



# MuJeR

## Inclusión Financiera para Mujeres Jóvenes Rurales Paraguay

**CASE LEARNINGS**

Con sus diferencias y similitudes, a lo largo y ancho de América Latina, las mujeres jóvenes del ámbito rural conforman un colectivo fundamental para las dinámicas socioeconómicas de los territorios rurales. Sin embargo, dicho colectivo arrastra una larga tradición de invisibilidad y subrepresentación en la política pública y en los programas de desarrollo de los diferentes países.

Con el apoyo del Fondo Internacional de Desarrollo Agrícola (FIDA), Fundación Capital desarrolló entre 2017 y 2019 en México, Colombia y Paraguay la iniciativa “MuJeR: Inclusión Financiera para Mujeres Jóvenes Rurales”, que tiene como objetivo trabajar con jóvenes rurales, y en particular con mujeres, para facilitarles el acceso y uso de servicios financieros adecuados a sus necesidades, capacidades y características, los cuales les permitan construir, mejorar y proteger sus activos, generando así un círculo virtuoso para poder salir de la pobreza de una manera sostenible.

# ¿En qué consiste el proyecto MuJeR en Paraguay?

---

Para los jóvenes que viven en zona rurales y se encuentran en etapas cruciales en las que se plantean cuestiones decisivas para su vida (la elección de una carrera, metas personales y familiares o la inserción laboral), los productos financieros les ofrecen alternativas para la conquista de sus metas. Por eso es importante que los jóvenes tengan conocimiento de los productos y servicios financieros disponibles, puedan acceder a ellos y puedan tomar decisiones acertadas para concretar su plan de vida.

Teniendo esto en cuenta, el proyecto MuJeR decidió trabajar en Paraguay con adolescentes del último año de bachillerato de colegios rurales y estudiantes universitarios beneficiarios de becas gubernamentales, promoviendo el fortalecimiento de sus capacidades financieras y el acceso y uso de productos financieros. El proyecto apunta a llegar a los jóvenes en una etapa de la vida en la que **empiezan a tomar decisiones financieras importantes y a optar por servicios financieros** que respondan a sus necesidades. Para este fin nos aliamos con entidades públicas y privadas, buscando brindar a los jóvenes diferentes opciones al momento de decidir el producto financiero a utilizar.

Como se trabajó con hombres y mujeres, toda la metodología tuvo un **fuerte enfoque de género transformativo**, buscando concientizar a los alumnos sobre las barreras que muchas jóvenes enfrentan por el sólo hecho de ser mujer, y enseñarles cómo removerlas. También se buscó desarrollar liderazgos femeninos entre los alumnos. En Paraguay el proyecto adoptó el nombre de “iJahasa!”, que significa “dar el siguiente paso” o “pasar a lo siguiente” en Guaraní.

Trabajando en alianza con el **Ministerio de Educación y Ciencias (MEC)**, desarrollamos las capacidades financieras de **5.200 jóvenes** (2.650 mujeres) de último año de bachillerato (entre 17 y 18 años) de 200 colegios públicos en zonas rurales, y fomentamos su acercamiento al sistema financiero. En el año 2019 se trabajó también con la **Secretaría Nacional de la Juventud (SNJ)**, logrando así fortalecer las capacidades financieras de **4.000 jóvenes** (2.630 mujeres) beneficiarios de las Becas Juventud de esta Secretaría, y profundizar su inclusión financiera.

Uno de los logros más importantes del proyecto fue incidir en la política educativa del país: se logró que el MEC aprobara el “Plan de Formación Docente” desarrollado por el proyecto y que éste se insertara en los Institutos de Formación Docente de todo el país, para que ellos a su vez puedan transmitir esta nueva metodología de enseñanza de educación financiera a otros docentes del país a partir del 2020. Para ello, se capacitó a 39 Instructores de Docentes.

## Principales Características del Proyecto

---

### **Colegios y docentes como canal para la inclusión financiera de los jóvenes**

El proyecto identificó a las instituciones educativas como el canal más efectivo para mejorar los hábitos financieros de un gran número de jóvenes rurales, en particular de las mujeres, y acercarlos al sistema financiero. Por una parte, la currícula escolar de los colegios públicos ya incluye la cátedra de *Educación Económica y Financiera o de Economía y Gestión*, lo que demuestra el interés de estas entidades en fortalecer las capacidades financieras de los jóvenes. Pero además los docentes tienen mucha influencia en los alumnos y les infunden respeto, por lo que sus sugerencias tienen un peso muy importante en ellos.

Por estos motivos se decidió hacer una alianza con el MEC, ya que esto no sólo permitía trabajar con instituciones educativas de zonas rurales en el marco de este proyecto, sino que además abría la posibilidad de escalar esta iniciativa, permitiendo así mejorar los hábitos financieros y promover la inclusión financiera de los jóvenes de todo el país, introduciendo además un enfoque de género transformativo para sensibilizar y generar cambios de comportamiento en los varones y mujeres.

### **Una metodología innovadora para brindar educación económica y financiera en los colegios**

Jahasá aprovechó la existencia de las disciplinas de *educación económica y financiera o de economía y gestión* en el plan curricular de los últimos años de colegio, para llegar a los jóvenes de último año de colegio. Sin embargo, para que la capacitación en estos temas sea más efectiva y logre generar cambios en los hábitos financieros de los jóvenes, se propuso una nueva metodología de capacitación basada en storytelling o “juego narrativo”.



Con el “juego narrativo” se logró abordar temas financieros desde la perspectiva del día a día de los jóvenes a través de personajes que ellos mismos crearon. Se utilizaron narraciones de historias para acercar no sólo conocimientos, sino también para generar reflexión y facilitar la transferencia de los aprendizajes a la vida cotidiana, añadiendo además un enfoque de género a las historias. En este sentido, la metodología permitió visibilizar las barreras que muchas veces encuentran las mujeres en sus contextos al perseguir sus metas y sueños, así como las soluciones a estas dificultades. Como este ejercicio se realizó en la clase con varones y mujeres, esto no sólo permitió la visibilización de las situaciones por parte de ellos, sino también la sensibilización y que formen parte de la construcción de soluciones.

La nueva metodología de capacitación y herramientas pedagógicas se transfirieron a los docentes de las cátedras de *educación económica y financiera* y de *economía y gestión* a través de 4 talleres de formación y 1 taller de actualización en el año 2019. Además, se les entregó: la Guía para Docentes, una herramienta didáctica para conducir las 6 sesiones de educación económica y financiera en aula; un video y un cómic con la historia de Juana; fichas y formatos para el trabajo en aula.

Esta estrategia de formación fue reconocida como una de las prácticas más innovadoras en formación docente a nivel regional por el Programa Regional para el Desarrollo de la Profesión Docente en América Latina y el Caribe PRELAC coordinado por Corporación Andina de Fomento (CAF), Organización de los Estados Americanos (OEA), Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y Banco Mundial.





## Uso de diferentes canales para la capacitación de los estudiantes de colegio

El fortalecimiento de las capacidades financieras de los estudiantes se desarrolló a través de sesiones en aula lideradas por los docentes que fueron capacitados en la metodología del juego narrativo, y a través de las redes sociales.

En las sesiones en aula se abordaron los temas de Metas, Planificación, Ahorro, Entorno financiero, Crédito, Inversión. Estas sesiones, en las que los temas se abordaron a través de historias, permitieron el análisis conjunto y debate de los temas, lo que facilitó la transferencia de los aprendizajes a la vida cotidiana.

Para reforzar el aprendizaje en aula se generaron diferentes piezas digitales (memes, minivideos, flyers, etc) para cada uno de estos temas que se compartieron a los alumnos a través de WhatsApp, Facebook e Instagram. Al inicio de la implementación se diferenció el tipo de mensajes y piezas a compartir a través de estas redes, finalmente se utilizaron las tres para enviar los minivideos, gráficas, infografías, memes y pequeños retos para incentivar la práctica de los temas financieros, como el ahorro y el registro de los gastos e ingresos, apelando en general al uso del humor en el contenido lo que facilitó la interacción virtual.

Además, se compartieron con los jóvenes otras herramientas digitales para ayudarlos a manejar mejor sus finanzas. Específicamente, se compartieron las Apps: Tus Cuentas, que ayuda a gestionar mejor los ingresos y gastos; Tu Ahorro que sirve para establecer metas de ahorro y dar seguimiento a su cumplimiento; Tu Deuda permite calcular el costo de un crédito; y Tu Capacidad de Pago, que ayuda a calcular la capacidad de endeudamiento.



### **Las billeteras electrónicas como herramienta de inclusión financiera para jóvenes**

Un elemento importante para la implementación del proyecto fue la identificación de un producto financiero que respondiera a las necesidades, hábitos y herramientas cercanas a los jóvenes.. Por ello se establecieron alianzas con Tigo y Personal, empresas telefónicas que cubren cerca del 80% del mercado de telefonía nacional y que ofrecen a sus clientes la oportunidad de activar billeteras electrónicas. Estas billeteras tuvieron muy buena acogida entre los jóvenes, ya que responden a varias de sus necesidades transaccionales. En primer lugar, la necesidad de hacer recargas de celular con cierta frecuencia, incluso para poder hacer las tareas de colegio. Con las billeteras los jóvenes pueden hacer esta transacción desde su casa y sin ningún costo adicional. Por otra parte, muchos jóvenes no viven con sus padres y reciben periódicamente el dinero que ellos les envían para su mantenimiento. Las billeteras les permiten recibir el dinero a un menor costo. Por último, las billeteras pueden ser utilizadas para ahorrar e incluso ofrecen la oportunidad de un ahorro programado. Además, los jóvenes consideran que de alguna manera incentiva el ahorro, ya que el no tener todo el dinero en efectivo permite limitar los gastos.

Otro elemento que incentivó a los jóvenes a utilizar las billeteras electrónicas es que, en contraste con los productos financieros tradicionales, las billeteras son de fácil apertura ya que no requieren de desplazamientos o trámites presenciales, los cuales son difíciles de realizar cuando se viven en zonas rurales del interior del país.





### **Profundización de la inclusión financiera de jóvenes becarios**

La SNJ tiene a su cargo el Programa Becas Juventud, que otorga cada año 4.000 becas a jóvenes de bajos recursos, de los cuáles al menos el 71% son mujeres, para que puedan cursar una carrera universitaria. Las becas son entregadas a través de cuentas básicas de ahorro del Banco Nacional de Fomento (BNF), asociadas a tarjetas de débito automático. Sin embargo, se identificó que los becarios retiraban todo el dinero en cuanto lo recibían y no volvían a utilizar ni la cuenta ni la tarjeta. Por ello, en diciembre 2018 se estableció un acuerdo de colaboración con la SNJ para dar a conocer a los becarios todas las ventajas y funcionalidades relacionadas a la cuenta de ahorro y la tarjeta de débito que reciben y mejorar sus conocimientos y habilidades financieras para que puedan administrar mejor sus recursos.

Se aprovechó las jornadas informativas organizadas por la SNJ para realizar una capacitación sobre temas de ahorro, administración de recursos e informar sobre las características de la cuenta de ahorros en la que reciben la beca y la tarjeta de débito asociada, cómo utilizarlas y las ventajas de utilizarlas. Esta capacitación fue reforzada a través de las redes sociales. Se generaron grupos de WhatsApp con los participantes de cada jornada, a través de los cuales se difundieron minivideos, gráficas, infografías y pequeños retos para incentivar la práctica de los temas financieros como el ahorro y el registro de los gastos. Además, se los invitó a unirse a los grupos de Facebook e Instagram. Estos espacios sirvieron para resolver algunas dudas relacionadas con el uso de las cuentas del BNF, pero como también se compartía información relacionada con el uso de las billeteras electrónicas (dirigida principalmente a los estudiantes de colegios), terminaron incentivando por igual a los becarios a utilizar estos productos.



# Resultados alcanzados

---



**250**

docentes capacitados



**39 instructores**

de docentes capacitados



**5.200 alumnos**

de colegio han fortalecido sus capacidades financieras



**231 alumnos**

de colegio tienen billeteras electrónica



**4,000 jóvenes**

becarios utilizan las cuentas de ahorro del BNF



**1.315 jóvenes**

becarios tienen billeteras electrónicas

## Aprendizajes de la implementación

---

### Alianzas con actores relevantes

Las alianzas generadas con el MEC y la SNJ fueron determinantes para lograr llegar al público objetivo de manera más efectiva, brindando la oportunidad de trabajar con 9.200 jóvenes en los dos años de implementación de proyecto. Además, la alianza con el MEC ofrece la oportunidad de seguir fortaleciendo las capacidades financieras de más jóvenes a futuro, ya que el “Plan de Formación Docente” desarrollado por el proyecto para las disciplinas de educación económica y financiera o de economía y gestión, ha sido aprobado por el MEC e insertado en los Institutos de Formación Docente (IFDs) de todo el país, para que ellos a su vez puedan transmitir esta nueva metodología de enseñanza de educación financiera a otros docentes del país a partir del 2020.

Igualmente, las alianzas con Tigo Money, Billetera Personal (juntas suman el 98% de las transacciones electrónicas en billeteras) y el BNF (brinda el 100% de las cuentas de ahorro para los becarios de la SNJ) permitieron dar respuesta a muchas de las consultas que se generaron en las redes sociales respecto al uso de estas cuentas.

## La importancia de fortalecer las habilidades financieras de los docentes

Durante la fase de diseño y testeo de las nuevas metodologías de educación financiera, los docentes comentaron sobre la necesidad de capacitarse ellos mismos en el manejo de sus finanzas personales, ya que a nivel general en los últimos años se habían registrado altos niveles de sobreendeudamiento en el gremio de la educación pública. Por ello, en los talleres de formación a docentes, además de transferirles la nueva metodología para el aula, se les instruyó a que utilizaran EFI, el aplicativo digital de educación financiera desarrollado por Fundación Capital, que a través de diferentes módulos proporciona herramientas que ayudan a tomar mejores decisiones financieras. De esta manera se logró que los docentes pudieran mejorar el manejo de sus finanzas personales y educar con base a lo aplicado en sus propias vidas.

## Combinar lo presencial con herramientas digitales es más efectivo

Tanto para la formación de docentes como para los jóvenes de colegios y becarios universitarios se desarrolló una metodología que combinó lo presencial con herramientas digitales adecuadas al contexto de cada público.

En el caso de los docentes los talleres presenciales organizados permitieron la transferencia de las herramientas didácticas de la nueva metodología propuesta, de manera más efectiva. Esta transferencia se complementó con la aplicación EFI que ayudó a los docentes a mejorar sus finanzas personales y que pudieran enseñar desde su experiencia.

De igual manera, las sesiones de capacitación presencial con los alumnos de los colegios y becarios, utilizando la metodología narrativa, permitieron que los distintos temas desarrollados se analizaran y debatieran en clase, facilitando la asimilación de los contenidos. Estos a su vez fueron reforzados a través de las redes sociales, canales que además se utilizaron para incentivar a los jóvenes a practicar lo aprendido y para mantener una comunicación continua con los jóvenes y ayudarlos a solucionar las dudas que surgieran, ya sea sobre temas de finanzas personales como sobre el uso de los productos financieros.

## La importancia de tener un abordaje holístico de salud financiera y plan de vida, con enfoque de género.

Con JAHASA se entendió que era importante plantear un abordaje holístico dentro de un concepto más amplio de salud financiera y plan de vida, antes de promover el acceso y uso de los productos financieros (billeteras electrónicas) por parte de los jóvenes de colegio. En este sentido, antes de hablar sobre productos y servicios financieros fue necesario realizar un trabajo de tipo motivacional, donde las jóvenes pudieran identificar cuál es la importancia de tener un proyecto de vida, y logaran definir metas alcanzables que se pueden lograr a través del ahorro, para después dar a conocer las ventajas del ahorro formal e informar sobre productos y servicios financieros que se tienen disponibles en el mercado.

En complemento a esta perspectiva se introdujo el enfoque de género transformativo, con el objetivo de generar reflexión e impulsar cambios de actitud y comportamiento tanto en varones como en mujeres. En este contexto, se introdujo la noción de autonomía económica entre las mujeres, lo que detonó cambios importantes en ellas.

## Para llegar a los jóvenes de manera más efectiva, es importante el uso de un lenguaje de comunicación adecuado

Un factor importante para el éxito de la estrategia a través de redes sociales fue el lenguaje y el tono de la comunicación. Al principio se estableció una diferenciación entre los mensajes transmitidos a través de las diferentes redes. Los mensajes por WhatsApp serían más conceptuales y los de Facebook / Instagram tendrían un tono que apelaba al sentido del humor. Sin embargo, las participantes fueron más receptivas a los mensajes livianos, con información muy clara y apelando al sentido del humor, por lo que se decidió integrar los dos tonos de comunicación en los mensajes enviados a través de todos los canales.

Otro factor relevante fue el contenido de los mensajes y la extensión de los mismos. Al inicio los flyers y minivideos contenían mucha información y utilizaban mucho texto en idioma guaraní, lo que dificultaba la lectura e interpretación de los temas. A partir de la retroalimentación de los participantes, se procedió a sintetizar las ideas más concretas para cada tema y representar un solo concepto en cada flyer. Además, se empezó a utilizar más español, introduciendo sólo algunas frases o palabras en guaraní.



Lo mismo se hizo con los vídeos. En principio los videos tenían una duración de hasta 3 minutos, porque los temas se desarrollaban extensamente. Posteriormente se empezaron a utilizar videos con los mensajes principales, que duraban sólo 30 segundos. Con esto conseguimos mayores reacciones.

Por otra parte, se previó la necesidad de enviar los mismos mensajes de forma reiterativa. Los participantes no necesariamente pueden leer todos los mensajes, puesto que tienen diferentes horarios de clases y responsabilidades familiares y cuando entran a las redes pueden perder parte del contenido. Por esta razón se decidió enviar los mismos mensajes varias veces, utilizando diferentes formatos, lo que favoreció la recordación de los temas.

Finalmente, a cada mensaje o posteo se agregaron mensajes de saludo que mencionaban el estado del clima del día o asuntos de conocimiento público, lo que generó mayor cercanía con los participantes.

Las adaptaciones realizadas lograron generar un “tráfico” mucho mayor en las redes y más respuestas y reacciones a los mensajes enviados, sobre todo en los grupos de WhatsApp. En WhatsApp se generaron 186 grupos en los cuales participaron más de 5.300 jóvenes, en Facebook e Instagram se logró alrededor de 7 mil seguidores, alcanzando con las publicaciones a más de 5 millones de personas.



# Escalamientos y futuras implementaciones

La metodología y herramientas de formación desarrolladas por el proyecto ya forman parte de los recursos educativos que el MEC pone a disposición de todos los docentes en la plataforma digital de la institución. Además, en coordinación con el MEC, a finales del 2019 se procedió a la capacitación de 39 instructores de los Institutos de Formación Docente (IFD) de todo el país, transfiriéndoles el nuevo “Plan de Formación Docente” para las disciplinas de educación económica y financiera o de economía y gestión. La formación de estos instructores permitirá que desde el año 2020, la metodología propuesta por ¡Jahasa! sea parte de la oferta educativa para todos los docentes del país, pudiendo estos capacitarse y aplicarla en cada institución.

Por otra parte, la experiencia con el programa de becas de la SNJ puso en evidencia la necesidad de mejorar los conocimientos financieros de becarios que van a recibir los recursos a través de cuentas de ahorro, para lograr un mayor y mejor uso de estos productos. En este sentido, se ha identificado la oportunidad de trabajar con otros programas de becas en Paraguay, en los cuales los becarios también tienen la necesidad de acceder a mayor información sobre los productos financieros que les otorgan para recibir las becas de estudio, y establecer canales de comunicación cercanos por medio de los cuales puedan despejar dudas o realizar consultas respecto al uso de estos productos.

Este proyecto se realizó en alianza con:



KARIA'Y HA  
KUÑATAI KEKO  
Sámbytyha  
Secretaría  
NACIONAL  
DE LA JUVENTUD



TEKOMBO'E  
HA TEMBIKUAA  
MOTENONDEHA  
MINISTERIO DE  
EDUCACIÓN  
Y CIENCIAS

Con el apoyo de:



Invertir en la población rural