con instituciones de educación superior ubicadas en zonas que atienden a población de origen rural. Estas instituciones reconocen la importancia de la educación económica y financiera, y están muy interesadas en que sus alumnas mejoren sus capacidades financieras. Adicionalmente, hay una gran demanda por propuestas metodológicas y pedagógicas innovadoras, que integren herramientas tales como soluciones digitales.

Muchas de estas instituciones cuentan con carreras cuya base poblacional es mayoritariamente de mujeres provenientes de entornos rurales que usan frecuentemente productos y servicios financieros, principalmente para la recepción de giros de sus familiares o becas del gobierno. Por consiguiente, este puede ser un canal muy apropiado para llegar a mujeres jóvenes rurales, que además de fortalecer sus capacidades financieras, necesitan un acceso informado a productos financieros, o hacer un mejor uso de los productos que ya tienen.

2. La continuidad del trabajo con jóvenes de ACREMEX

Al trabajar conjuntamente con ACREMEX, se ha logrado transferirle herramientas y metodologías para llegar de manera más efectiva a las mujeres jóvenes en entornos rurales, herramientas que ha venido implementando, tanto de la mano de Fundak como por su cuenta (ej: comunicación asertiva con mujeres jóvenes rurales). Esto asegura la continuidad en la búsqueda de llegar a más mujeres jóvenes, y de incluirlas como socias y fidelizarlas. Sin embargo, a pesar del interés y los esfuerzos de ACREMEX por llegar a este segmento de la población, es importante tomar en cuenta que ellas no sólo necesitan crédito, sino también productos de ahorro que no les exijan desplazamientos ni gastos adicionales, y productos que les permitan hacer transacciones (ej: transferencias o pago de servicios) a un menor costo y de manera más fácil. Por ello, con el tiempo ACREMEX deberá adecuar sus productos y servicios para llegar de manera más efectiva a las mujeres jóvenes en zonas rurales.

ADECUACIÓN DE PRODUCTOS Y ESTRATEGIAS PARA LOGRAR LA INCLUSION FINANCIERA DE MUJERES JOVENES EN MEXICO



www.pataletra.net
 @pataletraNet
 #pataletraDocumentos

Fundación Capital



Sistematización MuJeR

México

 **Fundación Capital**

 **FIDA**
Invertir en la población rural